

การพัฒนาตัวบ่งชี้ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของวนอุทยานแห่งชาติ ภูผอยลม จังหวัดอุดรธานี

Developing and Identifying Indicators of Factors Determining Pull Travel Motivations of
Phu Foi Lom National Park, Udon Thani Province, Thailand

มานอน เสียวประจวบ¹ และ นิส้า ศักดิ์ชูวงศ์²
Manon Siaoprachuap¹ and Nisa Sakchuwong²

Received : 22 ก.พ. 2562

Revised : 5 ก.ค. 2562

Accepted : 13 ก.ค. 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาตัวบ่งชี้ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของวนอุทยานแห่งชาติภูผอยลม จังหวัดอุดรธานี 2) ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของวนอุทยานแห่งชาติภูผอยลม จังหวัดอุดรธานี ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวนอุทยานแห่งชาติภูผอยลม จังหวัดอุดรธานี จำนวน 480 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 292,211 คน โดยกลุ่ม EFA ตอบกลับมาจำนวน 240 คน และกลุ่ม CFA ตอบกลับมาจำนวน 240 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบวัดปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ได้องค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบ (KMO = 0.845) มีจำนวนองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ไม่แตกต่างจากโมเดลตามทฤษฎีที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (CFA) ได้องค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว, ทรัพยากรธรรมชาติ, สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ โดยมีดัชนีความกลมกลืนดังนี้ ค่า $\chi^2 = 93.756$ ค่า $\chi^2 / df = 1.019$ ค่า GFI = 0.952 ค่า AGFI = 0.928 ค่า CFI = 0.999 ค่า Standardized RMR = 0.046 และค่า RMSEA = 0.009

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการท่องเที่ยว, ความง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว, ทรัพยากรธรรมชาติ,

Abstract

The purposes of this research were to 1) develop indicators determining pull travel motivations of Phu Foi lom National Park, Udon Thani province and 2) evaluate construct validity of model measuring indicators determining pull travel motivations of Phu Foi lom National Park, Udon Thani province by means of second-order confirmatory factor analysis technique. The sample consisted of 480 tourists in Phu Foi lom National Park, Udon Thani province. (Population= 292,211 tourists, EFA respondents 240 tourists, and CFA respondents = 240 tourists). The research instrument was a measurement of deterministic factor of pull travel

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

² อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

¹ Assistant Professor, Department of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

² Lecturer of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

motivations, through analysis of database by the method of exploratory factor analysis and second-order confirmatory factor analysis.

The result from the Exploratory Factor Analysis (EFA) showed 4 elements of pull travel motivations (KMO= 0.845) while the indicator elements were not different from theoretical models. The result from the Confirmatory Factor Analysis (CFA) indicated 4 elements of pull travel motivations which were easy access and affordability, natural resources, facilities and events and activities. The findings were supported by the theoretical models. The model in accordance was fit with the empirical data with Chi-square $\chi^2 = 93.756$, $\chi^2 / df = 1.019$, GFI = 0.952, AGFI = 0.928, CFI = 0.999, Standardized RMR = 0.046 and RMSEA = 0.009.

Keywords : Travel Motivation, Easy Access and Affordability, Natural Resources

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศนับแสนล้านบาทต่อปี เนื่องจากการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีจุดเด่นที่เอื้ออำนวยต่อการดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวหลายประการ อาทิ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและมีความหลากหลายทางประเพณีและวัฒนธรรมอันดั่งาม มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลกระทบทหรือมีกิจกรรมเกี่ยวเนื่องมากมายที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจประเทศ เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจบริการ การขนส่ง การลงทุนและการจ้างงาน เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ประเทศประสบกับปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ โดยในปี 2559 ประเทศไทยมีมูลค่าจากการท่องเที่ยว 2.51 ล้านล้านบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (การท่องเที่ยวและกีฬา, 2560 : 3) การท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาประเทศ รัฐบาลจึงได้ส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านการบริการ และการท่องเที่ยว ซึ่งถูกบรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)

จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดหนึ่งที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความโดดเด่นทั้งด้านการเป็นเมืองศูนย์กลางการค้า การบริการ และเกษตรอุตสาหกรรม โดยจังหวัดอุดรธานี มีนโยบายหลักในการจะพัฒนาให้จังหวัดกลายเป็นเมืองศูนย์กลางด้านการค้าขายและบริการของภูมิภาค เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมเพื่อการอุปโภค บริโภค เชื่อมโยงไปสู่กลุ่มประเทศอินโดจีน โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลัก คือ การมีระบบคมนาคมที่มีมาตรฐานสูง เชื่อมโยงระหว่างอนุภาคและส่วนกลาง ไม่ว่าจะเป็นการคมนาคมโดยทางรถยนต์ รถไฟ และเครื่องบิน โดยเฉพาะสนามบินอุดรธานีเป็นสนามบินที่มีอัตราการให้บริการของผู้โดยสารสูงสุดของภูมิภาค (กลุ่มข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร, 2561 : 57)

จากนโยบายและศักยภาพในการพัฒนาต่าง ๆ ของจังหวัดอุดรธานีที่พร้อมรองรับอุตสาหกรรมด้านการบริการ และการท่องเที่ยว แต่แนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวภายในจังหวัดกลับลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมเยือนในจังหวัดอุดรธานี ในปี พ.ศ. 2554-2560 พบว่าในปี พ.ศ. 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 3,073,887 คน โดยในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 2,270,322 คน ลดลงไปจำนวน 803,565 คน คิดเป็นอัตราการลดลงจากปี 2554 ถึงร้อยละ 26.14 ถึงแม้ในปี 2560 จะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2,472,022 คน แต่ก็ยังแตกต่างจากปี พ.ศ. 2554 อยู่มาก (กลุ่มข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร, 2561 : 37)

เมื่อพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดอุดรธานี วนอุทยานแห่งชาติภูผายล เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ แหล่งหนึ่งของจังหวัดอุดรธานี เป็นพื้นที่ภูเขาที่มีสภาพอุดมสมบูรณ์อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติผืนดอน-ปะโค อำเภอหนองแสง

จังหวัดอุดรธานี สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 600 เมตร มีเนื้อที่ 192,350 ไร่ ตั้งชื่อตามชื่อของโลเคนชนิดหนึ่ง ชื่อว่า “ฝอยลม” ปัจจุบันมีการจัดตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติและให้เป็นที่ศึกษาของประชาชน ประกอบด้วยสวนรวมพรรณไม้ 60 พรรษา มหาราชินี อุทยานโลกล้านปี มีหินจำลองโดโนเสาร์ และพิพิธภัณฑ์แสดงซากสัตว์ดึกดำบรรพ์ และมีเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ซึ่งจะได้พบป่าเบญจพรรณ ป่าดิบแล้ง ป่าเต็งรัง สลับป่าทุ่งหญ้า น้ำตกเล็ก ๆ และถ้ำ มีแปลงปลูกสาธิต บริเวณจุดชมวิวยามารถมองเห็นทิวทัศน์ตัวเมืองอุดรธานี มีบ้านพักไว้บริการนักท่องเที่ยว และสามารถตั้งแคมป์พักผ่อนได้ มีกิจกรรมเดินป่า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่วนอุทยานแห่งชาติภูฝอยลม (สำนักงานบริหารพื้นที่อนุรักษ์ 10 อุดรธานี, 2560 : 4)

จากข้อมูลดังกล่าวหากจะสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่วนอุทยานแห่งชาติภูฝอยลมเพิ่มขึ้น จะต้องทำความเข้าใจถึงปัจจัยจูงใจให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวที่วนอุทยาน ซึ่ง Jeffri (2001: 17) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า สิ่งสำคัญที่สุด คือ การที่ผู้ประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวที่วนอุทยาน มีความเข้าใจถึงแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพราะจะช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน และช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินสถานการณ์และความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ในการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว Iso-Ahola & Allen (1982 : 141) ได้แบ่งประเภทแรงจูงใจในการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ปัจจัยผลักดัน (push factors) และปัจจัยดึงดูด (pull factors) Klenosky (2002 : 385) ได้อธิบายแรงจูงใจแบบผลักดันไว้ว่า เป็นแรงขับเฉพาะในชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคลและเป็นสาเหตุที่ทำให้คนเหล่านั้นได้ตัดสินใจออกจากสภาพแวดล้อมแบบเดิม ๆ เพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อน และได้อธิบายแรงจูงใจแบบดึงดูดไว้ว่า เป็นคุณลักษณะภายนอกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวไปหาสิ่งอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะปัจจัยเหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่ชี้้นำให้แต่ละคนตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางอย่างใดอย่างหนึ่งในการเดินทาง

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดมาตรการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยี่ยมเยือนอีกครั้ง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของวนอุทยานแห่งชาติภูฝอยลมจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองปัจจัยดึงดูด ที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของวนอุทยานแห่งชาติภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

ทบทวนวรรณกรรม

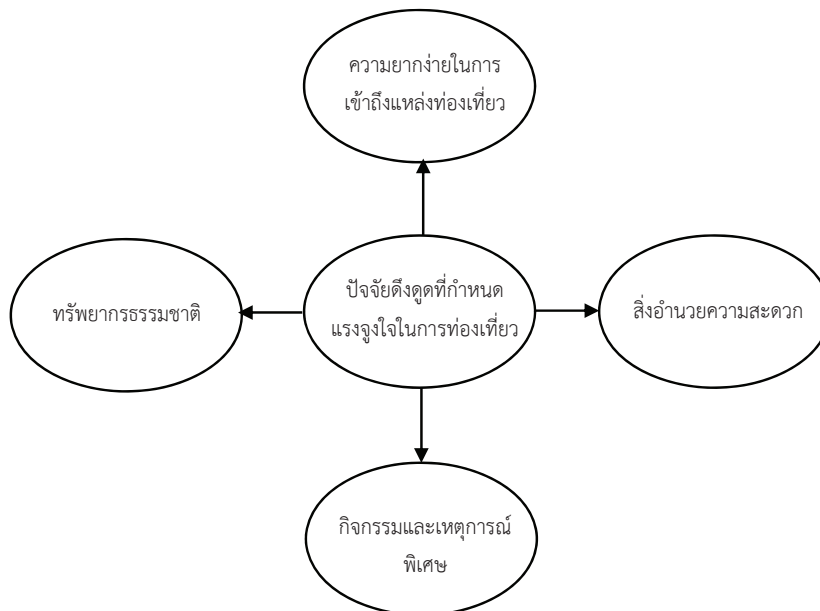
การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สนใจปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (pull factors) ซึ่งมีผู้เสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวแบบดึงดูดมากมายหลายท่าน จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบดึงดูด เกิดจากคุณลักษณะภายนอกของจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังจุดหมายนั้น ในการพัฒนาตัวบ่งชี้ ผู้วิจัยได้จำแนกตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ตัวแปรแฝง (Latent Variables) ซึ่งไม่สามารถวัดได้โดยตรงจึงทำการวัดจากชุดตัวบ่งชี้ (Set of Indicators) ที่สามารถวัดหรือสังเกตได้โดยใช้สัญลักษณ์รูปวงกลม และ 2) ตัวบ่งชี้ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ที่สามารถวัดได้จากความจริงที่ปรากฏ เพื่ออธิบายคุณลักษณะของตัวแปรแฝงนั้น ๆ โดยใช้สัญลักษณ์รูปสี่เหลี่ยม

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยกำหนดองค์ประกอบ (ตัวแปรแฝง) และตัวบ่งชี้ (ตัวแปรสังเกตได้) ของปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงองค์ประกอบปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

องค์ประกอบ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Easy access and Affordability)	Mohammad & Som (2010); Lee, Phau & Quintal (2012); Baniya & Paudel (2016)
ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources)	Lohmann & Kaim (1999); Mohammad & Som (2010); Chen & Mo (2014); เจนจิรา บรรจงนึก (2555:47); วิดีเนีย มายอร์. (2555 : 61)
สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)	Kozak (2002); Yousefi & Marzuki (2012); Lee, Phau & Quintal (2012); Sheng-Hshiong et al. (2013); เจนจิรา บรรจงนึก (2555: 47)
กิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ (Events and Activities)	Getz. (1997); Mohammad & Som (2010); Baniya & Paudel (2016)

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบหลัก 4 ประเด็น ได้แก่ ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ และกำหนดตัวบ่งชี้ต่าง ๆ เพื่อสร้างกรอบแนวคิดได้ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวนอุทยานแห่งชาติภูผอยล จังหวัดอุดรธานี ในปี 2560 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 292,211 คน (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุดรธานี, 2561 : 38) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 480 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มโดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ดังนี้

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ จำนวน 240 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง จำนวน 240 คน (Nevitt & Hancock, 2001 : 370)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบวัดความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวนอุทยานแห่งชาติภูผอยล จังหวัดอุดรธานี ที่มีต่อตัวบ่งชี้ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ 1) ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ทรัพยากรธรรมชาติ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก และ 4) กิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดตัวเลือก 5 ระดับ โดยมีลักษณะการตอบจากระดับมากที่สุดจนถึงระดับน้อยที่สุด โดยมีขั้นตอนตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดังนี้

2.1 ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของสำนวนและภาษาที่ใช้

2.2 ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ทำการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับประชากรที่ทำการศึกษ จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่าแบบสอบถามในแต่ละด้านมีระดับความเชื่อมั่นระหว่าง 0.892-0.954 ซึ่งเมื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลภาคสนามกับกลุ่มตัวอย่างจริงในการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน กลุ่มละ 240 ตัวอย่าง มีระดับความเชื่อมั่นระหว่าง 0.848-0.924 และระหว่าง 0.806-0.862 ตามลำดับ สรุปได้ว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดีและนำไปใช้ได้ (Nunnally, 1978 : 245)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลในการวิจัยดังนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการรวบรวมเอาไว้แล้ว อาทิ หนังสือวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ วารสาร และสื่อสิ่งพิมพ์

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวนอุทยานแห่งชาติภูผอยล จังหวัดอุดรธานี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ขั้นตอนได้แก่

4.1 วิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของวนอุทยานแห่งชาติภูผอยล จังหวัดอุดรธานี ทำการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีวิเคราะห์หองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax) โดยกำหนดองค์ประกอบต้องมีค่าโอแกมนมากกว่า 1 และน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวบ่งชี้ไม่ต่ำกว่า 0.4 (Hair et al., 2010 : 117)

4.2 วิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Second-Order Confirm Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองมีขั้นตอนดังนี้

4.2.1 กำหนดข้อมูลจำเพาะความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างในแต่ละองค์ประกอบของแบบจำลอง

4.2.2 ระบุความเป็นไปได้ของแบบจำลองว่าสามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ได้เป็นค่าเดียวหรือไม่

4.2.3 ประมาณค่าพารามิเตอร์จากแบบจำลองด้วยวิธีประมาณค่าโลคลิค์สูงสุด (Maximum likelihood)

4.2.4 ทดสอบความกลมกลืนสอดคล้อง (Goodness of Fit Test) เพื่อทดสอบความตรงของแบบจำลอง (Model Validation) โดยใช้ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง

4.2.5 ทำการปรับแบบจำลอง (Model Adjustment) ในกรณีที่แบบจำลองไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทำการปรับแก้แบบจำลอง เพื่อให้มีการประมาณค่าพารามิเตอร์ขึ้นใหม่ จนกว่าแบบจำลองที่ปรับแก้จะสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.6 แปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการคำนวณมาใช้อธิบายความสัมพันธ์แบบจำลอง

ตาราง 2 แสดงค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง

ดัชนีทดสอบความกลมกลืน	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ที่มา
ค่าไคสแควร์ (Chi-square: χ^2)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$)	Joreskog & Sorbom (1989 : 23-28)
ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2 / df)	มีค่าน้อยกว่า 2.00	Bollen (1989 : 256-281)
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI)	มีค่ามากกว่า 0.95	Joreskog & Sorbom (1989 : 23-28)
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (AGFI)	มีค่ามากกว่า 0.90	Hair, J.F. et al. (2010 : 38-134)
ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI)	มีค่ามากกว่า 0.95	Hair, J.F. et al. (2010 : 38-134)
ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized RMR)	มีค่าต่ำกว่า 0.08	Hu & Bentler (1999 : 1-55)
ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA)	มีค่าต่ำกว่า 0.05	Steiger (2000 : 149-162)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เมื่อพิจารณาสถิติทดสอบของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test of Sphericity) มีค่า 1,738.653 ($p < .01$) แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์แตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์ที่ระดับนัยสำคัญ .01 และมีค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-อลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : KMO) เท่ากับ 0.845 กล่าวได้ว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูง ซึ่งมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการสกัดองค์ประกอบเพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของสวนอุทยานแห่งชาติภูผอยลัม จังหวัดอุดรธานี มีจำนวน 4 องค์ประกอบ 16 ตัวบ่งชี้ดังต่อไปนี้

1.1 องค์ประกอบกิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 1) เทศกาลและงานรื่นเริง 2) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ และ 4) กิจกรรมสำหรับครอบครัว มีน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ระหว่าง 0.739-0.866 มีค่าสัมประสิทธิ์พหุการณ (R²) เท่ากับ 0.954

1.2 องค์ประกอบสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 1) สถานที่พัก 2) ร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อ 3) การติดต่อสื่อสาร และ 4) ห้องน้ำสาธารณะ มีน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ระหว่าง 0.768-0.872 มีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.971

1.3 ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 1) ความสะดวกสบายในการเดินทาง 2) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 3) ระยะเวลาในการเดินทาง และ 4) ความปลอดภัยในการเดินทาง มีน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ระหว่าง 0.676-0.853 มีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.922

1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 1) ความสวยงามและดึงดูดใจ 2) ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ 3) บรรยากาศและความรื่นรมย์ และ 4) ความมีชื่อเสียง มีน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ระหว่าง 0.659-0.798 มีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.857 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแสดงดังตาราง 3 และตาราง 4

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจตัวบ่งชี้ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
ของวนอุทยานแห่งชาติภูผายล จังหวัดอุดรธานี (n=240)

องค์ประกอบ	ตัวบ่งชี้	น้ำหนักองค์ประกอบ			
		1	2	3	4
กิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ (Events and Activities)	a1 เทศกาลและงานรื่นเริง	0.866	0.129	0.074	0.072
	a2 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.836	0.123	0.150	0.100
	a3 กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ	0.822	-0.015	0.002	0.119
	a4 กิจกรรมสำหรับครอบครัว	0.739	0.060	0.105	0.224
สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)	b1 สถานที่พัก	0.081	0.872	0.062	-0.013
	b2 ร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อ	0.021	0.858	0.122	0.123
	b3 การติดต่อสื่อสาร	0.025	0.813	0.016	0.171
	b4 ห้องน้ำสาธารณะ	0.169	0.768	0.071	0.155
ความยากง่ายในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว (Easy access and Affordability)	c1 ความสะดวกสบายในการเดินทาง	0.117	0.040	0.853	0.121
	c2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	0.161	0.087	0.776	0.163
	c3 ระยะเวลาในการเดินทาง	0.011	0.060	0.743	0.257
	c4 ความปลอดภัยในการเดินทาง	0.043	0.082	0.676	0.275
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Resource)	d1 ความสวยงามและดึงดูดใจ	0.069	0.136	0.207	0.798
	d2 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	0.078	0.093	0.237	0.772
	d3 บรรยากาศและความรื่นรมย์	0.182	0.135	0.260	0.696
	d4 ความมีชื่อเสียง	0.366	0.119	0.177	0.659
ค่าไอแกนหลังจากปรับแกน		2.928	2.862	2.600	2.482
% ความแปรปรวน (% ความแปรปรวนทั้ง 4 องค์ประกอบ = 67.949)		18.298	17.885	16.253	15.513

KMO = 0.845, หมุนแกน: Varimax, Bartlett's Test of Sphericity = 1,738.653 df = 120 p = 0.000

ตาราง 4 แสดง model summary องค์ประกอบเชิงสำรวจ

องค์ประกอบ	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1. กิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ	0.977 ^a	0.954	0.954	0.215
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	0.985 ^b	0.971	0.970	0.172
3. ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	0.960 ^c	0.922	0.920	0.282
4. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	0.926 ^d	0.857	0.855	0.381

a. Predictors: (Constant), a1,a2,a3,a4 c. Predictors: (Constant), c1,c2,c3,c4

b. Predictors: (Constant), b1,b2,b3,b4 d. Predictors: (Constant), d1,d2,d3,d4

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ผู้วิจัยได้ทำการปรับแบบจำลองเพื่อผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นโดยให้ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรภายในสังเกตได้มีความสัมพันธ์กันเพื่อให้แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาดัชนีความกลมกลืน ได้แก่ ค่าไคสแควร์ (χ^2) ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (AGFI) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized RMR) และค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) แบบจำลองมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดังตาราง 5

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ผลการทดสอบ	แปลผล
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p > 0.05)	93.756 (p = 0.429)	ผ่านเกณฑ์
χ^2 / df	< 2.00	1.019	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.95	0.952	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> 0.90	0.928	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.95	0.999	ผ่านเกณฑ์
Standardized RMR	< 0.08	0.046	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.009	ผ่านเกณฑ์

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของวนอุทยานแห่งชาติภูผอยลุม จังหวัดอุดรธานี จากแบบจำลอง 16 ตัวบ่งชี้พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.66-0.90 มีค่าสถิติ (t) มากกว่า 2.58 ทุกค่า แสดงว่าทุกตัวบ่งชี้มีน้ำหนักองค์ประกอบที่น่าเชื่อถือและอธิบายได้อย่างมีความหมายที่ระดับนัยสำคัญ .01

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบ พบว่าความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Easy access and Affordability) ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.71-0.84 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R^2) ระหว่าง 0.50–0.71 ตัวบ่งชี้ความสะดวกสบายในการเดินทางมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุด

องค์ประกอบด้านทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.72-0.77 มีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R^2) ระหว่าง 0.51–0.59 ตัวบ่งชี้ความสวยงามและดึงดูดใจมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด

องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.74-0.84 มีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R^2) ระหว่าง 0.55–0.71 ตัวบ่งชี้ร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด

องค์ประกอบด้านกิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ (Events and Activities) ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.66-0.90 มีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R^2) ระหว่าง 0.43–0.76 ตัวบ่งชี้เทศกาลและงานรื่นเริงมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบหลักทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านกิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.49–0.93 มีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R^2) ระหว่าง 0.24–0.86 องค์ประกอบด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ดังตาราง 6

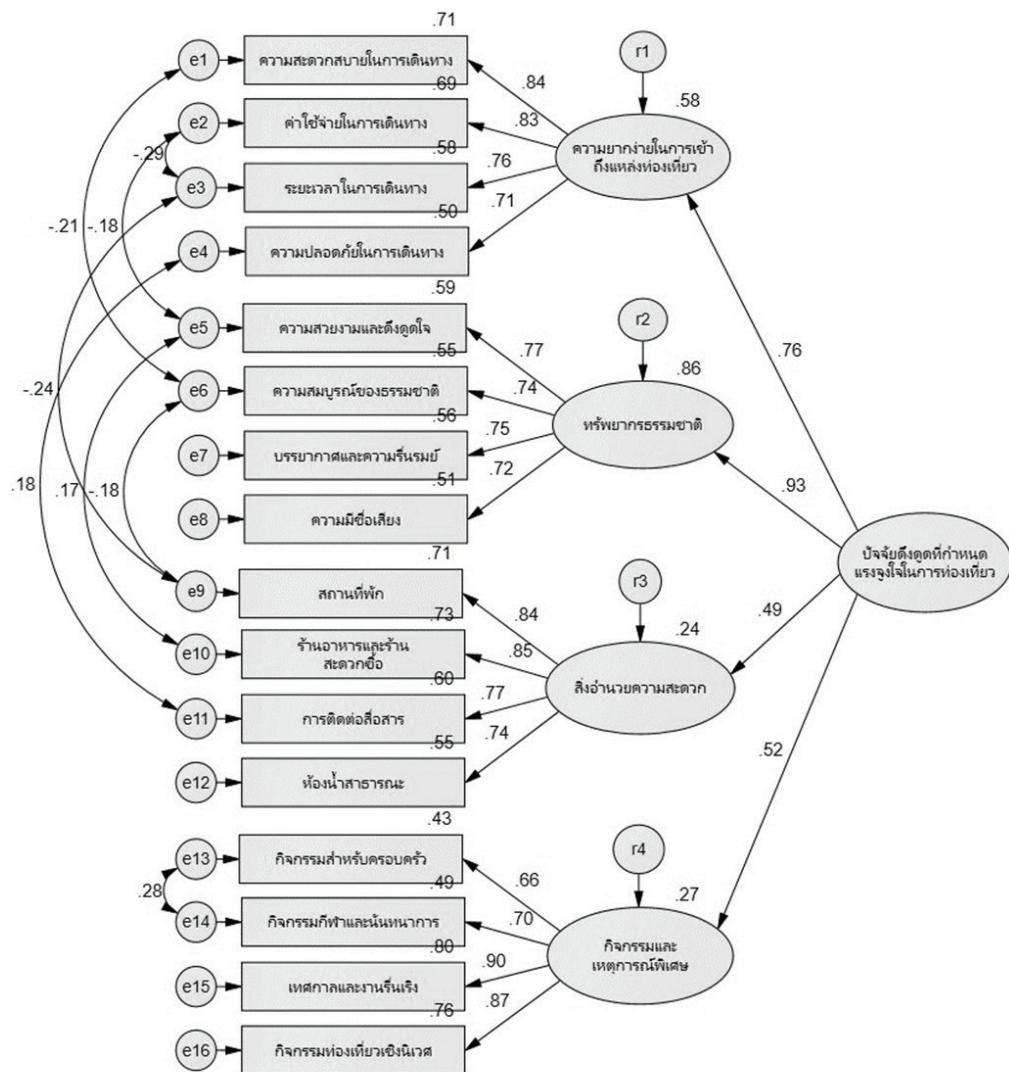
ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
ของวนอุทยานแห่งชาติภูผายล จังหวัดอุดรธานี (n=240)

ตัวบ่งชี้	น้ำหนักองค์ประกอบ	t	S.E.	R^2
1. ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	0.76	-	-	0.58
1.1 ความสะดวกสบายในการเดินทาง	0.84	-	-	0.71
1.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	0.83	14.28	0.07	0.69
1.3 ระยะเวลาในการเดินทาง	0.76	12.53	0.08	0.58
1.4 ความปลอดภัยในการเดินทาง	0.71	12.25	0.07	0.50
2. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	0.93	7.41	0.16	0.86
2.1 ความสวยงามและดึงดูดใจ	0.77	-	-	0.59
2.2 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	0.74	11.43	0.08	0.55
2.3 บรรยากาศและความรื่นรมย์	0.75	11.15	0.10	0.56
2.4 ความมีชื่อเสียง	0.72	10.81	0.09	0.51
3. สิ่งอำนวยความสะดวก	0.49	5.95	0.12	0.24
3.1 สถานที่พัก	0.84	-	-	0.71
3.2 ร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อ	0.85	15.59	0.06	0.73
3.3 การติดต่อสื่อสาร	0.77	13.40	0.07	0.60
3.4 ห้องน้ำสาธารณะ	0.74	12.59	0.07	0.55
3.5 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.87	11.07	0.11	0.76

ตาราง 6 (ต่อ)

ตัวบ่งชี้	น้ำหนักองค์ประกอบ	t	S.E.	R ²
4. กิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ	0.52	5.68	0.11	0.27
4.1 กิจกรรมสำหรับครอบครัว	0.66	-	-	0.43
4.2 กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ	0.70	11.11	0.11	0.49
4.3 เทศกาลและงานรื่นเริง	0.90	11.13	0.11	0.80
4.4 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.87	11.07	0.11	0.76

หมายเหตุ ** p<.01



Chi-square = 93.756 (92 df) p = .429
GFI = .952 AGFI = .928 RMSEA = .009

ภาพประกอบ 2 แบบจำลององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของสวนอุทยานแห่งชาติภูผายล จังหวัดอุดรธานี

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความชัดเจนดังต่อไปนี้

1. ผลการพัฒนาตัวบ่งชี้ปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของสวนอุทยานแห่งชาติภูผายล จังหวัดอุดรธานี ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ สอดคล้องกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้ง 4 องค์ประกอบ โดยมีองค์ประกอบหลัก ได้แก่
 - 1) ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 - 2) ด้านทรัพยากรธรรมชาติ
 - 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ
 - 4) ด้านกิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ
 ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยดึงดูดที่กำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในงานวิจัยของหลายท่าน แต่จะมีส่วนแตกต่างกันเนื่องจากลักษณะและสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ Mohammad & Som (2010 : 50) ซึ่งศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยและแบบดิ่ง ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศจอร์แดน จะมีองค์ประกอบหลักเพิ่มเติม ได้แก่ แหล่งมรดกวัฒนธรรมและประเพณี เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Lee, Phau & Quintal (2012 : 277) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือน Araluen Botanic Park ซึ่งเป็นสวนพฤกษศาสตร์ในประเทศออสเตรเลีย จะมีองค์ประกอบหลักเพิ่มเติมในเรื่องการผ่อนคลายและชื่นชมความสวยงาม และความง่ายในการเข้าศึกษาเรียนรู้ ดังนั้นองค์ประกอบหลักจะมีความคล้ายคลึงกัน หากแหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันมากถ้าลักษณะการท่องเที่ยวมีรูปแบบแตกต่างกัน
2. จากองค์ประกอบหลักทั้ง 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบหลักด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lohmann & Kaim (1999 : 60) ที่ศึกษาทัศนคติ ภาพลักษณ์ ประสพการณ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ วิคินีย์ มายอร์ (2555 : 111) ซึ่งศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ซึ่งสรุปว่าปัจจัยดึงดูดมากที่สุด คือ ความเป็นธรรมชาติและนักท่องเที่ยวพึงพอใจในประเด็นทรัพยากรทางธรรมชาติมากที่สุด ดังนั้นทรัพยากรธรรมชาติจึงเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาที่แหล่งท่องเที่ยวขึ้นโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. องค์ประกอบความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่าตัวบ่งชี้ความสะดวกสบายในการเดินทางมีค่าน้ำหนักมากที่สุดสอดคล้องกับ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2557 : 48) ที่ศึกษาเรื่องการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรก และนักท่องเที่ยวซ้ำ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ทั้งนักท่องเที่ยวที่เที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของพุตติก์ กาญจนสำราญวงศ์ (2546: 67) ที่ศึกษาการวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งและฤดูกาลท่องเที่ยวในแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติ ได้สรุปว่า ความสะดวกของเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งนันทนาการ ดังนั้นการพัฒนาเส้นทางคมนาคม ความสะดวกในการเดินทางและค่าใช้จ่ายสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาที่แหล่งท่องเที่ยวขึ้น
4. องค์ประกอบด้านทรัพยากรธรรมชาติ พบว่าตัวบ่งชี้ความสวยงามและดึงดูดใจมีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยเจนจิรา บรรจงนิถ (2555 : 88) ที่ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจที่มีต่อนักท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประเด็นความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์ของน่านมากที่สุด และมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยในประเด็นสิ่งดึงดูดใจสูงสุด ดังนั้นการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ให้คงความงดงามเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาที่แหล่งท่องเที่ยวขึ้น
5. องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าตัวบ่งชี้ร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อมีน้ำหนักมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย Mak, Lumbers, Eves & Chang (2012 : 932) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารในบริบทของการท่องเที่ยว ได้สรุปไว้ว่า การที่นักท่องเที่ยวคุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยว ย่อมมีผลให้เกิดความคุ้นเคยของอาหารและด้านแรงขับเคลื่อน

อาหารจะเป็นสิ่งที่กระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง ดังนั้นการมีร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อ คอยให้บริการลูกค้าเป็นปัจจัยจูงใจให้นักท่องเที่ยวเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

6. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษ พบว่าตัวชี้วัดเทศกาลและงานรื่นเริงน้ำหนักร้อยมากที่สุด สอดคล้องกับทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงมหกรรม (Event tourism) ของ Getz (2008 : 406) ที่กล่าวไว้ว่า กิจกรรมและเหตุการณ์พิเศษเป็นปัจจัยสำคัญในการจูงใจนักท่องเที่ยว เทศกาลและงานเฉลิมฉลองเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ Mehmetoglu & Ellingsen (2005 : 121) ได้กล่าวไว้ว่า เทศกาล งานประเพณี งานเฉลิมฉลองเป็นเครื่องมือหนึ่งของการตลาดที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังนั้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เทศกาล งานประเพณี งานเฉลิมฉลองรื่นเริง เป็นปัจจัยจูงใจให้นักท่องเที่ยวเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 การนำสาระสำคัญและเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยฉบับนี้ไปใช้ ควรพิจารณาถึงประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับสวนอุทยานแห่งชาติภูผอยลุม จังหวัดอุดรธานี

1.2 การนำสาระสำคัญจากงานวิจัยฉบับนี้ ไปใช้กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างกัน ควรเพิ่มข้อคำถามในประเด็นต่าง ๆ ให้ครอบคลุม และควรใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจควบคู่กับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อให้ได้องค์ประกอบและตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยผลักดันนักท่องเที่ยวและหาความสัมพันธ์กับปัจจัยดึงดูด เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.2 ควรมีการศึกษาตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพิ่มเติมจากแบบจำลองปัจจัยดึงดูดกำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนสามารถอธิบายทิศทางและปริมาณ ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2560 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด).

สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2561, จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=504&filename=index
กลุ่มข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร. (2561). แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี พ.ศ. 2561-2564. อุดรธานี: สำนักงานจังหวัดอุดรธานี.
เจนจิรา บรรจงนิกร. (2555). แรงจูงใจและความพึงพอใจที่มีต่อนักท่องเที่ยวจังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

พุศศักดิ์ กาญจนสารญวงศ์. (2546). การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งและฤดูกาลท่องเที่ยว

ในแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติ: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และเขาใหญ่. วิทยานิพนธ์

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรป่าไม้. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิคินีย์ มายอร์. (2555). แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2557). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 9(2), 39-59.
- สำนักงานบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 10 อุตรธานี. (2560). *คู่มือเยี่ยมชม ผืนป่า ธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เมืองอุตรธานี*. อุตรธานี: สำนักงานจังหวัดอุตรธานี.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุตรธานี. (2561). *สถิตินักท่องเที่ยว ณ สวয়รมพรรณไม้ป่า 60 พรรษา มหาราชินี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (คู่มือเยี่ยมชม)*. อุตรธานี: สำนักงานจังหวัดอุตรธานี.
- Baniya & Paudel. (2016). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Domestic Tourists in Nepal. *Journal of Management and Development Studies*, 27(1), 16-30.
- Bollen, K.A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. New York: John Wiley and Sons.
- Chen, Y. F., & Mo, H. E. (2014). A Survey of Push and Pull Motivations of Green Event Tourists. *International Journal of Information and Education Technology*, 4(3), 260.
- Getz, D. (1997). *Event management and event tourism*. New York: Cognizant Communications Corporation.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Hair Jr., J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Edition)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hu, L. & Bentler, P. (1999). Cutoff criteria for fit indices in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6, 1-55.
- Iso-Ahola, S. E., & Allen, J. R. (1982). The dynamics of leisure motivation: The effects of outcome on leisure needs. *Re-search Quarterly for Exercise and Sport*, 53(2), 141-149.
- Jefri, Y. (2001). *Tourism the best solution for economic problem in Saudi Arabia*. Working paper presented to the symposium of the economic effect of tourism. Jeddah: King Abdulaziz University.
- Jöreskog, K.G. & Sörbom, D. (1989). *LISREL-7 user's reference guide*. Mooresville. Indiana: Scientific Software.
- Klenosky, D. B. (2002). The pull of tourism destinations a means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40(1), 385-395.
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism management*, 23(3), 221-232.
- Lee, S., Phau, I., and Quintal, V. (2012). Factors Influencing Decisions to Visit Private Parks: The Case of Araluen Botanic Park WA. In Proceedings of the Australian and New Zealand. *Journal of Vacation Marketing*, 19(3), 269-284.
- Lohmann, M., and Kaim, E. (1999). Weather and holiday destination preferences, image attitude and experience. *The Tourist Review*, 2(2), 54-64.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- Mehmetoglu, M., & Ellingsen, K. (2005). *Do small-scale festivals adopt "market orientation" as a management philosophy?*. *Event Management*, 9(3), 119-132.
- Mohammad and Som. (2010). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 41-50.

- Nevitt, J., & Hancock, G. R. (2001). Performance of bootstrapping approaches to model test statistics and parameter standard error estimation in structural equation modeling. *Structural Equation Modeling*, 8(3), 353-377.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory* (2nd Edition). New York: McGraw-Hill.
- Steiger JH. (2000). Point estimation, hypothesis testing, and interval estimation using the RMSEA: Some comments and a reply to Hayduk and Glaser. *Structural Equation Modeling*, 7(2), 149-162.
- Tsaur, Sheng-Hshiung, Kanyarat Saenchan, and Wongladda Weerapaiboon. (2013). *The Comparison of Travel Motivations for International Youth Independent Travelers to Taiwan and Thailand*, 19th Asia Pacific Tourism Association Annual Conference 2013, Bangkok, Thailand.
- Yong, A. G., & Pearce, S. (2013). A beginner's guide to factor analysis: Focusing on exploratory factor analysis. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 9(2), 79-94.
- Yousefi, M., & Marzuki, A. (2015). An analysis of push and pull motivational factors of international tourists to Penang, Malaysia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 16(1), 40-56.