

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเส้นทางท่องเที่ยววนาคาวิ
ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม

Factors Influencing Behavioral Intention of Tourists Visiting the Naga Heritage
Tourism Route, Phase 1: Mukdahan Province – Nakhon Phanom Province

ชลิดา ช่วยสุข¹
Chalida Chuaysook

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว และ 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเส้นทางท่องเที่ยววนาคาวิ ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ สุ่มความ
คิดเห็นจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนาและวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple linear regression) แบบวิธี Enter

ผลการวิจัยพบว่า 1) ตัวแปรทำนายมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 16.705, p = .000$) เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายพบว่า ตัวแปรทำนายทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายคู่พบว่าเพื่อต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง กับ เพื่อต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรม” มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ($r_{3,2} = .660$) 2) สำหรับผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เดินทางท่องเที่ยวพบว่า มีเพียง 4 ปัจจัย ได้แก่ เพื่อต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ เพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เพื่อต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ และเพื่อต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า เพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เดินทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยววนาคาวิระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม มากที่สุด ($B_7 = 0.22$)

คำสำคัญ (Keywords) : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว; ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว;
เส้นทางท่องเที่ยววนาคาวิ

Abstract

The objectives of this research were: 1) to examine tourist behavior, 2) to investigate tourist motivations, and 3) to analyze factors affecting behavioral intentions of tourists visiting the Phase 1 Naga Way tourist route between Mukdahan and Nakhon Phanom provinces. This study employed quantitative research methodology, surveying 400 tourist respondents, and utilized descriptive analysis and multiple linear regression analysis with Enter method.

Received: 2025-05-15 Revised: 2025-06-24 Accepted: 2025-06-26

¹อาจารย์ประจำ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม Lecturer at the College of Tourism and Service Industry, Nakhon Phanom University. E-mail: chalida@npu.ac.th

1) The findings revealed that predictor variables demonstrated a statistically significant linear relationship with behavioral intentions at the .05 level ($F = 16.705, p = .000$). Analysis of relationships among predictor variables indicated that all predictors exhibited statistically significant positive correlations at the .01 level. Pairwise analysis showed that seeking different novel experiences and desire to learn new things, enhance knowledge, or study culture demonstrated the strongest correlation ($r_{3,2} = .660$). 2) The analysis of factors influencing behavioral intentions identified four significant predictors at the .05 level: strengthening family/kinship relationships, seeking spiritual fulfillment, exploring business opportunities or business-related purposes, and seeking entertainment/relaxation. These factors significantly influenced tourists' behavioral intentions to visit the destination. 3) Among individual factors, seeking spiritual fulfillment through merit-making had the strongest influence on their behavioral intentions for visiting the Phase 1 Naga Way tourist route between Mukdahan and Nakhon Phanom provinces ($B7 = 0.22$).

Keywords: tourist behavior; tourist behavioral intentions; Naga Heritage Tourism Route

บทนำ (Introduction)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง สะท้อนผ่านตัวชี้วัดจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ฐานในอันดับความนิยม และมูลค่าทางเศรษฐกิจในภาคธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ปัจจัยเกื้อหนุนประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งที่ครอบคลุม โอกาสจากตลาดท่องเที่ยวโลกที่ขยายตัว และเทคโนโลยีการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งหลายประเทศใช้การท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างรายได้ ดังนั้น ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาและสร้างความหลากหลายให้กับแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมจะช่วยให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างรายได้และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้อย่างยั่งยืน (อิสระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว, 2563 : 274-300)

แนวโน้มการท่องเที่ยวไทยยังคงเป็นไปในเชิงบวก อย่างไรก็ตาม ภายใต้อิทธิพลของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่เปลี่ยนจากการท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวใน 3 มิติหลัก 1) การเลือกจุดหมายปลายทางระยะใกล้มากขึ้น 2) แรงจูงใจเปลี่ยนสู่การแสวงหาประสบการณ์เฉพาะทาง และ 3) ความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำในระดับสูง ผลการศึกษาชี้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์สู่การตลาดแบบแบ่งส่วนและพัฒนาผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม เพื่อตอบสนองพฤติกรรมใหม่ของนักท่องเที่ยวในประเทศที่ฟื้นฟามากขึ้น (ราณี อธิชัยกุล , 2557: 50-69) การเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic tourism surge) โดยสะท้อนจากสัดส่วนรายได้ที่เพิ่มจาก 36% ในปี 2020 เป็น 60% ในปี 2022 การเติบโตนี้มีนัยสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short-haul tourism growth) โดย 55% ของข้อมูลนิยมเดินทางใกล้บ้านใช้ยานพาหนะส่วนตัวและแสวงหาประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวรอง การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนถึงการปรับตัวตามแนวคิดความเสี่ยงที่รับรู้ได้ (Perceived risk theory) เกิดพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการท่องเที่ยวแบบหมู่

คณะ (Mass tourism avoidance) และพฤติกรรมการแสวงหาประสบการณ์เฉพาะตัว (Experience-seeking behavior) (Wang, Zhang, & Lu, 2023: 68)

จะเห็นได้ว่าปัญหาสำคัญของการท่องเที่ยวไทยที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของตลาด (Demand-driven) จนเกิดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และขาดวิสัยทัศน์ในการพัฒนายั่งยืน ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและผู้ประกอบการในระยะยาวความท้าทายของการท่องเที่ยว โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการจัดการผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการมีส่วนร่วมของชุมชนผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (World Tourism Organization, 2023: 1)

เส้นทางท่องเที่ยววนาคาวีธิ ระยะที่ 1 ซึ่งตั้งอยู่ระหว่าง จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดนครพนม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ถือเป็นหนึ่งในเส้นทางท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยเชื่อมโยงความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ผ่านทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่งดงามและสถานที่ทางศาสนาที่สำคัญ สำหรับรายละเอียดข้อมูลท่องเที่ยวของเส้นทางนี้จะครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในพื้นที่ และกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถทำได้ในระหว่างการเดินทาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) โดยข้อมูลท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยววนาคาวีธิ ระยะที่ 1 ตั้งอยู่ในจังหวัดมุกดาหารและนครพนม โดยเริ่มต้นจากจังหวัดมุกดาหารไปยังจังหวัดนครพนม ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่เน้นการสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สำคัญในภูมิภาคนี้ จังหวัดมุกดาหาร จุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยววนาคาวีธิ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีเสน่ห์ของธรรมชาติทั้งภูเขาและแม่น้ำโขง เป็นจุดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น วัดภูมโนรมย์, น้ำตกแก่งโสม, และแม่น้ำโขงที่งดงาม จังหวัดนครพนม เป็นจุดปลายทางของเส้นทางท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยความสวยงามของธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น สถานที่สำคัญ เช่น วัดพระธาตุพนม แม่น้ำโขง และหมู่บ้านของชนเผ่าต่างๆ (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม, 2022)

อาจกล่าวได้ว่าเส้นทางท่องเที่ยววนาคาวีธิเป็นเส้นทางวัฒนธรรมที่สำคัญในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เชื่อมโยงจังหวัดมุกดาหารและนครพนม โดยมีจุดเด่นด้านความเชื่อและวัฒนธรรมความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค สืบเนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2566 พบว่ามีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเดินทางมาเยือน จังหวัดนครพนมประมาณ 1.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.4 จากปีก่อน อย่างไรก็ตามยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยดังกล่าวผ่านกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมทั้งด้านคุณภาพบริการ คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่

วัตถุประสงค์การวิจัย(Research Objectives)

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยววนาคาวีธิ ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดนครพนม
- 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยววนาคาวีธิ ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดนครพนม
- 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเส้นทางท่องเที่ยววนาคาวีธิ ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหารและจังหวัดนครพนม

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเส้นทางท่องเที่ยวทางศาสนามุขคาวิธิ ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร – จังหวัดนครพนม โดยมีเนื้อหาครอบคลุม 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเส้นทางดังกล่าว 2) แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยผลัก (Push Factors) และปัจจัยดึง (Pull Factors) และ 3) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุ (Multiple Linear Regression)

1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) เนื่องจากพื้นที่ศึกษา ยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัย สูตรของ Taro Yamane (1973) ซึ่งเหมาะสมสำหรับการประมาณกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่มีจำนวนประชากรไม่แน่นอน โดยตั้งค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e) เท่ากับ 0.05 เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งได้มีการดำเนินการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวทางศาสนามุขคาวิธิ จังหวัดมุกดาหาร-นครพนม ระยะทางเริ่มต้นจากจวนผู้ว่าราชการจังหวัดมุกดาหาร สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 (มุกดาหาร - สะหวันนะเขต) หาดมโนภิรมย์ วัดสองคอน แก่งกะเบา จนถึงวัดพระธาตุพนม รวบรวมหาวิหาร อำเภอดงหลวง เส้นทาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Research) จากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน (กัลยา วานิชปัญญา, 2561: 20-50)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตามเส้นทางศาสนามุขคาวิธิ ที่มีระยะทางประมาณ 42 กิโลเมตร ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ จวนผู้ว่าราชการจังหวัดมุกดาหาร สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 หาดมโนภิรมย์ วัดสองคอน แก่งกะเบาและพระธาตุพนม

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมระยะเวลาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบเครื่องมือวิจัย การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและสิ้นสุดที่การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ และการจัดทำรายงานผลการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามโดยใช้แบบสอบถามชนิดตรวจสอบรายการ (Checklist) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ได้อย่างอิสระ การตรวจสอบเครื่องมือ คือ แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและการวิจัย จำนวน 3 ท่าน และได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปสู่การทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง

จำนวน 30 คน และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.878 ซึ่งอยู่ในค่าที่ยอมรับได้คือ 0.70-0.90 (Tavakol, M., & Dennick, R, 2011: 54)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้ 1) การเตรียมการก่อนเก็บข้อมูล โดยจัดทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ศึกษา จัดเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอต่อจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และอบรมผู้ช่วยนักวิจัยในการเก็บข้อมูลให้เข้าใจวัตถุประสงค์และวิธีการเก็บข้อมูลอย่างถูกต้อง 2) การดำเนินการเก็บข้อมูล โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2567 ซึ่งเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ จุดท่องเที่ยวสำคัญตามเส้นทางนาคาวิถี รวมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย ดำเนินการสอบถามความยินยอมจากนักท่องเที่ยว และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยคอยให้คำแนะนำ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา 2) การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ เพื่อแสดงให้เห็นลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว 3) การวิเคราะห์แรงจูงใจใจต่อการท่องเที่ยว วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการประเมินระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวด้านต่างๆ โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย 4) การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อมูลที่ได้จากคำถามปลายเปิด โดยจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นสำคัญ แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง และ 5) วิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple linear regression) แบบวิธี Enter

ผลการวิจัย (Research Results)

1) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวทางนาคาวิถี ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหารและจังหวัดนครพนมของกลุ่มตัวอย่าง ดังจากผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างพบลักษณะเด่นของพฤติกรรมที่น่าสนใจ 9 ด้าน ซึ่งสรุปได้จากตัวเลือกที่มีสัดส่วนสูงสุดในแต่ละด้าน ดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางเพื่อท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมสถานที่ จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนยังคงเป็นกิจกรรมยอดนิยมของประชาชนในยุคปัจจุบัน

โดยลักษณะของการเดินทางนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางร่วมกับญาติหรือคนในครอบครัวมากที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในครอบครัวที่ยังแน่นแฟ้นและนิยมใช้เวลาร่วมกันผ่านกิจกรรมการเดินทางแม้จะเป็นการเดินทางเป็นหมู่คณะ แต่ก็พบว่า จำนวนผู้ร่วมเดินทางมักจะอยู่ที่ 5 คนขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 บ่งชี้ถึงแนวโน้มการเดินทางแบบกลุ่มใหญ่ที่อาจมีจุดประสงค์เพื่อความสนุกสนานและประหยัดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสำหรับค่าในการเดินทาง พบว่า กลุ่มคนส่วนใหญ่เดินทางนาน ๆ ครั้ง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 ซึ่งสะท้อนลักษณะของการเดินทางที่เป็นกิจกรรมพิเศษหรือเฉพาะช่วงเวลาว่างหรือวันหยุดเท่านั้นเมื่อพิจารณาเรื่องพาหนะ

พบว่า รถยนต์ส่วนตัว เป็นทางเลือกยอดนิยมอย่างท่วมท้นจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 แสดงถึงความสะดวก คล่องตัวและความพร้อมในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างในการเดินทางหนึ่งครั้ง ผู้คนส่วนมากเลือกที่จะไม่พักค้างคืน จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 บ่งชี้ถึงรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับที่ยังคงได้รับความนิยมในด้านของค่าใช้จ่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายไม่เกิน 10,000 บาทต่อครั้ง โดยเฉพาะในช่วงราคาต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,001-10,000 บาท ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากันที่คือ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 สะท้อนถึงความใส่ใจในงบประมาณของนักเดินทางเมื่อมองไปที่ ช่องทางการเข้าถึงข้อมูลการเดินทาง พบว่า อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย เป็นช่องทางหลักที่ผู้คนเลือกใช้มากที่สุดจำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตดิจิทัลในปัจจุบัน สุดท้าย เมื่อสอบถามถึงการรับรู้เส้นทางท่องเที่ยว นาคาวิถิ พบว่ามีสัดส่วนผู้ที่ทราบข้อมูลอยู่ที่ 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 ซึ่งมากกว่าผู้ที่ไม่ทราบเพียงเล็กน้อยแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการประชาสัมพันธ์ที่ยังสามารถพัฒนาและขยายผลได้เพิ่มเติม สรุปได้ว่า ภาพรวมสะท้อนพฤติกรรมของนักเดินทางที่นิยมท่องเที่ยวแบบครอบครัวหรือกลุ่มใหญ่ ใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางแบบไม่ค้างคืน มีความถี่ไม่บ่อยนัก ใช้งบประมาณปานกลาง และพึ่งพาข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก โดยยังมีช่องว่างในการส่งเสริมการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างนาคาวิถิ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยหลักและดึงดูดด้านแรงจูงใจที่ทำให้เดินทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยว นาคาวิถิ ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหารและจังหวัดนครพนม ของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยหลักและดึงดูดด้านแรงจูงใจ

ปัจจัยหลักและดึงดูดด้านแรงจูงใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. เพื่อต้องการพักผ่อนและหลีกเลี่ยงความจำเจ	4.23	0.79	มากที่สุด
2. เพื่อต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรม	4.20	0.76	มาก
3. เพื่อต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง	4.24	0.74	มากที่สุด
4. เพื่อต้องการท่องเที่ยวผจญภัย ความตื่นเต้น	4.03	0.92	มาก
5. เพื่อต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ	4.23	0.83	มากที่สุด
6. เพื่อต้องการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม	4.13	0.89	มาก
7. เพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ	4.33	0.86	มากที่สุด
8. เพื่อต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ	3.66	1.23	มาก
9. เพื่อต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย	4.26	0.79	มากที่สุด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า 3 อันดับแรก ที่มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) สูงที่สุด และได้รับการประเมินในระดับมากที่สุด" ได้แก่

เพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.86) แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวคือการแสวงหาความสงบทางจิตใจและกิจกรรมทางศาสนา เช่น การไหว้พระ ทำบุญ ชมวัดสำคัญ เช่น พระธาตุพนม ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดนครพนม 2) เพื่อต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย** ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.79) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและคลายเครียดเป็นปัจจัยสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวมักสนใจสถานที่ธรรมชาติริมแม่น้ำโขง หรือเทศกาลที่สร้างความสนุกสนาน และ 3) เพื่อต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง** ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.74) นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสวิถีชีวิต

วัฒนธรรมท้องถิ่นและเอกลักษณ์ของจังหวัด เช่น งานประเพณีไหลเรือไฟ อาหารอีสาน และการท่องเที่ยวเชิงชุมชน

ข้อสังเกตเพิ่มเติม ปัจจัยด้านสังคม เช่น การเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/เครือญาติ ($\bar{x} = 4.23$) และการพักผ่อนจากความจำเจ ($\bar{x} = 4.23$) ก็มีค่าเฉลี่ยสูงไม่น้อยไปกว่ากัน แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวในนครพนมมีลักษณะรวมกลุ่มและเน้นการเชื่อมโยงทางอารมณ์ ส่วนปัจจัยด้านธุรกิจ ($\bar{x} = 3.66$) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด สะท้อนว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ส่วนตัว

3. ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวนาควิถี ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม ของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว	4.19	0.64	มาก
1. การกลับมาท่องเที่ยวสถานที่เดิม	4.15	0.83	มาก
2. การกลับมาท่องเที่ยว แต่ไปสถานที่ใหม่	4.17	0.78	มาก
3. มีความตั้งใจกลับมาอีกในอนาคต	4.26	0.73	มากที่สุด
การแนะนำและการบอกต่อที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว	4.32	0.71	มากที่สุด
1. การแนะนำกับครอบครัว	4.33	0.78	มากที่สุด
2. การแนะนำกับเพื่อน/คนรู้จัก	4.31	0.76	มากที่สุด
ความภักดีที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว	4.36	0.67	มากที่สุด
1. มีความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	4.39	0.74	มากที่สุด
2. มีความภูมิใจในการบอกเล่าประสบการณ์ที่ดี	4.34	0.76	มากที่สุด
3. มีความภักดีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว	4.35	0.74	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29	0.58	มากที่สุด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าปัจจัยด้านความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมอยู่ในระดับสูงเป็นอย่างมาก โดยสามารถสรุปปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ดังนี้

1) ความภักดีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว (Destination Loyalty) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.39 (S.D. = 0.74) สะท้อนถึงระดับความผูกพันทางจิตใจ (Psychological Attachment) และความพึงพอใจ (Satisfaction) สูงสุดในทุกมิติ

2) การแนะนำและการบอกต่อ (Word-of-Mouth Recommendation) มีค่าเฉลี่ย 4.33 (S.D. = 0.78) สำหรับการแนะนำครอบครัว แสดงถึงประสิทธิภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience Quality) ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมบอกต่อได้

3) ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit Intention) มีค่าเฉลี่ย 4.26 (S.D. = 0.73) สำหรับความตั้งใจกลับมาในอนาคตสะท้อนถึงความสำเร็จของการจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management) ในด้านการสร้างคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว

4. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เดินทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวนาควิถี ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม ของกลุ่มตัวอย่างด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ

(Multiple linear regression) แบบวิธี Enter ดังนั้นตัวแปรทำนายในการวิเคราะห์ครั้งนี้คือ ปัจจัยผลึกและ ดึงด้านแรงจูงใจทั้งหมด 9 ตัวแปร ส่วนตัวแปรตามในการวิเคราะห์ครั้งนี้คือ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรตามพบว่า ตัวแปรทำนายมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 16.705, p = .000$) สามารถนำไปวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นได้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ได้จากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ

Terms	SS	df	MS	F	p
Regression	36.957	9	4.106	16.705	.000
Residual	95.868	390	0.246		
Total	132.826	399			

หมายเหตุ: $\alpha = .05$

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย พบว่า ตัวแปรทำนายทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิง บวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายคู่พบว่า “เพื่อต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง” กับ “เพื่อต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรม” มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ($r_{3,2} = .660$) รองลงมา ได้แก่ “เพื่อต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรม” กับ “เพื่อ ต้องการพักผ่อนและหลีกหนีความจำเจ” ($r_{2,1} = .604$) “เพื่อต้องการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม” กับ “เพื่อ ต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ” ($r_{6,5} = .557$) ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาขนาดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายพบว่า ไม่มีตัวแปรทำนายใดมีขนาดความสัมพันธ์ มากกว่า .80 ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า ตัวแปรทำนายไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Non-multicollinearity) ถือว่าเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. เพื่อต้องการพักผ่อนและหลีกหนีความจำเจ	1.000								
2. เพื่อต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรม	.604**	1.000							
3. เพื่อต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง	.471**	.660**	1.000						
4. เพื่อต้องการท่องเที่ยวผจญภัย ความตื่นเต้น	.273**	.471**	.526**	1.000					
5. เพื่อต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ	.353**	.392**	.276**	.366**	1.000				
6. เพื่อต้องการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม	.257**	.402**	.309**	.367**	.557**	1.000			
7. เพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ	.194**	.296**	.337**	.256**	.375**	.344**	1.000		

8. เพื่อต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ	.152**	.243**	.259**	.360**	.288**	.450**	.251**	1.000
9. เพื่อต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย	.361**	.286**	.369**	.315**	.423**	.342**	.421**	.281**

หมายเหตุ: * $p < .05$, ** $p < .01$

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เดินทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวแนววิถี ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีเพียง 4 ปัจจัย ได้แก่ “เพื่อต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ” “เพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ” “เพื่อต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ” และ “เพื่อต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย” ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เดินทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวแนววิถี ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า “เพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ” ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เดินทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวแนววิถีระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม มากที่สุด ($B_7 = 0.22$) รองลงมา ได้แก่ “เพื่อต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ” ($B_5 = 0.16$) “เพื่อต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย” ($B_9 = 0.14$) และ “เพื่อต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ” ($B_8 = 0.11$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เดินทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวแนววิถี ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม

ตัวแปร	b	SE	B	t	p
(Constant)	2.08	0.19	0.00	10.74	0.00
1. เพื่อต้องการพักผ่อนและหลีกหนีความจำเจ	0.06	0.04	0.08	1.45	0.15
2. เพื่อต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรม	0.04	0.05	0.05	0.81	0.42
3. เพื่อต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง	0.01	0.05	0.02	0.27	0.79
4. เพื่อต้องการท่องเที่ยวผจญภัย ความตื่นเต้น	0.00	0.03	-0.01	-0.14	0.89
5. เพื่อต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ	0.11	0.04	0.16	2.77	0.01
6. เพื่อต้องการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม	0.00	0.04	0.00	0.07	0.94
7. เพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ	0.15	0.03	0.22	4.39	0.00
8. เพื่อต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ	0.05	0.02	0.11	2.17	0.03
9. เพื่อต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย	0.10	0.04	0.14	2.64	0.01

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเส้นทางท่องเที่ยวแนววิถี ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทาง

ท่องเที่ยวมานานๆ ครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ พร้อมกับญาติหรือคนในครอบครัว มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 5 คนขึ้นไป เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ไม่พักค้างคืน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยกว่า 10,000 บาท เข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่น Facebook, Line, Twitter และทราบข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวมาควาธิมาก่อน

ข้อสังเกตที่สำคัญคือ พฤติกรรมเข้าไป-เย็นกลับ (Day Tripping Behavior) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนจากข้อจำกัดด้านเวลาและค่าใช้จ่ายส่งผลให้เกิดความต้องการแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง (Nearby Attractions) ที่สามารถสร้างประสบการณ์สมบูรณ์ในวันเดียว จำเป็นต้องพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะและเส้นทางท่องเที่ยวระยะสั้นที่ตอบโจทย์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยหลักและดึงด้านแรงจูงใจที่ทำให้เดินทางท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับปัจจัยหลักและดึงด้านแรงจูงใจในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายปัจจัยพบว่า “เพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ” เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.86)

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.58) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายปัจจัยพบว่า ความภาคภูมิใจที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.67) และการแนะนำและการบอกต่อที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.71) เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด 2 อันดับแรก ส่วนความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดเพียงปัจจัยเดียว ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.64)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรตามพบว่า ตัวแปรทำนายมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 16.705$, $p = .000$) เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนาย พบว่า ตัวแปรทำนายทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายคู่พบว่า เพื่อต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง กับเพื่อต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ($r_{3,2} = .660$) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีเพียง 4 ปัจจัยได้แก่ เพื่อต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติเพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญเพื่อต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ และ เพื่อต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย” ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เดินทางท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวมาควาธิ ระยะที่ 1 จังหวัดมุกดาหาร-จังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า เพื่อต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ($B_7 = 0.22$)

งานวิจัยสอดคล้องกับ ศุภฤกษ์ อ้นประเสริฐ และธนภุต สังข์เฉย (2566: 50-67) พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านอินเทอร์เน็ต ทักษะคิดเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม และความผูกพันกับสถานที่ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ และความพึงพอใจนั้นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการกลับมาเยือนหรือแนะนำต่อให้ผู้อื่นอย่างไรก็ตาม การรับรู้คุณค่าจากการมาเยือน ไม่ได้แสดงอิทธิพลเชิงบวกที่มีนัยสำคัญระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ทั้งนี้ผลการวิจัยเสนอให้อุทยานฯ เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น เว็บไซต์

รีวิวออนไลน์ หรือสื่อสังคม เพื่อกระตุ้นการรับรู้ สร้างความประทับใจ และส่งเสริมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.

ยังสอดคล้องกับ วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์ และคณะ (2565: 19-38) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยแรงจูงใจแบบผลัก (Push factors) ที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ได้แก่ ความต้องการแสวงหาความรู้ การผจญภัย และการพักผ่อน ทั้งยังพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านความรู้ กีฬา การผจญภัย และการพักผ่อน ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไทยและได้วันหยุดขณะที่ปัจจัยแรงจูงใจแบบดึง (Pull factors) ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเยาวชนให้เลือกจุดหมายปลายทาง ผลการศึกษานี้จึงมีประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับตลาดเยาวชนนานาชาติ โดยเฉพาะในแง่การออกแบบแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และการสื่อสารที่ตอบโจทย์แรงจูงใจเฉพาะกลุ่มอย่างใดก็ตามยังสอดคล้องกับ นงนุช กันธะชัย และธีระ เตชะมณีสถิตย์ (2558: 117-144) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง วัย 20-30 ปี มีอาชีพเป็นลูกจ้างและรายได้ระดับปานกลาง เลือกรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน โดยรวม นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในระดับค่อนข้างมากขณะที่ภาพลักษณ์ความพึงพอใจและการดำหนิอยู่ในระดับปานกลาง การวิเคราะห์ SEM พบว่า คุณภาพบริการส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ความพึงพอใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรม แต่ลดการดำหนิภาพลักษณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจและความตั้งใจและลดการดำหนิ ส่วนความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ และลดการดำหนิอย่างมีนัยสำคัญทั้งนี้ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบคุณภาพบริการที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างยั่งยืนในจังหวัดเชียงราย

สอดคล้องกับ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2557: 39-59) พบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีลักษณะประชากรศาสตร์ใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท อย่างไรก็ตาม พบความแตกต่างด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะวัตถุประสงค์การเดินทาง สถานที่ที่เลือกเยี่ยมชม และกระบวนการตัดสินใจในด้านแรงจูงใจ พบว่า ปัจจัยผลักดัน ที่สำคัญของทั้งสองกลุ่มคือความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ส่วน ปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวครั้งแรก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางและทรัพยากรการท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวซ้ำให้ความสำคัญกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นหลัก สำหรับ องค์ประกอบด้านคมนาคมเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ

สอดคล้องกับ อิศระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2563: 29-59) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาย อายุ 26-35 ปี สัญชาติเยอรมัน มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ระหว่าง 751-1,500 ดอลลาร์ และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ตัวแบบสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวได้ในระดับ $R^2 = 0.591$ โดยภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ความดึงดูดใจตามธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐาน บรรยากาศ สภาพทางสังคม ความคุ้มค่าเงิน และภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกโดยเฉพาะปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและบรรยากาศมีอำนาจในการทำนายการตัดสินใจสูงสุด

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวและศรัทธาเป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการตัดสินใจเดินทาง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางร่วมกับครอบครัวหรือญาติ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ และการสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว แรงจูงใจทั้งในเชิงศาสนาและความสัมพันธ์ทาง

สังคมเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม เช่น การกลับมาเยือนซ้ำและการแนะนำสถานที่ให้กับผู้อื่น สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวในบริบทของไทยไม่ได้มุ่งเพียงความบันเทิง แต่แฝงไว้ด้วยคุณค่าทางจิตวิญญาณและวัฒนธรรม

2. แรงจูงใจภายในและโอกาสทางธุรกิจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกจุดหมายปลายทาง ปัจจัยด้านแรงจูงใจแบบผลัก (Push Factors) เช่น ความต้องการพักผ่อน หรือค้นหาประสบการณ์ใหม่ มีบทบาทสำคัญต่อการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง ขณะเดียวกันแรงจูงใจแบบดึง (Pull Factors) เช่น โอกาสในการประกอบธุรกิจหรือกิจกรรมเชิงสร้างรายได้ ก็เป็นอีกองค์ประกอบสำคัญที่ผลักดันให้ผู้คนสนใจพื้นที่ปลายทางที่มีศักยภาพในมิติทางเศรษฐกิจมากขึ้น

3. พฤติกรรมการเดินทางสะท้อนแนวโน้มการท่องเที่ยวแบบระยะใกล้และไม่พักค้างคืน ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัยมักเป็นแบบระยะใกล้ (เข้าไปเย็นกลับ) ใช้รถยนต์ส่วนตัว และเน้นงบประมาณจำกัดไม่เกิน 10,000 บาทต่อครั้ง โดยใช้ช่องทางดิจิทัลในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก ข้อมูลเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม สำนักงานพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเลย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครพนมและจังหวัดมุกดาหาร รวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดมุกดาหารและนครพนม ควรนำผลการวิจัยไปกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเส้นทางนาควิถีแบบบูรณาการ โดยเน้นการพัฒนาใน 3 มิติสำคัญ ได้แก่ (1) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน เช่น ป้ายบอกทาง ห้องน้ำสาธารณะ และจุดพักรถ (2) การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจรวมถึงก่อให้เกิดรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น และ (3) การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการผ่านสื่อที่หลากหลาย เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ควรนำผลการวิจัยไปพัฒนาการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การพัฒนาแพ็คเกจท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนาควิถีด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ การพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบ (Comparative Study) ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเยือนเส้นทางนาควิถี เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรม ความต้องการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ตอบสนองนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม

2.2 ควรทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ในเส้นทางนาควิถี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวในพื้นที่

เอกสารอ้างอิง (References)

- กัลยา วานิชบัญชา. (2561). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). เส้นทางท่องเที่ยวอนาคต: มุกดาหาร-นครพนม. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.tat.or.th> สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2567.
- นงนุช กันธะชัย และธีระ เตชะมณีสถิตย์ (2558). ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*. 32(2): 117-144.
- ราณี อธิชัยกุล. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์ และคณะ. (2565). อิทธิพลคุณภาพการบริการของสวนน้ำและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 6(2): 19-38.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2557). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*. 9(2): 39-59.
- ศุภฤกษ์ อ้นประเสริฐ และธนกฤต สังข์เฉย. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 3 (6): 50-67.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม. (2022). ข้อมูลท่องเที่ยวเส้นทางนาควิถี. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.nakhonphanom.go.th> สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2567.
- อิสระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว. (2563). ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*. 27(1): 274-300.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International journal of medical education*. 2: 53-55.
- Wang, L., Zhang, H., & Lu, J. (2023). Understanding tourists' behavioral intentions during COVID-19: The role of perceived risk and protective measures. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 54: 67-78.
- World Tourism Organization. (2023). *Statistics of tourism*. Retrieved on 28 August 2024. Retrieved from <https://www.unwto.org/tourism-statistics>.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper & Row.

