

โมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์  
ที่มีต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์  
ของประชาชนในจังหวัดสงขลา

The Causal and Effect Model of the Creative Community Based  
Tourism Intention that Effect to Activities Needs for Creative  
Community Based Tourism of People in Songkhla Province

ดวงฤดี อุทัยหอม<sup>1</sup> และ สมเกียรติ แก้วเกาะสะบ้า<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาลำดับบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ/  
มหาวิทยาลัยทักษิณ duangrudee2555@hotmail.com

<sup>2</sup>ค.ด. (วิธีวิทยาการวิจัยการศึกษา)/มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

\*Corresponding Author E-mail: koksaba@gmail.com

Received: December 6, 2022 / Revised: December 13, 2022 / Accepted: December 30, 2022

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัย คือ (1) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา กับข้อมูลเชิงประจักษ์ (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนผ่านความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา ตัวอย่างวิจัยเป็นผู้ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 255 คน ที่ได้จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ผลการวิจัย พบว่า (1) โมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของประชาชนในจังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ Goodness-of-fit index (GFI):  $\chi^2 (92, N = 255) = 114.085, p = .059, \chi^2 / df = 1.240, CFI = .992, TLI = .989, RMSEA = .031, SRMR = .033$  (2) ปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงและอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมผ่านความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วย เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้บรรทัดฐาน และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักวิจัยสามารถนำผลการศึกษานี้ไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้โดยให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ให้ข้อมูลที่ครบถ้วนที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่าย และการนำบรรทัดฐานเชิงชี้นำมาใช้เป็นเทคนิคในการส่งเสริมการตลาด

**คำสำคัญ :** ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน, การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์, ความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์

## Abstract

The purposes of this research were (1) to examine the goodness of fit with empirical data of the causal and effect model of the creative community based tourism intention according to the plan behavior theory (TPB) that effect to activities needs for creative community based tourism of people in Songkhla province (2) to examine the direct and indirect effects of factors according to the theory of planned behavior that effect to activities needs for creative community based tourism of people in Songkhla province which mediated by creative community based tourism intention. The research sample consisted of 255 people aged 18 years and over who were multi-stage sampling assigned in several steps, data were collected through online questionnaires. The research finding was as follows: (1) The causal and effect model was valid and fit to the empirical data. Indicated by the Goodness-of-fit index (GFI) :  $\chi^2$  (92, N = 255) = 114.085,  $p = .059$ ,  $\chi^2/df = 1.240$ , CFI = .992, TLI = .989, RMSEA = .031, SRMR = .033 (2) Factors according to plan behavior theory had direct and indirect positive influences on the activities needs for creative community based tourism of people in Songkhla province mediated by creative community based tourism intention at level of statistical significance .05 consisted of attitude towards creative community based tourism, perceived norms, and perceived behavior control. Researchers can apply the finding of the study to develop creative tourism by focusing on creating a positive image and satisfying tourists, providing complete information that people can easily access and understand and the adoption of injunctive norms as a marketing promotion technique.

**Keywords:** Planned Behavior Theory, Creative Community Tourism, Activity Needs for Creative Community based Tourism

## บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่เกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2542 เน้นให้ความสำคัญกับความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ตรงจากการเข้าร่วมกิจกรรมที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) เป็นรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการและเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีลักษณะเฉพาะ คือ นักท่องเที่ยวและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวต้องมีปฏิสัมพันธ์และสร้างประสบการณ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน เอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ สำหรับในประเทศไทยได้เริ่มพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในช่วงปี พ.ศ. 2555 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้คัดเลือกพื้นที่ 10 จังหวัดเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกมีความตั้งใจที่จะเลือกการท่องเที่ยวเป็นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะเกิดผลดีกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกที่มีความหลากหลาย สามารถกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศโดยมีจุดเริ่มต้นจากเศรษฐกิจฐานราก คือ รายได้เกิดขึ้นเกิดการหมุนเวียนในชุมชน นอกจากนั้นยังสามารถต่อยอดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตามอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ให้เป็นที่ยูจกอย่างกว้างขวางผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์อันจะส่งผลต่อเศรษฐกิจภาพใหญ่ของประเทศต่อไป

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมหรือความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นมีหลากหลายปัจจัยครอบคลุมทั้งปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น อิทธิพลของบุคคลรอบข้าง (Joo et al., 2020; จิตาภา สนิทจันทร์, 2564) และปัจจัยภายในบุคคล เช่น เจตคติ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ (ชิดชม กันจุฬา, 2563; พิธรัตน์ สุขะนินทร์, 2561; ณัฐพัชร มณีโรจน์, 2561) รวมถึงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง เช่นงานวิจัยของ Joo et al. (2020) ที่อธิบายปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวในชนบทว่า การรับรู้เกี่ยวกับบรรทัดฐาน (Subjective norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavior control) ส่งผลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวในชนบท โดยที่การรับรู้เกี่ยวกับบรรทัดฐานมีขนาดอิทธิพลมากกว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) (Fishbein, & Ajzen, 1985; 1991; 2011) ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ที่แสดงถึงความต้องการและความตั้งใจที่จะแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านการท่องเที่ยวก็คือความตั้งใจที่จะไปหรือไม่ไปท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ นั้นเอง

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่บริหารจัดการและเน้นการมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชน และยังมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มีที่นาสนใจมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต อาทิจากรนด์แคนยอนที่เกาะใหญ่ อำเภอกะสกันธุ์ เมืองลิ้ง อำเภอนะบะ เขาเล อำเภอสะเดา ชุมชนป่าดงกับการท่องเที่ยววิถีเกษตร สวนลุงใหญ่ อำเภอสะเดา ควนคันทลาว อำเภอนาหม่อม การส่งเสริมอัตลักษณ์โนราห์เพื่อการทำสินค้าท่องเที่ยวชุมชนบ้านขาว อำเภอรโนด ชุมชนเส้นทางตามรอยหลวงปู่ทวด อำเภอสทิงพระ และชุมชนลุ่มน้ำคลองเทพา ในอำเภเทพาและสบบ่ายอย เป็นต้น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มีศักยภาพเพียงพอที่จะได้รับการพัฒนาระดับให้เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกจังหวัดที่มีความสนใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างโมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา กับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนผ่านความตั้งใจท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา

## สมมติฐานการวิจัย

1. โมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. ปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงและทางอ้อมผ่านความตั้งใจท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากร

ประชากรมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน มีสัญชาติไทย มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา ตามสถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร (รายเดือน) สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง เดือนกรกฎาคม 2565 จำนวนทั้งสิ้น 1,094,037 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2565)

### ตัวอย่างวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย จึงจำเป็นต้องใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) โดย Bentler, and Chou (1987) กำหนดว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมไม่ควรต่ำกว่า 10 หน่วยต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ ส่วน Kline (2010) ระบุว่าขนาดตัวอย่างวิจัยควรอยู่ที่ 10-20 หน่วยต่อหนึ่งตัวแปรสังเกตได้ โมเดลสมการโครงสร้างในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 17 ตัวแปร ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 15 คนต่อหนึ่งตัวแปร ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้อย่างน้อย 255 คน แล้วทำการสุ่มแบบ หลายขั้นตอน กล่าวคือ ขั้นตอนที่ 1 แบ่งพื้นที่การศึกษาตามลักษณะทางภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่มพื้นที่ประกอบด้วย (1) กลุ่มลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย อำเภอระโนด อำเภอกะสั่น อำเภอสทิงพระ อำเภอสิงหนคร (2) กลุ่มพื้นที่พิเศษเขตชายแดนใต้ ประกอบด้วย อำเภอเทพา อำเภอบันนังสวย อำเภอนาทวี อำเภอจะนะ (3) กลุ่มพื้นที่โครงสร้างเศรษฐกิจหลัก ประกอบด้วย อำเภอเมือง อำเภอหาดใหญ่ อำเภอสะเดา อำเภอนาหม่อม (4) กลุ่มพื้นที่โครงสร้างเกษตร ประกอบด้วย อำเภอบางกล่ำ อำเภอควนเนียง อำเภอรัตนบุรี อำเภอคลองหอยโข่ง ขั้นตอนที่ 2 สุ่มเลือกอำเภอตัวแทนของแต่ละกลุ่ม และขั้นตอนที่ 3 เลือกตัวอย่างวิจัยโดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ

### เครื่องมือที่ใช้

1. แบบสอบถามปลายปิดชนิดตรวจสอบรายการสำหรับสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ที่พักในปัจจุบัน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. แบบสอบถามปลายปิดชนิดมาตรประเมินค่า 5 ระดับ ที่พัฒนาขึ้นตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเพื่อวัดคุณลักษณะต่อไปนี้ คือ ความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 6 ข้อ ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 4 ข้อ เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 5 ข้อ การรับรู้เกี่ยวกับบรรทัดฐาน 5 ข้อ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4 ข้อ จำนวนรวม 24 ข้อ ตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พบว่า มีข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 จำนวน 20 ข้อ และ เท่ากับ 0.67 จำนวน 4 ข้อ ส่วนคุณภาพด้านความเที่ยง (Reliability) วัดจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Pearson Correlation Coefficient : r) อยู่ในเกณฑ์ทั้งหมด ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คุณภาพด้านความเที่ยงและอำนาจจำแนกของเครื่องมือวิจัย

| ตัวแปร                                                         | จำนวน<br>คำถาม | ความเที่ยง<br>( $\alpha$ ) | อำนาจจำแนก<br>(r) |
|----------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------|-------------------|
| ความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์              | 6              | .828                       | .426 - .739       |
| ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์                   | 4              | .860                       | .538 - .803       |
| เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์                      | 5              | .901                       | .717 - .813       |
| การรับรู้เกี่ยวกับบรรทัดฐาน                                    | 5              | .932                       | .765 - .868       |
| การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ | 4              | .873                       | .644 - .842       |
| รวมทั้งหมด                                                     | 24             | .954                       | .426-.868         |

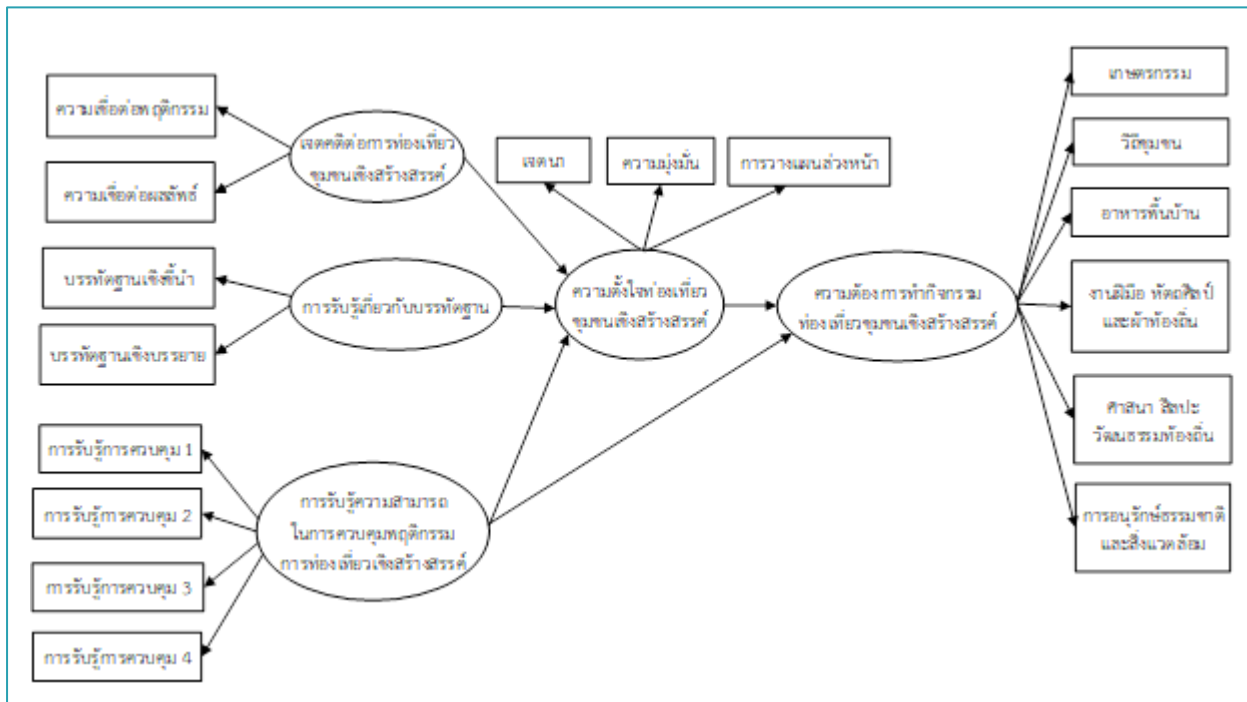
## วิธีการเก็บข้อมูล

เก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ระหว่างเดือนสิงหาคม – กันยายน 2565

## สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ เพื่อรายงานข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างวิจัย
2. วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยและวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ส่งผ่านความตั้งใจต่อพฤติกรรมของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ไปยังความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 15 คนต่อหนึ่งตัวแปรสังเกตได้ ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เท่ากับ  $17 \times 15 = 255$  คน ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ผลการวิจัยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างวิจัย

จากตัวอย่างวิจัยจำนวน 255 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.33 มีอายุ 40-49 ปี มากที่สุด ร้อยละ 28.63 รองลงมาคือ อายุไม่เกิน 29 ปี ร้อยละ 25.88 มีที่พักในอำเภอเมือง อำเภอหาดใหญ่ อำเภอสะเดา หรืออำเภอนาหม่อม มากที่สุด ร้อยละ 52.94 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.96 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน มากที่สุด ร้อยละ 23.53 รองลงมาเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 22.75 และ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 20.39 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 25,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 35.69 รองลงมา คือ 25,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 24.71

ส่วนใหญ่เคยศึกษาหาความรู้หรือมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดย ร้อยละ 65.49 และเคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชน ร้อยละ 74.12 ตัวอย่างวิจัยเคยทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนด้านวิถีชุมชน มากที่สุด ร้อยละ 49.41

รองลงมา คือ ทำกิจกรรมด้านงานฝีมือ หัตถศิลป์ และผ้าท้องถิ่น ร้อยละ 46.67 และทำกิจกรรมด้านอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 44.31 แสดงได้ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างวิจัย

| ข้อมูลทั่วไป                                                                      | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| <b>เพศ</b>                                                                        |       |        |
| ชาย                                                                               | 65    | 25.49  |
| หญิง                                                                              | 187   | 73.33  |
| ไม่ต้องการระบุ                                                                    | 3     | 1.18   |
| <b>ช่วงอายุ</b>                                                                   |       |        |
| ไม่เกิน 29 ปี                                                                     | 66    | 25.88  |
| 30-39 ปี                                                                          | 46    | 18.04  |
| 40-49 ปี                                                                          | 73    | 28.63  |
| 50-59 ปี                                                                          | 41    | 16.08  |
| 60 ปี ขึ้นไป                                                                      | 29    | 11.37  |
| <b>ที่พักในปัจจุบัน</b>                                                           |       |        |
| อำเภอระโนด อำเภอกระแสสินธุ์ อำเภอสิงหนคร หรืออำเภอสิงหนคร                         | 55    | 21.57  |
| อำเภอเทพา อำเภอสะบ้าย้อย อำเภอนาทวี หรืออำเภอจะนะ                                 | 33    | 12.94  |
| อำเภอเมือง อำเภอหาดใหญ่ อำเภอสะเดา หรืออำเภอนาหม่อม                               | 135   | 52.94  |
| อำเภอบางกล่ำ อำเภอกวนเนียง อำเภอรัตนบุรี หรืออำเภอคลองหอยโข่ง                     | 32    | 12.55  |
| <b>ระดับการศึกษา</b>                                                              |       |        |
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษา                                                                 | 2     | .78    |
| มัธยมศึกษา/อนุปริญญา                                                              | 31    | 12.16  |
| ปริญญาตรี                                                                         | 158   | 61.96  |
| สูงกว่าปริญญาตรี                                                                  | 64    | 25.10  |
| <b>อาชีพ</b>                                                                      |       |        |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ                                                      | 58    | 22.75  |
| ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว                                                        | 52    | 20.39  |
| นักเรียน/นักศึกษา                                                                 | 32    | 12.55  |
| พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน                                                        | 60    | 23.53  |
| เกษตรกร/ประมง                                                                     | 12    | 4.71   |
| เกษียณ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน                                                    | 16    | 6.27   |
| อื่น ๆ                                                                            | 25    | 9.80   |
| <b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>                                                       |       |        |
| ไม่เกิน 10,000 บาท                                                                | 53    | 20.78  |
| 10,001 - 25,000 บาท                                                               | 91    | 35.69  |
| 25,001 - 40,000 บาท                                                               | 63    | 24.71  |
| มากกว่า 40,000 บาท                                                                | 48    | 18.82  |
| <b>เคยศึกษาหาความรู้หรือมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์</b> |       |        |
| เคย/มี ความรู้                                                                    | 167   | 65.49  |
| ไม่เคย/ไม่มีความรู้                                                               | 88    | 34.51  |

ตารางที่ 2 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป                                        | จำนวน      | ร้อยละ        |
|-----------------------------------------------------|------------|---------------|
| <b>เคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชน</b>      |            |               |
| เคย                                                 | 189        | 74.12         |
| ไม่เคย                                              | 66         | 25.88         |
| <b>รวม</b>                                          | <b>255</b> | <b>100.00</b> |
| <b>ประสบการณ์การทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน</b> |            |               |
| การทำกิจกรรมด้านเกษตรกรรม                           | 101        | 39.61         |
| การทำกิจกรรมด้านวิถีชุมชน                           | 126        | 49.41         |
| การทำกิจกรรมด้านอาหารพื้นบ้าน                       | 96         | 37.65         |
| การทำกิจกรรมด้านงานฝีมือ หัตถศิลป์ และผ้าท้องถิ่น   | 119        | 46.67         |
| การทำกิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น            | 102        | 40.00         |
| การทำกิจกรรมด้านอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม      | 113        | 44.31         |

## 2. โมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจต่อพฤติกรรมของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างส่วนนี้เป็นการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจต่อพฤติกรรมของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของประชาชนในจังหวัดสงขลา ที่พัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีตามที่ปรากฏในกรอบแนวคิดการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์เกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องดูจากค่าดัชนีภาวะสารูปสนิทธิ (Goodness of Fit Index : GFI) (Hu, & Bentler, 1999) ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนีภาวะสารูปสนิทธิ (Goodness of Fit Index : GFI) ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

| ค่าสถิติ    | เกณฑ์การพิจารณา                       |
|-------------|---------------------------------------|
| $\chi^2/df$ | มีค่าไม่เกิน 2 หรือ 3 (ควรเข้าใกล้ 0) |
| $p$         | มีค่ามากกว่า .05                      |
| CFI         | มีค่ามากกว่า .95 (ควรเข้าใกล้ 1)      |
| TLI         | มีค่ามากกว่า .95 (ควรเข้าใกล้ 1)      |
| RMSEA       | มีค่าน้อยกว่า .08 (ควรเข้าใกล้ 0)     |
| SRMR        | มีค่าน้อยกว่า .08 (ควรเข้าใกล้ 0)     |

### การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น 1.2

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นโดยการพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้โมเดลจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient : r) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00 โมเดลในงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ ทั้งหมด 17 ตัวแปร แบ่งเป็นตัวแปรอิสระ 8 ตัวแปร ตัวแปรส่งผ่าน 3 ตัวแปร และตัวแปรตาม 6 ตัวแปรพบว่า ตัวแปรเชิงสาเหตุทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรตาม คือ ความต้องการทำกิจกรรมฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ขนาดความสัมพันธ์อยู่ในช่วงระหว่าง 0.34 - 0.61 ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรเชิงสาเหตุทั้ง 13 ตัว มีค่าระหว่าง 0.34-0.79 แปลความได้ว่าตัวแปรเชิงสาเหตุทั้ง 13 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity problem) ดังนั้น ข้อมูลจึงมีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างต่อไป ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลเชิงสาเหตุและผล

| r    | เจตคติ |     | การรับรู้<br>บรรทัดฐาน |      | การรับรู้ความสามารถ<br>ในการควบคุมพฤติกรรม |      |      |      | ความตั้งใจ |     |     | ความต้องการทำกิจกรรม |      |      |      |      |      |
|------|--------|-----|------------------------|------|--------------------------------------------|------|------|------|------------|-----|-----|----------------------|------|------|------|------|------|
|      | att    | att | pno                    | pno  | pbc                                        | pbc  | pbc  | pbc  | int        | int | int | ccbt                 | ccbt | ccbt | ccbt | ccbt | ccbt |
|      | 1      | 2   | 1                      | 2    | 1                                          | 2    | 3    | 4    | 1          | 2   | 3   | 1                    | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    |
| att1 | 1.0    |     |                        |      |                                            |      |      |      |            |     |     |                      |      |      |      |      |      |
| att2 | .79    | 1.0 |                        |      |                                            |      |      |      |            |     |     |                      |      |      |      |      |      |
| pno  | .56    | .51 | 1.00                   |      |                                            |      |      |      |            |     |     |                      |      |      |      |      |      |
| pno  | .48    | .45 | .78                    | 1.00 |                                            |      |      |      |            |     |     |                      |      |      |      |      |      |
| pbc  | .56    | .43 | .63                    | .57  | 1.00                                       |      |      |      |            |     |     |                      |      |      |      |      |      |
| pbc  | .63    | .57 | .52                    | .46  | .64                                        | 1.00 |      |      |            |     |     |                      |      |      |      |      |      |
| pbc  | .64    | .60 | .54                    | .51  | .56                                        | .70  | 1.00 |      |            |     |     |                      |      |      |      |      |      |
| pbc  | .59    | .51 | .42                    | .36  | .42                                        | .51  | .66  | 1.00 |            |     |     |                      |      |      |      |      |      |
| int1 | .55    | .51 | .62                    | .55  | .53                                        | .51  | .51  | .39  | 1.0        |     |     |                      |      |      |      |      |      |
| int2 | .60    | .54 | .46                    | .44  | .45                                        | .44  | .48  | .38  | .61        | 1.0 |     |                      |      |      |      |      |      |
| int3 | .59    | .50 | .69                    | .67  | .63                                        | .52  | .52  | .39  | .75        | .61 | 1.0 |                      |      |      |      |      |      |
| ccbt | .44    | .34 | .48                    | .43  | .47                                        | .37  | .34  | .49  | .43        | .39 | .50 | 1.00                 |      |      |      |      |      |
| ccbt | .61    | .60 | .51                    | .48  | .52                                        | .48  | .51  | .39  | .51        | .51 | .57 | .50                  | 1.00 |      |      |      |      |
| ccbt | .60    | .50 | .46                    | .39  | .50                                        | .48  | .47  | .40  | .47        | .40 | .47 | .40                  | .61  | 1.00 |      |      |      |
| ccbt | .44    | .39 | .41                    | .36  | .47                                        | .42  | .42  | .37  | .38        | .34 | .41 | .37                  | .50  | .54  | 1.00 |      |      |
| ccbt | .47    | .42 | .47                    | .42  | .44                                        | .38  | .41  | .36  | .51        | .41 | .50 | .44                  | .54  | .51  | .58  | 1.00 |      |
| ccbt | .57    | .53 | .45                    | .39  | .36                                        | .38  | .42  | .33  | .40        | .45 | .39 | .41                  | .45  | .52  | .46  | .53  | 1.00 |
| M    | 4.3    | 4.3 | 3.76                   | 3.69 | 3.8                                        | 4.0  | 4.0  | 4.1  | 3.7        | 4.1 | 3.6 | 3.84                 | 4.11 | 4.24 | 4.07 | 3.99 | 4.29 |
| SD   | 0.6    | 0.6 | 0.84                   | 0.91 | 0.8                                        | 0.7  | 0.7  | 0.7  | 0.9        | 0.7 | 0.8 | 0.94                 | 0.87 | 0.74 | 0.78 | 0.82 | 0.73 |

## 2.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลเชิงสาเหตุและผลตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลเชิงสาเหตุและผลตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ใช้การประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood แบบ Robust ในเบื้องต้นพบว่า โมเดลเชิงสาเหตุยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงทำการปรับโมเดล (Modification) เพื่อผ่อนคลายข้อตกลงทางสถิติโดยกำหนดให้ตัวแปรสังเกตได้บางตัวสัมพันธ์กัน และอนุญาตให้เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการปรับโมเดลทำให้โมเดลเชิงสาเหตุและผลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีภาวะสารูปสนธิ (Goodness of Fit Index : GFI) ดังนี้  $\chi^2 (92, N = 255) = 114.085, p = .059, \chi^2/df = 1.240, CFI = .992, TLI = .989, RMSEA = .031, SRMR = .033$  แสดงได้ตารางที่ 5

## 3. อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนผ่านความตั้งใจต่อพฤติกรรมของเยาวชนเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา

จากผลการวิจัยข้อที่ 2 พบว่า โมเดลเชิงสาเหตุและผลตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาขนาดอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ในโมเดล ดังนี้



## 1) อิทธิพลทางตรง (Direct effects)

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลในงานวิจัยนี้มีเส้นทางอิทธิพลทางตรง 3 เส้นทาง กล่าวคือ

1.1 เส้นทางที่ 1 INT --> CCBT คือ ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้วยขนาดอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ .19 ( $t = 1.97$ )

1.2 เส้นทางที่ 2 ATT --> CCBT คือ เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้วยขนาดอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ .33 ( $t = 2.38$ )

1.3 เส้นทางที่ 3 PBC --> CCBT คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้วยขนาดอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ .38 ( $t = 2.02$ )

## 2) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effects)

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลในงานวิจัยนี้มีเส้นทางอิทธิพลทางอ้อม 3 เส้นทาง กล่าวคือ

2.1 เส้นทางที่ 1 ATT --> INT --> CCBT กล่าวคือ เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้วยขนาดอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ  $\beta_{ATT \rightarrow INT} * \beta_{INT \rightarrow CCBT} = .18 * .19 = .034$

2.2 เส้นทางที่ 2 PNO --> INT --> CCBT กล่าวคือ การรับรู้บรรทัดฐานส่งอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้วยขนาดอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ  $\beta_{PNO \rightarrow INT} * \beta_{INT \rightarrow CCBT} = .37 * .19 = .070$

2.3 เส้นทางที่ 3 PBC --> INT --> CCBT กล่าวคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้วยขนาดอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ  $\beta_{PBC \rightarrow INT} * \beta_{INT \rightarrow CCBT} = .37 * .19 = .070$  แสดงได้ตามตารางที่ 5 และภาพที่ 2

ตารางที่ 5 อิทธิพลของปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ส่งผลต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของประชาชนในจังหวัดสงขลา

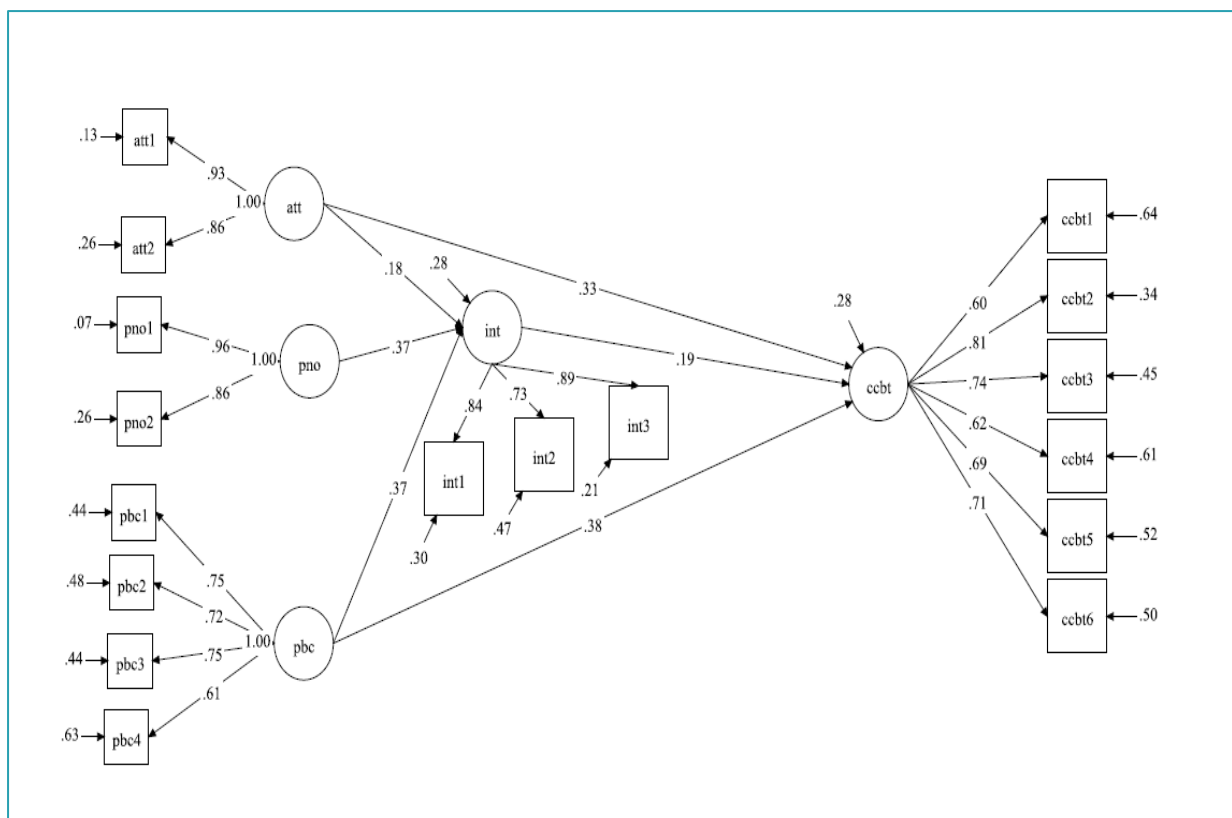
| ตัวแปรอิสระ                                                          | ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (INT)                                                                   |        |    |       | ความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CCBT) |        |      |       |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----|-------|----------------------------------------------------------|--------|------|-------|
|                                                                      | (R <sup>2</sup> = .725)                                                                                              |        |    |       | (R <sup>2</sup> = .724)                                  |        |      |       |
|                                                                      | DE                                                                                                                   | t-stat | IE | TE    | DE                                                       | t-stat | IE   | TE    |
| ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (INT)                   | -                                                                                                                    | -      | -  | -     | .188                                                     | 974.1  | -    | 188.0 |
| เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (ATT)                      | .185                                                                                                                 | 989.0  | -  | 185.0 | .328                                                     | 377.2  | .034 | 362.0 |
| การรับรู้บรรทัดฐาน (PNO)                                             | .366                                                                                                                 | 969.2  | -  | 366.0 | -                                                        | -      | .070 | 070.0 |
| การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (PBC) | .366                                                                                                                 | 985.1  | -  | 366.0 | .384                                                     | 024.2  | .070 | 454.0 |
| Goodness-of-fit index (GFI)                                          | $\chi^2$ (92, N=255) = 114.085, $p = .059$ , $\chi^2/df = 1.240$ , CFI = .992, TLI = .989, RMSEA = .031, SRMR = .033 |        |    |       |                                                          |        |      |       |

หมายเหตุ \* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

DE = direct effect

IE = indirect effect

TE = total effect



ภาพที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ส่งผลต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์  
ของประชาชนในจังหวัดสงขลา

## สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีคำถามการวิจัย 2 ข้อ คือ (1) โมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจต่อพฤติกรรมของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของประชาชนในจังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ อย่างไร และ (2) ปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ส่งผลต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของประชาชนในจังหวัดสงขลาหรือไม่ อย่างไร สามารถสรุปผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัย ได้ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 สรุปผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัย

| สมมติฐานการวิจัย                                                                                                                                                                                                 | ผลการวิจัย                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 1. โมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจต่อพฤติกรรมของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของประชาชนในจังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ | สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย |
| 2. ปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงและทางอ้อมผ่านความตั้งใจต่อพฤติกรรมของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา                     | สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย |
| <b>2.1 อิทธิพลทางตรง</b>                                                                                                                                                                                         | สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย |
| 2.1.1 ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                                                                                         | สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย |
| 2.1.2 เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                                                                                            | สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย |
| 2.1.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                                                                    | สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย |
| <b>2.2 อิทธิพลทางอ้อม</b>                                                                                                                                                                                        |                             |
| 2.2.1 เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมผ่านความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                                           | สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย |
| 2.2.2 การรับรู้บรรทัดฐานส่งอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมผ่านความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชน                                                                                                                               | สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย |
| 2.2.3 เชิงสร้างสรรค์ต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์                                                                                                                                              | สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย |

## อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า (1) โมเดลเชิงสาเหตุและผลของความตั้งใจต่อพฤติกรรมของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่มีต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของประชาชนในจังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (2) ปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงและอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมผ่านความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วยตัวแปร (2.1) ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (2.2) เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (2.3) การรับรู้บรรทัดฐาน และ (2.4) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Fishbein, & Ajzen, 1985;1991; 2011) ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ที่แสดงถึงความต้องการและความตั้งใจที่จะแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้นผลการวิจัยนี้ยังพบว่า เจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ซึ่งไม่ได้กล่าวไว้ในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน สามารถอภิปรายได้ว่าเนื่องจากเจตคตินั้น วัดจากความรู้สึกและความเชื่อต่อพฤติกรรมและผลลัพธ์ที่เกิดจากพฤติกรรมนั้นดังนั้นผู้ที่มีเจตคติสูงย่อมมีแนวโน้มที่จะแสดงออกในเชิงพฤติกรรมสูงตามไปด้วย โดยที่บางครั้งไม่จำเป็นจะต้องส่งอิทธิพลผ่านความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมก่อนเสมอไป

ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมหรือความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น มีหลากหลายปัจจัยครอบคลุมทั้งปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น อิทธิพลของบุคคลรอบข้าง (Joo et al., 2020; จิรดาภา สนิทจันทร์, 2564) และปัจจัยภายในบุคคล เช่น เจตคติ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ (ชิดชม กันจุฬา, 2563; พิชาร์ตน์ สุขะนินทร์, 2561; ญัฐพัชร ณีโรจน์, 2561) เช่น พิชาร์ตน์ สุขะนินทร์ (2561) พบว่า (1) การรับรู้ข้อมูลมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ทศนคติมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผลการวิจัยของ Joo, et al. (2020) ได้อธิบายปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวในชนบทว่าการรับรู้เกี่ยวกับบรรทัดฐาน (Subjective norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavior Control) ส่งผลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวในชนบท โดยที่การรับรู้เกี่ยวกับบรรทัดฐานมีขนาดอิทธิพลมากกว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) นั่นเอง

ข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยที่น่าสนใจก็คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้วยขนาดอิทธิพลที่ใกล้เคียงกันกับอิทธิพลที่ส่งผ่านความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นจึงเป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นที่การส่งเสริมให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นลำดับแรก ส่วนการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและการรับรู้บรรทัดฐานส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อความต้องการทำกิจกรรมผ่านความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้วยขนาดอิทธิพลที่เท่ากันและสูงกว่าเจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์เช่นเดียวกัน กล่าวคือ สามารถนำกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีและนำเสนอจุดเด่นของการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจให้ประชาชนเกิดความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเจตคติต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้น การที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลาและชุมชนในจังหวัดสงขลาจะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ได้รับความนิยมมากขึ้นนั้นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไปมีเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนั้นการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนประชาชนสามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายก็จะช่วยให้ประชาชนเกิดความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

1.2 ผลการวิจัยยังพบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการรับรู้บรรทัดฐานส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด ดังนั้น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา รวมถึงชุมชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้กระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยการใช้บรรทัดฐานโดยเฉพาะบรรทัดฐานเชิงขึ้นในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว กล่าวคือ ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนคนรอบข้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของประชาชนโดยการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ประชาชนต้องการจะท่องเที่ยวแล้วยังช่วยสร้างการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของประชาชนได้ด้วย

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

- 2.1 สามารถทำวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ควบคู่กับปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นต้น
- 2.2 สามารถทำวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- 2.3 เนื่องจากงานวิจัยนี้ศึกษากับประชาชนทั้งกลุ่มที่เป็นและไม่ได้เป็นนักท่องเที่ยว ดังนั้น การทำวิจัยครั้งต่อไปสามารถเลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกจังหวัดสงขลา เพื่อให้ได้ผลที่นำไปใช้ในการพัฒนาชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

## เอกสารอ้างอิง

- จิรดาภา สนิทจันทร์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. รายงานการค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการสิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชิดชม กันจุฬา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน, 2(1), 13-33.
- ณัฏฐพัชร มณีโรจน์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 15(2), 117-130.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิเธล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิชารัตน์ สุขะนิทร์. (2561). การศึกษาการรับรู้ข้อมูล ทศนคติ และพฤติกรรม ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2565). สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร (รายเดือน) เดือนกรกฎาคม 2565. Retrieved from: <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/view>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organization and Human Decision Process*, 50: 179-211.
- Ajzen, I. (2002). *Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations*. From <http://www-unix.oit.umass.edu/izen/tpbrefs.html>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitude and predicting social behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Bentler, P. M., & Chou, C. P. (1987). Practical issues in structural modeling. *Sociological Methods & Research*, 16(1), 78-117.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. *Psychology press*.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55. <http://dx.doi.org/10.1080/10705519909540118>

Joo, Y., Seok, H., & Nam, Y. (2020). The moderating effect of social media use on sustainable rural tourism: A theory of planned behavior model. *Sustainability*, 12(10), 4095.

Schumaker, R. E., & Lomax, R. G. (1996). *A Beginners guide to sem*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

