วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2568)

JMS-UBU
Journal of Management Science, Ubon Ratchathani University

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Factors Affecting to Tourists' Intention on Pha-ngan Island, Surat Thani Province

สิริภัทร์ โชติช่วง[1*] เจษฎา ชิตไทย[1] นภัสวรรณ นาคพิน[1] ฟารอบี ร่าหมาน[1]

รัชนีวรรณ ดวงจันทร์[1] อรณิชา ใจกว้าง[1]

Siripat Chodchuang[1*] Chetsada Chitthai[1] Napassawan Nakpin[1] Farobi Ramhan[1]

Rutchaneewan Duangjan[1] Onnicha Jaigwang[1]

[1]คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

[1]Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

Email.:Siripat.c@psu.ac.th

Received: 10 มิถุนายน 2567
Revised: 15 มีนาคม 2568
Accepted: 20 มีนาคม 2568

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และประสบการณ์การบริการ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 1) สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติเชิงอนุมาน คือ วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.25) ปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.21) ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ($\bar{X}$ = 4.19) และปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.15) โดยปัจจัยทั้ง 4 ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ลำดับอิทธิพลของตัวแปรที่สูงที่สุด คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (β = 0.43) รองลงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (β = 0.24) ปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ (β = 0.20) และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (β = 0.11) ตามลำดับ

* Corresponding Author

คำสำคัญ: ความตั้งใจในการท่องเที่ยว, ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม, การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง, การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม, ประสบการณ์การบริการ

Abstract

This study investigated the factors influencing tourists' behavioral intentions toward Koh Phangan, Surat Thani Province, by examining attitude toward behavior, subjective norms, perceived behavioral control, and service experience among 400 international tourists selected through convenience sampling. Data were collected using a questionnaire and analyzed with statistical methods, including descriptive statistics (frequency, mean, standard deviation) and inferential statistics (multiple regression). The results revealed that behavioral attitude was at the highest level ($\bar{x}$ = 4.25), followed by service experience ($\bar{x}$ = 4.21), perceived behavioral control ($\bar{x}$ = 4.19), and subjective norms ($\bar{x}$ = 4.15). All four factors significantly influenced behavioral intentions toward Koh Phangan at the 0.05 level of significance, with the strongest effect from perceived behavioral control (β = 0.43), followed by subjective norms (β = 0.24), service experience (β = 0.20), and behavioral attitude (β = 0.11), respectively.

Keywords: Behavioral Intention, Attitude Towards Behavior, Reference Group Conformity, Perceived Behavioral Control, Service Experience

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นอย่างมาก จากรายงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2565 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอัตรานักท่องเที่ยวเติบโตสูง สถิตินักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของประเทศเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2564 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนกว่า 3.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 600 ของจำนวนนักท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ สภาพอากาศเหมาะสมและมีวัฒนธรรมประเพณีความเป็นอยู่ที่น่าสนใจเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเข้ามาใช้บริการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนทั้งในรูปแบบเรือสำราญที่เข้าเกาะสมุยทุกสัปดาห์ เที่ยวบินเช่าเหมาลำสู่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกาะสมุยและเกาะพะงัน (Charter Flight) โดยเฉพาะเกาะพะงันเป็นพื้นที่สงบ ชายหาดมีทรายสีขาวสวยงาม และมีเอกลักษณ์เฉพาะ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย เนื่องจากเกาะพะงันเป็นพื้นที่อับดับ 1 ของรูปแบบการทำงานที่ทำงานไปด้วย เที่ยวไปด้วย (Workcation) ของโลกเป็นอีกเหตุผลที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้ และเกาะพะงันเป็นจุดที่สามารถมองเห็นพระจันทร์ในคืนที่มีพระจันทร์เต็มดวงสวยที่สุดหรือคืนขึ้น 15 ค่ำของทุก ๆ เดือน ซึ่งจะมองเห็นเด่นชัดบริเวณชายหาดริ้น เป็นจุดกำเนิดของงานฟูลมูนปาร์ตี้ที่มีชื่อเสียงเลื่องลือไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัวชาวต่างชาติที่เข้ามาพักผ่อนระยะยาว (Long

Stay) รวมทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบกิจกรรมดำน้ำ เดินป่า และกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดสุราษฎร์ธานี และบริเวณใกล้เคียง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเกาะพะงัน เนื่องจากมีฟูลมูนปาร์ตี้ที่โด่งดังไปทั่วโลก ภาพจำของเกาะพะงันเป็นมหกรรมปาร์ตี้ริมชายหาดริ้น ซึ่งเกาะพะงันยังมีอันซีน (Unseen) ในวันที่ไม่กิจกรรมฟูลมูนปาร์ตี้ คือ การที่นักท่องเที่ยวได้นั่งเรือจากท่าเรือโฉลกหลำไปหาดขวด เดินจากหาดขึ้นจุดชมวิว มองลงมาจะเห็นหาดขวด และวิวทะเลของเกาะพะงันได้แบบ 180 องศา นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้สัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ภูเขา ทะเล น้ำตก จุดชมวิว ร้านอาหาร และอื่น ๆ ทำให้เศรษฐกิจของธุรกิจโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหาร และท่าเรือมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก (ปิ่น บุตรี, 2564) ซึ่งในวันที่ไม่มีกิจกรรมฟูลมูนปาร์ตี้ นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกับกิจกรรมและความสงบในเชิงธรรมชาติค่อนข้างน้อย เช่น กิจกรรมดำน้ำตื้น เกาะพะงันมีจุดดำน้ำหลายแห่งที่น่าสนใจอย่างอ่าวทอง อ่าวชายหาด และอ่าวเฉลี่ยเป็นจุดที่พบปะการังสีสันสดใส ปลาสวยงามในน้ำทะเลที่ใสสะอาด การเดินป่ามีเขาชายเลนที่สวยงามและเป็นที่อยู่ของสัตว์ป่าหลากหลายชนิด สามารถเดินป่าเพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ และมีจุดชมวิวที่ยอดเยี่ยมระหว่างการเดินป่าเพลิดเพลินกับความสงบ และความเป็นส่วนตัวของเกาะพะงันได้อย่างเต็มที่ จากที่กล่าวมาข้างต้นปี พ.ศ. 2565 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือน 3.6 ล้านคน สถิตินักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเกาะพะงัน 568,720 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 247,830 คน และต่างชาติ 320,890 คน สร้างรายได้ให้กับพื้นที่ 10,392.5 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าพื้นที่เกาะงันเป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ชุมชน ผู้ประกอบการร้านค้า รวมไปถึงคนในพื้นที่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) จึงเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการต้องหารือวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันในช่วงที่ไม่มีฟูลมูนปาร์ตี้ ซึ่งต้องอาศัยกลยุทธ์ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และประสบการณ์การบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันลดปัญหาการกระจุกตัวของรายได้ที่เกิดขึ้นเพียงช่วงก่อนจัดงานและหลังจัดงานฟูลมูนปาร์ตี้ โดยทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวกิจกรรมและความสงบเชิงธรรมชาติในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ให้ธุรกิจในพื้นที่อำเภอเกาะพะงันมีความมั่งคงและเติบโตอย่างยั่งยืน (อภิชาต ลิ้มสุวรรณ, 2559)

กลยุทธ์ความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเป็นกุญแจสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่เกิดการใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าบริการ อาหาร ที่พัก และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องรวมถึงเกิดการสร้างงานให้แก่บุคคลในพื้นที่ สินค้าพื้นเมือง สินค้าเกษตรกรรมราคาสูงขึ้น และฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศในองค์รวม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) การศึกษาความตั้งใจการใช้แนวคิดและทฤษฎีความตั้งใจตามแผน โดย Ajzen (1991) ยังเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ถูกนำไปใช้ในการศึกษาความตั้งใจของมนุษย์ในบริบทการท่องเที่ยว โดยปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม เป็นการกระทำของตนเองทางด้านบวกหรือลบ หากมีแนวโน้มไปในทางบวกจะมีทัศนคติทำให้เกิดความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว (Ajzen, 1991) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถอธิบายและส่งผลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เป็นความต้องการหรือความคาดหวังของสังคมต่อบุคคล และกลุ่มคนใกล้ชิดที่มีอิทธิพลทำให้เกิดความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว (ภาคย์ ชูชื่น, 2557) ซึ่งเป็นรูปแบบของความคิดเห็นจากบุคคลสำคัญของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การรับรู้ถึงความยากง่ายของการแสดงพฤติกรรม

การประเมินความยากง่ายและความเป็นไปได้ของตนเองในการท่องเที่ยว (Ajzen, 1991) และปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ ส่งผลต่อคุณภาพการบริการในมุมมองของการสร้างสรรค์ร่วมเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและธุรกิจต่าง ๆ เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาส่วนตัวของแต่ละบุคคล

จากที่กล่าวมาข้างต้นนักท่องเที่ยวเดินทางมายังพื้นที่เกาะพะงันเพียงเนื่องจากอำเภอเกาะพะงันมีงานปาร์ตี้ฟูลมูลอันโด่งดัง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ภูเขา ทะเล จุดชมวิว ร้านอาหาร เป็นต้น สร้างรายได้ให้กับพื้นที่เป็นอย่างมาก จึงเป็นที่มาของการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นกลยุทธ์ในการวางแผนการท่องเที่ยวให้เกิดการมาท่องเที่ยวซ้ำและเกิดความประทับใจแก่นักเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่ ซึ่งการศึกษาเรื่องนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งในพื้นที่ และพื้นที่ที่มีบริบทใกล้เคียงนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคาดหวังว่า นักท่องเที่ยวจะหันมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนั่นหมายถึงทำให้เศรษฐกิจในประเทศดีขึ้น เกิดการกระจายรายได้มาสู่ท้องถิ่น ประชาชนที่อยู่ในชุมชนสามารถที่พึ่งตนเองได้ มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียง ครอบครัวมีความอบอุ่น และมีความสุข

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. เพื่อศึกษาประสบการณ์การบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อประกอบการวิจัย ซึ่งได้รวบรวมเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี หลักการต่าง ๆ จากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ 5 แนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว (Behavioral Intention)
2. แนวคิดทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude Towards Behavior)
3. แนวคิดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Reference Group Conformity)
4. แนวคิดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)
5. แนวคิดประสบการณ์การบริการ (Service Experience)

แนวคิดความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว (Behavioral Intention)

ความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว หมายถึง ความปรารถนาที่มีอยู่ในการเดินทางไปท่องเที่ยว การสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยว พิจารณาสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เมื่อมีโอกาสเดินทาง ซึ่งก่อให้เกิดการมาเยือนของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น ในขณะเดียวกันการที่นักท่องเที่ยวจะเกิดความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวได้มากขึ้นต้องอาศัยกลุ่มอ้างอิงที่น่าเชื่อถือโดยทำให้เขาสามารถเกิดการคล้อยตามที่จะกระทำสิ่งนั้นได้อย่างไร้กังวล รวมไปถึงการสร้างประสบการณ์การบริการที่ดียังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการจดจำ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้การความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้ และสามารถเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจในพื้นที่นั้น ๆ ในที่สุด ดังนั้นความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญในการทำวิจัยด้านการท่องเที่ยว (กานต์สินี วิเศษสมบัติ, 2564)

อิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า คำแนะนำและความคิดเห็นของคนที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวไม่ได้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวคล้อยตาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะสมุยผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสถานประกอบการทุกระดับ (ธนากร โพชากรณ์ และ ยุวรินธร ไชยโชติ, 2565) ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นการประเมินศักยภาพของตนเองว่ากระทำพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้หรือไม่ มีปัจจัยใดที่ส่งเสริมหรือขัดขวางต่อการแสดงพฤติกรรมนั้น ซึ่งหากมีปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการแสดงพฤติกรรมจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความตั้งใจในการเดินทางมาเพิ่มสูงขึ้น (ศรัณย์กร อัครนนท์จิรเมธ, 2558) นอกจากนี้งานของ Gstaettner, Rodger and Lee (2017) ได้ศึกษามุมมองของผู้มาเยือนเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ: การประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นการจัดการความเสี่ยงของผู้มาเยือนอย่างมีประสิทธิภาพในการท่องเที่ยวและการพักผ่อนทางธรรมชาติ พบว่า กิจกรรมการเดินสันทรายเป็นประสบการณ์ที่ให้ประโยชน์ ทั้งในด้านเครื่องมือและอารมณ์ บรรทัดฐานส่วนตัวยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้เยี่ยมชมที่จะมีส่วนร่วมในพฤติกรรมดังกล่าว แม้ว่าการตัดสินใจดำเนินการดังกล่าวจะถูกมองว่าเป็นทางเลือกที่เสรีและจงใจ แต่ผู้เยี่ยมชมก็ให้คำแนะนำด้านการจัดการอันเนื่องมาจากการรับรู้ถึงความรับผิดชอบร่วมกันด้านความปลอดภัยสถานที่ การวิจัยแสดงให้เห็นว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน TPB ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรม (Behavior) ที่ถูกแสดงออกมาเป็นผลมาจากเจตนา (Intention) ซึ่งมีปัจจัย 3 ประการ ที่มีอิทธิพลต่อการก่อให้เกิดเจตนา ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Reference Group Conformity) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการระบุข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนในแต่ละแง่มุมและสถานการณ์ ในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง เมทิกา แตงวิเชียร และประภัสสร วิเศษประภา (2564) ได้ศึกษาความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำวัดมเหยงคณ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยววัดวัดมเหยงคณ์ในเรื่องการความรู้ ความเข้าใจในสภาพสังคมท้องถิ่นวัฒนธรรมและด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด และการวิจัยของ Luo, Lam and Wang (2021) ได้สรุปไว้ว่า การบอกต่อในทางที่ดีไม่เพียงแสดงความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังสามารถดึงดูดผู้มาเยือนได้อย่างมีศักยภาพ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศพร้อมกับการปฏิสัมพันธ์ของคนในช่องทางปัจจุบันส่งผลให้การบอกต่อนั้นมีผลกระทบอย่างมากต่อพฤติกรรม ความตั้งใจของผู้มาเยือน ตัวอย่างเช่น การบอก

ปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) ข้อความ ออนไลน์ การอ้างอิงออนไลน์ หรือบทวิจารณ์ออนไลน์ สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว (Behavioral Intention) เป็นข้อมูลให้ในการวางแผนร่วมกับการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย

H1: ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว

H2: การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว

H3: การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว

แนวคิดทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude Towards Behavior)

ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม ซึ่งเป็นการแสดงออกด้านการแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวมีทัศคติที่ดีในการวางแผนการเดินทางโดยสิ่งเหล่านั้นทำให้พวกเขาเกิดความสะดวกสบาย ความสนุกสนาน ความคุ้มค่าคุ้มราคา และประทับใจอันเป็นสิ่งจูงใจในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจมาท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวดังนี้ ด้านสิ่งจูงใจ เช่น ชื่อเสียงความน่าสนใจและสินค้าที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม การจัดบริการห้องสุขาที่เพียงพอ ด้านการคมนาคม เช่น ความสะดวก ความปลอดภัยด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น ข้อมูลจากนิตยสารการท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต วิทยุโทรทัศน์ ด้านการให้บริการ เช่น ความรวดเร็วของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การให้บริการข้อมูล การต้อนรับ สถานที่จอดรถเหมาะสมและเพียงพอ และด้านราคา เช่น ราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวราคาอาหารและเครื่องดื่ม ราคาที่พักที่เหมาะสม (อภิดิฐ อุทิศธรรมศักดิ์, 2559)

ความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสามารถแสดงออกถึงพฤติกรรมภายนอกได้โดยที่บุคคลอื่นสังเกตเห็นได้จากการกระทำ และสัมผัสได้ถึงความต้องการที่จะตอบสนองต่อความตั้งใจนั้น ๆ (ชิดชม กันจุฬ้า, 2563) ทั้งนี้ นพมาศ ศรีขวัญ (2547) ได้กล่าวไว้ว่าทัศนคติเป็นองค์ประกอบส่วนบุคคลที่กำหนดความตั้งใจของบุคคลที่มีต่อการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ โดยปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมมีความสำคัญที่ก่อให้เกิดความตั้งใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเนื่องจากทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการต้องมองเห็นถึงความสำคัญของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทองและกอแก้ว จันทร์กิ่งทอง (2566) ได้กล่าวไว้ว่า การรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวส่งผลให้เกิด ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการตั้งใจว่าจะเข้ามาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคตหรือการแนะนำบอกต่อในทางบวก และสุพรรษา บุบผาพันธ์ (2559) กล่าวว่า ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้จากอิทธิพลของสภาพแวดล้อม โดยการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะขึ้นอยู่กับความรู้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะเกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมตามมา ฉะนั้นถ้าต้องการจะเปลี่ยนทัศนคติบุคคลอื่น สามารถทำได้ด้วยการให้ความรู้กับพวกเขาอย่างไรก็ตาม ทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นจำเป็นต้องสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติส่วนบุคคลอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของบุคคลได้ และบุคคลจะมักเลือกที่จะปฏิบัติตามทัศนคติที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยวให้เป็นบวกมากที่สุดตามความรู้และประสบการณ์ของตนเอง

แนวคิดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Reference Group Conformity)

การเดินทางของนักท่องเที่ยวต้องอาศัยการยอมรับจากกลุ่มอ้างอิง โดยเมื่อนักท่องเที่ยวมีความเชื่อจากบุคคลที่มีอิทธิพลสำคัญต่อนักท่องเที่ยว เช่น คนสำคัญ เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความน่าสนใจ อันทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความตั้งใจในการเดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความตั้งใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว การที่ผู้บริโภคมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยผู้บริโภคสามารถค้นหาจากประสบการณ์กับผลิตภัณฑ์อาจใช้แหล่งภายนอก เช่น ขอให้เพื่อนหรือครอบครัวแนะนำ อ่านนิตยสารหรือดูโฆษณา เป็นบรรทัดฐานอัตนัย คือ ระดับที่บุคคลเชื่อว่าคนที่มีความสำคัญอย่างมาก และคิดว่าควรจะปฏิบัติตามพฤติกรรมตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งครอบครัว และเพื่อน ๆ เป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีศักยภาพที่เป็นกลุ่มทำหน้าที่สำคัญเป็นกรอบอ้างอิงสำหรับบุคคลที่ตั้งใจซื้อหรือบริโภค (สุขุมาล หอมวิเศษวงศา, วันเพ็ญ ภิญโญภาสกุล, และวิชชุดา เจริญกิจการ, 2558)

กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อบุคคลทางด้านทัศนคติ และแนวคิดของบุคคลพฤติกรรมและรูปแบบการดำรงชีวิต เนื่องจากความต้องการเป็นที่ยอมรับภายในสังคมบุคคลจึงปฏิบัติ โดยการประเมินทางบวก - ลบ หรือเป็นการตัดสินว่าเป็นสิ่งที่ดี – เลว ของบุคคลต่อการกระทำพฤติกรรมหรือสนับสนุน - ต่อต้านการกระทำนั้น โดยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยว (Ajzen, 2002) ทั้งนี้ นพมาศ ศรีขวัญ (2547) ได้สรุปไว้ว่าทัศนคติเป็นองค์ประกอบส่วนบุคคล ที่กำหนดความตั้งใจของบุคคลที่มีต่อการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ และยอมรับความคิดเห็นของกลุ่ม คือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกระทำพฤติกรรม เนื่องจาก 1) เป็นตัวกำหนดบรรทัดฐานของพฤติกรรมว่าสามารถกระทำพฤติกรรมใดได้บ้าง 2) เป็นตัวกำหนดทางเลือกของพฤติกรรมและการใช้สินค้าโดยบ่งชี้ว่าบุคคลควรใช้สินค้าประเภทใด ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวผ่านคำแนะนำและความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวการบอกต่อ การสร้างค่านิยม การบอกเล่าคุณค่า การส่งต่อข้อมูล (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) ทรงพร นิรพาธ (2562) ได้สรุปไว้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต แรงจูงใจ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยบุคคลหรือกลุ่มที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของบุคคลหนึ่ง ๆ โดยมุมมองหรือค่านิยมของกลุ่มอ้างอิงถูกใช้เป็นแนวทางการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล หรือเป็นกลุ่มที่มีทัศนคติและค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่น และเป็นแนวพฤติกรรมส่วนบุคคลในสภาพการณ์เฉพาะซึ่งนักท่องเที่ยวอาจจะมีกลุ่มเดียวกันหรือแตกต่างกันไปตามสถานการณ์

แนวคิดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เป็นการอธิบายถึงการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนเองในการดำเนินพฤติกรรมว่ายากหรือง่ายที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ โดยสะท้อนผลจากประสบการณ์ในอดีตและการคาดคะเนเกี่ยวกับปัจจัยเอื้ออำนวยและอุปสรรคต่าง ๆ ความเชื่อของบุคคลว่าตนเองสามารถควบคุมและดำเนินการพฤติกรรมตามที่ตั้งใจได้จะส่งผลต่อแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ หากเชื่อว่ามีความสามารถ และสามารถควบคุมผลลัพธ์ได้ เขามีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมนั้น แต่หากเชื่อว่ามันยากและไม่สามารถควบคุมได้ตามที่ตั้งใจ เขาจะมีแนวโน้มที่จะไม่ทำพฤติกรรมนั้น (ภาคย์ ชูชื่น, 2557)

ความสำคัญของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมไว้ว่าเป็นการรับรู้ของบุคคลว่าเป็นเรื่องยากหรือง่ายที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับความเชื่อเกี่ยวกับการควบคุม (Control Beliefs) ว่าตนมีโอกาสหรือทรัพยากรต่าง ๆ (อิสระ ทองสามสี และ กันยปริณ ทองสามสี, 2563) ความรับรู้ความรู้สึกของบุคคลว่าเป็นการง่าย

หรือยากที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ความรู้สึกนี้เกิดจากประสบการณ์ในอดีต การคาดคะเน รวมถึงปัจจัยเอื้ออำนวยและปัจจัยขัดขวางหรืออุปสรรคโดยพิจารณาถึงความเป็นไปได้จากผลของการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมที่มีต่อการบรรลุถึงเป้าหมายพฤติกรรมทั้งนี้การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมจะแปรผันไปตามสถานการณ์ (Ajzen, 1991) นอกจากนั้น ภาคย์ ชูชื่น (2557) กล่าวไว้ว่าความเชื่อของบุคคลที่มีต่อการแสดงพฤติกรรม รวมไปถึงสามารถควบคุมพฤติกรรมนั้นให้เป็นไปอย่างที่ตั้งใจได้ ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าสามารถกระทำพฤติกรรมได้โดยง่าย โดยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญ 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) รายได้ที่เพียงพอ และ 2) เวลาว่างที่เหมาะกับการพักผ่อน มีความสำคัญต่อการศึกษาในบริบทของการท่องเที่ยว การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำและมีคุณภาพได้ โดยการทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขใจในการเดินทางช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

แนวคิดประสบการณ์การบริการ (Service Experience)

ประสบการณ์การบริการ เป็นการตอบสนองทางด้านอารมณ์ความรู้สึกของลูกค้าที่ได้รับการกระตุ้นโดยผู้ให้บริการต้องสร้างประสบการณ์ให้เกิดความประทับใจเกินความคาดหวัง และเกิดเป็นความทรงจำที่ดี ซึ่งถ้าหากเกิดประสบการณ์ที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มสูงขึ้น ในธุรกิจบริการลูกค้าจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมมากกว่าธุรกิจที่ผลิตและจำหน่าย ดังนั้นลูกค้าจำเป็นต้องเข้ามาใช้บริการในสถานบริการซึ่งเป็นสถานที่เกิดการผลิต การส่งมอบ และบริโภคบริการในที่เดียวกัน หลังจากลูกค้าได้ตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นที่เรียบร้อยแล้วลูกค้าจะเข้าสู่ขั้นตอนต่อมา คือ ขั้นตอนการเผชิญหน้ากับการบริการเป็นช่วงเวลาที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับการบริการลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการล้วนมีความคาดหวังในใจมาด้วย ซึ่งผลประโยชน์ หรือคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้บริการจะเกิดเป็นประสบการณ์ ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวนั้นมักจะถูกส่งมอบผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ หรือระหว่างผู้รับบริการกับอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานบริการ (ไข่มุกด์ วิกรัยศักดา และ กิตติศักดิ์ นาวิน, 2562)

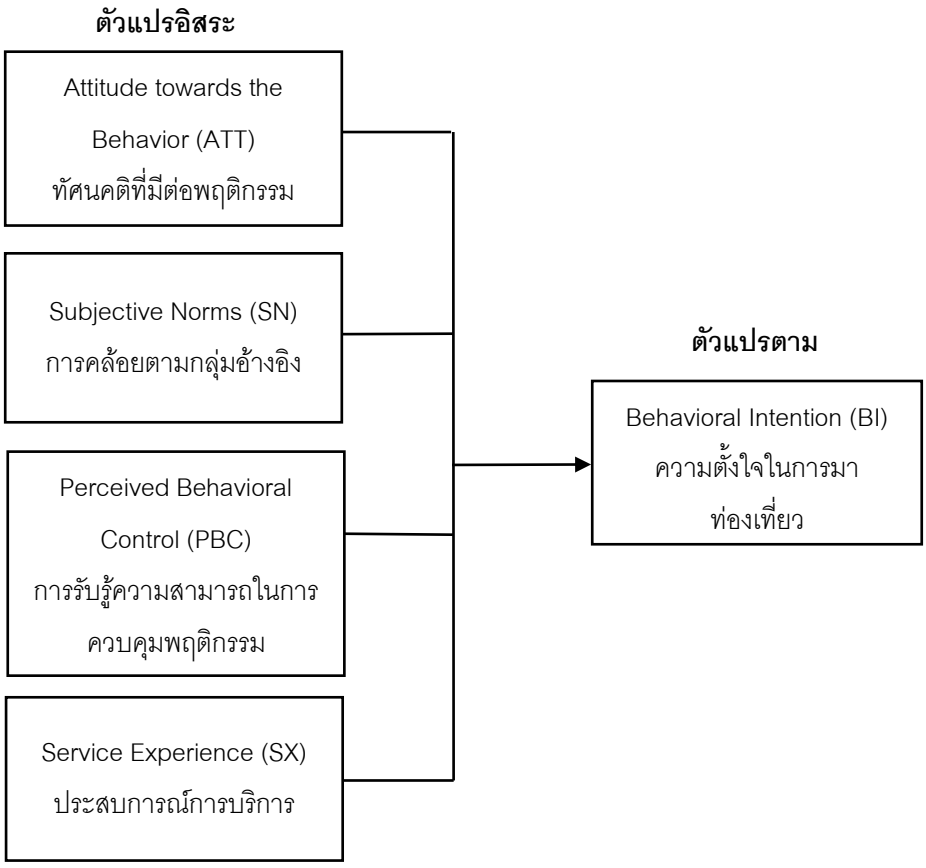
ประสบการณ์การบริการกับการบริหารประสบการณ์ลูกค้าการนำเสนอกระบวนการหรือกิจกรรมระหว่างลูกค้ากับสินค้าผ่านประสบการณ์ใหม่ที่น่าจดจำ และเต็มไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกที่ดีก่อให้เกิดคุณค่า เพื่อให้เกิดการรับรู้ที่ดีต่อบริการอันนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้จำเป็นต้องมีการประเมินกลยุทธ์ที่ก่อให้เกิดการรักษาลูกค้าไว้ได้อย่างต่อเนื่อง การทำให้ทุกจุดสัมผัส (Contact Points) ที่ลูกค้าพบเจอเกิดความประทับใจมากที่สุด และเกินความคาดหวังของลูกค้า หรือเรียกกลยุทธ์นี้ว่า “การตลาดเชิงประสบการณ์” (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2566) ทั้งนี้ ทิพย์สุดา แจ่งศิริ (2562) ได้ศึกษา แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวไต้หวันด้วยตัวเองของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวไต้หวันด้วยตัวเองของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ นฤดม อ๊อกซู และ รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2563) ได้ศึกษาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่ได้รับจากการเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว พบว่า ประสบการณ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอด ได้แก่ 1) ประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล เช่น กิจกรรมฟูลมูนปาร์ตี้ที่จัดขึ้นปีละ 1 ครั้ง และ 2) ได้เรียนรู้นวัตกรรมของประเทศ ส่วนประสบการณ์สนับสนุน ได้แก่ 1) การได้รับ

บริการจากร้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ 2) การได้รับบริการด้านยานพาหนะที่เป็นเอกลักษณ์ และ 3) อัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว 2) ด้านการให้บริการ และ 3) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (Godovykh, 2022) จากผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผล ทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและส่งผลทางอ้อมต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผ่านคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (Suhartanto, Brien, Primiana, Wibisono, & Triyuni, 2020)

H4: ประสบการณ์การบริการส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทั้ง 4 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude Towards Behavior) แนวคิดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Reference Group Conformity) แนวคิดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) และแนวคิดประสบการณ์การบริการ (Service Experience) เป็นตัวช่วยในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยร่วมกับการกำหนดประเด็นคำถามในการแบบสอบถาม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

สมมติฐาน

(1) ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

(2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

(3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจในมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

(4) ประสบการณ์การบริการส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร จำนวน 600,000 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในช่วง 10 เดือนของปี พ.ศ. 2565 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973)

สูตร $n = \frac{N}{1+N(e)^2}$

โดย $n =$ จำนวนของขนาดตัวอย่าง

$N =$ จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ศึกษา

$e =$ ค่าความคาดเคลื่อน (โดยกำหนดให้เท่ากับ 0.05)

แทนสูตร $n = \frac{600,000}{1 + 600,000(0.05)^2}$

$n = 399.73 \approx 400$

จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง ในที่นี้คณะผู้วิจัยจะทำการเก็บรวมรวมข้อมูลตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) แบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน จากจำนวนทั้งหมด 600,000 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในช่วง 10 เดือนของปี พ.ศ. 2565 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณโดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ในแบบสอบถามมีคำถามคัดกรองนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลบริเวณท่าเรือดอนสัก และหาดริ้น ในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี แล้วเท่านั้น โดยแบ่งการวิจัยตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสังเคราะห์ และสร้างแบบสอบถามเพื่อนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาความเหมาะสมและความสอดคล้อง และ (2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ รวมทั้งการค้นคว้าข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยมุ่งเน้นศึกษาข้อมูลที่มาจากหลักวิชาการบทความ วารสารวิชาการระดับนานาชาติ หนังสือ เพื่อนำมาประกอบในการศึกษาค้นคว้า ครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ (1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ (2) คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี (3) คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี (4) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทดสอบเครื่องมือ

การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามที่สร้างมาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและการหาค่าดัชนีความสอดคล้องโดยใช้ค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ที่มีค่าดัชนีตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป (รุ่งรัตน์ ทองน้อย, 2564) โดยมีค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) จากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน อยู่ที่ 0.70

การหาความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะศึกษาจำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณา โดยการนำไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ หาความเชื่อมั่นรวมโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลโดยวัดจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) จะต้องได้ค่า Cronbach's Alpha ในแต่ละมิติมากกว่า 0.70 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับ โดยมีค่า Cronbach's Alpha อยู่ที่ 0.90

วิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังต่อไปนี้

(1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการอธิบายข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้ง 4 ปัจจัย

(2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ เนื่องจากต้องทดสอบหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์มีจำนวน 400 ชุด และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีผลการวิจัย ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 ซึ่งมีอายุ 21-30 ปี 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 จัดอยู่สถานภาพโสด 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 และประกอบอาชีพพนักงาน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัย	Mean	Sd. Deviation	แปลผล
1. ด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (ATT)	4.25	.58	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (RGC)	4.15	.72	เห็นด้วยมาก
3. ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC)	4.19	.63	เห็นด้วยมาก
4. ด้านประสบการณ์การบริการ (SX)	4.21	.59	เห็นด้วยมากที่สุด
ภาพรวม	**4.20**	**.51**	**เห็นด้วยมาก**

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน จำแนกตามด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และด้านประสบการณ์การบริการ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีสูงที่สุด คือ ด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมโดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 รองลงมา ด้านประสบการณ์การบริการ ค่าเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 รองลงมา ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 และด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ค่าเฉลี่ย 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

N(400)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยว อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	B	Beta	t	Sig.	VIF
ด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (ATT)	0.11	0.09	2.10	0.04*	1.51
ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (RGC)	0.24	0.24	5.51	0.00*	1.51
ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC)	0.43	0.37	7.11	0.00*	2.16
ด้านประสบการณ์การบริการ (SX)	0.20	0.16	3.22	0.01*	1.92
R^2=.50 F = 100.51					

หมายเหตุ * คือ มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถอดถอยเชิงเส้นตรงแบบพหุคูณ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่ง F = 100.51 เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2=.50) พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ ส่งผลต่อความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยโดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ และด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในแต่ละด้าน สรุปได้ว่ามีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยสามารถสรุปสมมติฐานเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า VIF มีค่าตั้งแต่ 1.51-2.16 ซึ่งไม่เกิน 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา (Miles, 2014) ดังนั้น ผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งนี้ หากจำแนกเป็นปัจจัยต่าง ๆ ปรากฏผล ดังนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า รู้สึกว่ารายได้ของฉันสามารถทำให้ฉันเยี่ยมชม อำเภอเกาะพะงันได้อีกครั้ง มีค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 รองลงมาคิดว่ามีเวลา มีกำลังและเงินเพียงพอ เลยไปเที่ยวเกาะพะงัน มีค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 และรู้สึกว่ามีเวลาจะไปเที่ยวเกาะพะงันอีกครั้ง มีค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้

ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 (β = 0.43) ดังนั้นจากผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อความตั้งใจในมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า คิดว่าคนที่มีอิทธิพลต่อฉันตกลงกันว่าควรไปเที่ยวเกาะพะงัน มีค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 รองลงมา เพื่อนและเพื่อนร่วมงานคนสำคัญของฉันจะสนับสนุนการตัดสินใจของฉันในการไปเที่ยวพื้นที่เกาะพะงัน มีค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 และคนที่สำคัญสำหรับฉันชอบไปเที่ยวเกาะพะงัน มีค่าเฉลี่ย 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96 ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 (β = 0.24) ดังนั้นจากผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ มีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ระหว่างการวางแผน การจองและการเข้าพักทุกคนใส่ใจฉัน มีค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 รองลงมา คำแนะนำทั้งหมดที่ฉันได้รับขณะวางแผนการจอง และระหว่างการเข้าพักเป็นไปตามวัตถุประสงค์อย่างเป็นอิสระ มีค่าเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 และในระหว่างการวางแผน การจอง และการเข้าพักขั้นตอนต่าง ๆ ดำเนินการได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 3 (β = 0.20) ดังนั้นจากผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม มีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า เมื่อไปเยือนพื้นที่เกาะพะงัน ควรวางแผนการเดินทางให้ดี มีค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 รองลงมา ชอบความคิดที่จะไปเที่ยวเกาะพะงันเมื่อฉันวางแผนการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 และวางแผนการเดินทางฉันคิดว่าการไปเที่ยวพื้นที่เกาะพะงันมีความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 4 (β = 0.11) ดังนั้นจากผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 3 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	รายละเอียด	ผลการวิจัย
H1	ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ยอมรับสมมติฐาน
H2	ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐาน	รายละเอียด	ผลการวิจัย
H3	ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ยอมรับสมมติฐาน
H4	ปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรงพหุคูณพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ จากผลการทดสอบดังกล่าว สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\hat{y} = 0.11(AT)+0.24(SN)+0.43(PBC)+0.20(SE)$$

จากสมการ พบว่า (ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม) +0.11 (ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง) + 0.24 (ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม) +0.43 (ปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ)+0.20

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ มีผลดังนี้

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม มีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมองว่าการมาเยือนพื้นที่เกาะพะงันนั้นคุ้มค่าแก่การมาท่องเที่ยวและมีความสนุกสนานอีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าประทับใจส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับกัญญ์กานต์ กุญโคจร (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวของผู้ติดตามช่องวีล็อกท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมไปถึงงานของนลินี พานสายตา (2563) ได้ศึกษาเรื่องความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุกรณีศึกษานักท่องเที่ยวในชมรมผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร และงานของธนากร โพชากรณ์ และ ยุวรินธร ไชยโชติช่วง (2565) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ทัศนคติ ที่ระบุไว้ว่าทัศนคติมีอิทธิพลที่สำคัญต่อความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากทัศนคติเป็นปัจจัยที่สามารถทำนาย อธิบาย และส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงการศึกษาของ Bae and Chang (2021) ระบุว่าทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจไปท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมเดินทางมากับเพื่อนหรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงญาติพี่น้อง และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและสร้างความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับ สกลภัส ปลูกจิตรสม (2559) ได้ศึกษาเรื่องอุปนิสัยการออม แรงจูงใจ และกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และการตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว การใช้บุคคลทั่วไปที่มีพฤติกรรมในการชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้เกิดความสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวการใช้ผู้บริหารที่มีหน้าที่ในการรับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อเชิญชวนให้เกิดความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความเหมาะสม ความรู้และประสบการณ์ของกลุ่มอ้างอิง บุคลิกภาพของกลุ่มอ้างอิง ความเชื่อถือ คำแนะนำของกลุ่มอ้างอิง และกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท่าน ดังนั้นการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะไม่ได้เกิดจากการตัดสินใจท่องเที่ยวเพียงลำพัง แต่ได้รับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างบุคคลทั่วไป และบุคคลใกล้ชิดรวมไปถึงการศึกษาของ นลินี พานสายตา (2663) ระบุไว้ว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากการเดินทางไปท่องเที่ยวพื้นที่อำเภอเกาะพะงันได้นั้นขึ้นอยู่กับรายได้ และเวลาของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องรายได้ และเวลาในการมาท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ซึ่งหากมีรายได้ที่เพียงพอสำหรับการเดินทาง และมีเวลาที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับธนากร โพชากรณ์ และ ยุวรินธร ไชยโชติช่วง (2565) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด เนื่องจากรายได้และเวลาเป็นปัจจัยหลักในการควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ผู้วิจัยได้สรุปไว้ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1

ปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ ผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากเกาะพะงันมีการบริการที่หลากหลาย จึงสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระหว่างการวางแผนการจองที่พักรวมไปถึงระหว่างการเข้าพักที่น่าประทับใจในการมาท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประสบการณ์การบริการที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานของกชพรรณ ใจแกล้ว (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการเดินทางพักแรม และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ รวมไปถึงไข่มุกด์ วิกรัยศักดา และ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2562) ได้สรุปไว้ว่า การตอบสนองทางอารมณ์ และความรู้สึกของลูกค้าที่ได้รับการกระตุ้นไปสู่ประสาทสัมผัสที่มาจากการใช้สินค้าหรือบริการประสบการณ์ที่ลูกค้ารู้สึกประทับใจเกินกว่าความคาดหวังจะทำให้

ลูกค้าเกิดมีความทรงจำที่ดีเป็นตัวแทนในการแบ่งปันประสบการณ์ที่น่าจดจำไปสู่ผู้อื่นทำให้ผลสะท้อนกลับที่ธุรกิจในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยทำการศึกษา ในประเด็นวางแผน การจอง และการเข้าพักขั้นตอนต่าง ๆ ดำเนินการได้ง่าย ๆ เป็นประสบการณ์ที่เป็นตัวสร้างแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกับมาท่องเที่ยวซ้ำได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้หมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคของธุรกิจ และพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปสู่ความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย และนำไปปรับใช้เพื่อความเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น ดังนี้

1. **ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม** มีความเห็นด้วยมากที่สุด และมีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 4 ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว หรือการวางแผนท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้วางแผนการเดินทางล่วงหน้าเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สามารถสร้างเม็ดเงินให้กับธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นจุดที่สามารถดึงดูดสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ และที่สำคัญยังเป็นการสร้างทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมที่ดีให้เกิดความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มสูงขึ้น

2. **ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง** มีความเห็นด้วยมาก และมีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 ผู้ประกอบการสามารถนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจ ผู้ประกอบควรเพิ่มการโปรโมทในรูปแบบของการใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เกิดความสนใจ และสร้างความทันสมัยให้กับธุรกิจอยู่เสมอ รวมถึงการโปรโมทเทศกาลและกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ เช่น Page Facebook, YouTube, ข้อความออนไลน์, การอ้างอิงออนไลน์, บทวิจารณ์ออนไลน์ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลมากขึ้น โดยแสดงให้เห็นถึงโอกาสที่นักท่องเที่ยวเกิดความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น เช่น โปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในเกาะพะงัน และนำเอาจุดเด่นทางธรรมชาติของเกาะพะงันมาเป็นจุดขายให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัสกับอากาศที่บริสุทธิ์

3. **ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม** มีความเห็นด้วยมาก และมีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ผู้ประกอบการสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเน้นในเรื่องการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยประสบการณ์ด้านต่าง ๆ เช่น ธรรมชาติ หาดทราย และอากาศที่บริสุทธิ์ ซึ่งจะก่อให้เกิดความรู้สึกพอใจ ความประทับใจ และเหนือความคาดหมาย เน้นส่งเสริมและสื่อสารถึงเสน่ห์ของเกาะพะงัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ความสามารถในการเดินทางการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันมากยิ่งขึ้น

4. **ปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ** มีความคิดเห็นมากที่สุด และมีผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 3 ผู้ประกอบการสามารถนำเอากลยุทธ์นี้มาปรับใช้กับงานด้านการบริการให้เกิดความเหมาะสม เช่น การมีห้องพักสำหรับครอบครัว หรือ พูลวิลล่าและเพิ่มความใส่ใจในการบริการ เช่นการบริการรับส่งนักท่องเที่ยวจากท่าเรือมายังโรงแรม หรือการบริการที่น่าจดจำการเซอร์ไพรส์ลูกค้าที่มาในวันสำคัญ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในบริการสถานที่พัก และการจองที่พักในทุก ๆ ขั้นตอนเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการใช้บริการส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เช่น การสื่อสารแบบปากต่อปากบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทัศนคติด้านความเข้าใจ และทัศนคติด้านความรู้สึก เพื่อนำผลงานวิจัยมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ จนไปถึงการพัฒนาสถานที่ต่าง ๆ ในการให้บริการเพื่อตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น เป็นต้น

2. ควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เช่น กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นต้น

3. ควรศึกษาวิจัยในรูแปบบของการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกทั้งทางด้านเนื้อหา และข้อมูลทางสถิติ

รายการอ้างอิง

กชพรรณ ใจแกล้ว. (2561). *ปัจจัยคุณภาพการเดินทางพักแรมและภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ Q1-Q4 ปี 2565 (ภาคใต้)*. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2567, จาก https://www.mots.go.th/news/category/766

กัญญ์กานต์ กุญโคจร. (2563). *ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวของผู้ติดตามช่องวีล็อคท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรังสิต, บัณฑิตวิทยาลัย.

กานต์สินี วิเศษสมบัติ. (2564). การพัฒนารูปแบบการสร้างชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการจัดการเรียนรู้เชิงรุกของครูโรงเรียนหนองสังข์วิทยายน. *วารสารวิจัยและพัฒนาสหวิทยาการ*, *1*(3), 12-24.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *เกาะพะงัน*. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2567, จาก https://thai.tourismthailand.org/Attraction/เกาะพะงัน

ไข่มุกด์ วิกรัยศักดา และ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2562). ความสำคัญของประสบการณ์ลูกค้าในธุรกิจบริการ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาดในโลกอนาคต. *Veridian E-Journal,Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, *12*(2), 537-555.

ชิดชม กันจุฬา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน*, *2*(1), 13-33.

ทรงพร นิรพาธ. (2562). *รูปแบบการดำเนินชีวิต แรงจูงใจ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีตัวแปรการรับรู้ ด้านอัตลักษณ์ของ สถานที่ท่องเที่ยวเป็นตัวแปรควบคุม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, บัณฑิตวิทยาลัย.

ทิพย์สุดา แฉ่งศิริ. (2562). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวไต้หวันด้วยตัวเองของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, บัณฑิตวิทยาลัย.

ธนากร โพชากรณ์ และ ยุวรินธร ไชยโชติช่วง. (2565). อิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, *9*(2), 118-149.

นพมาศ ศรีขวัญ. (2547). *ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อพฤติกรรมการลดน้ำหนัก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมและพฤติกรรมการลดน้ำหนักของวัยรุ่น*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะพยาบาลศาสตร์.

นฤดม อ๊อกซู และ รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2563). ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่ได้รับจากการเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 10*(1), 21-30.

นลินี พานสายตา. (2563). ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในชมรมผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 28*(1), 168-194.

ปิ่น บุตรี. (2564). *อันซีน "เกาะพะงัน" วันไร้ฟูลมูนปาร์ตี้กับของดีที่ถูกมองข้ามมานาน*. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2567, จาก https://mgronline.com/travel/detail/9640000072566#google_vignette

ภาคย์ ชูชื่น. (2557). *ระดับการยอมรับของลูกค้าต่อการประชาสัมพันธ์ของการประปาส่วนภูมิภาคสาขาเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย.

เมทิกา แตงวิเชียร และ ประภัสสร วิเศษประภา. (2564). *ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำวัดมเหยงคณ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ.

รุ่งรัตน์ ทองน้อย. (2564) แรงจูงใจ สภาพแวดล้อมและทักษะการทำงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมกระบอกไฮโดรลิคในจังหวัดปทุมธานี. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง และ กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง. (2566). ปัจจัยเหตุและผลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 19*(2), 58-77.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2556). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ศรัณย์กร อัครนนท์จิรเมธ. (2558). *อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้และคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความไว้เนื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ Fitness แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.

สุขุมาล หอมวิเศษวงศา, วันเพ็ญ ภิญโญภาสกุล, และ วิชชุดา เจริญกิจการ. (2558). อิทธิพลของทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมต่อความสม่ำเสมอในการรับประทานยาในผู้ป่วยโรคหลอดเลือดหัวใจ. *วารสารพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 27*(3), 119-129.

สุพรรษา บุบผาพันธ์. (2559). *การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

อภิชาต ลิ้มสุวรรณ. (2559). *ลิ้มสุวรรณ ลุยท่องเที่ยวเกาะพะงัน เล็งปรับโฉมเดอะโฟร์ท้องนายปาน*. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2567, จาก https://www.thansettakij.com/business/59103

อภิดิฐ อุทิศธรรมศักดิ์. (2559). *ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีต กรณีศึกษา เพลินวานอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.

อิสระ ทองสามสี และ กันยปริณ ทองสามสี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติตามกฎจราจรของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในจังหวัดสงขลา. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์, 37*(1), 161-186.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179-211.

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 32*(4), 665-683.

Godovykh, M. (2022). Measuring affective components of customer experience: Conceptual and methodological issues. In *Contemporary Approaches Studying Customer Experience in Tourism Research* (pp. 89-105). Bingley: Emerald Publishing.

Gstaettner, A. M., Rodger, K., & Lee, D. (2017). Visitor perspectives of risk management in a natural tourism setting: An application of the theory of planned behaviour. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 19*, 1-10.

Luo, J. M., Lam, C. F., & Wang, H. (2021). Exploring the relationship between hedonism, tourist experience, and revisit intention in entertainment destination. *SAGE Open. 11*(4), DOI: 10.1177/2158244021105039

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. London: Sage.

Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2020). Tourist loyalty in creative tourism: The role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism, 23*(7), 867-879.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Ed.). New York: Harper and Row.