

ปัจจัยการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำ : กรณีศึกษาชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

Factors of Creating Waterfront Community Tourism Experience:

A Case Study of Chantaboon Waterfront Community, Chanthaburi Province

◆ นิสารัตน์ แสงแข

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Nisarath Saengkae

Ph.D. Candidate, Integrated Tourism Management, Graduate School of Tourism

Management, National Institute of Development Administration,

E-mail: pape17cool@hotmail.com

◆ วรรัักษ์ สุเมธ

อาจารย์ ดร. คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Worarak Sucher

Ph.D., Lecturer, Graduate School of Tourism Management,

National Institute of Development Administration, E-mail: worarak.suc@nida.ac.th

Received: July 1, 2018; Revised: July 22, 2018; Accepted: August 1, 2018

Abstract

The purposes of this study are to study the personal factors affecting the experience of Thai tourists at Chantaboon Waterfront Community in Chanthaburi Province, and to study the structural equation model of causal factors on tourism motivation factors towards the tourism experience at Chantaboon Waterfront Community in Chanthaburi Province. The appropriate factors for exploratory factor analysis were motivation factors, and travel experiences in visiting Chantaboon Waterfront Community are composed of 42 variables. The samples consisted of Thai tourists aged 18 years and over. The sampling was done of 440 people. The data received were calculated and analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean and standard deviation). The Structural equation modeling: SEM was used to test research hypothesis. The study found that the causal relationship of the structural equation model was created consistently with the empirical data. The motivation to travel (MOT) had positive direct effect on

the travel experiences (EXP) with statistical significance of 0.01 and the effect size was equal to 0.93. The study on factors related to the motivation to travel and the travel experiences in Chantaboon Waterfront Community, Chanthaburi Province, reported that the most significant variable was the motivation for history and cultures, followed by local attraction and social. The dependent variable which was travel experiences revealed the most significant variable as experience on participatory activity, followed by local cultures, architectural traces and finally tourist attractions.

Keywords: Tourism Motivation, Tourism Experience, Chantaboon Waterfront Community

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ที่มีผลต่อประสบการณ์ที่ได้รับของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ ชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี และเพื่อเสนอแนวทางการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อได้ปัจจัยที่เหมาะสมด้านแรงจูงใจและด้านประสบการณ์ที่ได้รับของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 42 ตัวแปร โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 440 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัย การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว (MOT) มีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อปัจจัยประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (EXP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.93 และตัวแปรที่มีความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแปรเหตุ คือ แรงจูงใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รองลงมาคือ ด้านลักษณะแหล่งท่องเที่ยว และด้านสังคมตามลำดับ และปัจจัยประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแปรผล ตัวแปรที่รับอิทธิพลมากที่สุดหรือมีความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว คือ ประสบการณ์ด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วม รองลงมาคือ ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น ด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม และด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวตามลำดับ

คำสำคัญ : แรงจูงใจการท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว ชุมชนริมน้ำจันทบุรี

บทนำ

นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเดินทางมากขึ้นและมีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้มีความต้องการในประสบการณ์ที่หลากหลายและมีความซับซ้อนขึ้น ด้วยเหตุนี้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมประสบการณ์และการได้รับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น พบว่า มีการศึกษา

เกี่ยวกับปัจจัยที่นำมาใช้ในการสร้างประสบการณ์เพิ่มมากขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา อาทิ การศึกษาเกี่ยวกับการนำประสาทสัมผัสทั้ง 5 มาใช้เพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์ให้เกิดความน่าประทับใจและง่ายต่อการเข้าใจ (Poulsso & Kale, 2004; Gao, Scott, & Ding, 2010) การศึกษาองค์ประกอบที่จำเป็นในการออกแบบประสบการณ์ (Gao, Scott & Ding, 2012) การศึกษาเกี่ยวกับมิติและความสัมพันธ์ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับ (Cetin & Bilgihan, 2015; Pine & Gilmore, 1998) หรือด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงค่านิยมการบริโภคสินค้า บริการการท่องเที่ยว และการแสวงหาประสบการณ์ (Beach & Ragheb, 1983; Swarbrooke & Horner, 2007)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญกับ “ประสบการณ์” เห็นได้จากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกระแสการเปลี่ยนแปลง เช่น แผนการส่งเสริมการตลาดของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2560 ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีส่วนร่วมกับประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นของไทย (Local Experience) เพื่อให้เกิดความรู้และความประทับใจในความเป็นไทย (Tourism Authority of Thailand, 2017) โดยการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาสนใจท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามพบว่าแหล่งท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจในแง่ของการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยววิถีไทย แต่ยังพบปัญหาเรื่องการส่งมอบประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

ชุมชนริมน้ำจันทบูรเป็นชุมชนเก่าแก่ของจังหวัดจันทบุรีมีประวัติความเป็นนามากกว่า 300 ปี เป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Amamwat, 2011) ในอดีตชุมชนริมน้ำจันทบูรไม่สามารถปรับตัวให้ก้าวทันกับการพัฒนาที่รวดเร็วได้ จึงกลายเป็นชุมชนเก่าที่ซบเซา ในปี พ.ศ. 2552 ชุมชนริมน้ำจันทบูรกลับมามีชีวิตอีกครั้งจากการที่นักศึกษาสถาบันอาศรมศิลป์เข้ามาทำการวิจัยโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้ชุมชนริมน้ำจันทบูรประสบความสำเร็จในด้านการอนุรักษ์และได้รับรางวัลต่าง ๆ เช่น “โครงการอนุรักษ์บ้านหลวงราชไมตรี” ได้รับรางวัลดี หรือ “Award of Merit” ภายใต้โครงการประกวดรางวัลอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมระดับภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ประจำปี พ.ศ. 2558 จากองค์การยูเนสโก (UNESCO Bangkok, 2015) จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน

แต่การสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ชุมชนริมน้ำจันทบูรยังไม่มี การนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการและไม่มีความโดดเด่นชัด ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เหมือนแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวขาดความประทับใจในประสบการณ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะของชุมชนริมน้ำจันทบูร ด้วยเหตุนี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร เพื่อเป็นแนวทางให้ชุมชนได้ร่วมกันส่งมอบประสบการณ์ที่น่าจดจำ การสร้างความประทับใจในการมาเยือนของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางให้พื้นที่ที่มีบริบทใกล้เคียงนำไปปรับใช้เพื่อพัฒนาการสร้างประสบการณ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำที่มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

ชุมชนริมน้ำจันทบุรี เทศบาลเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี โดยทำการศึกษาพื้นที่บริเวณสองฝั่งถนนตามแนวชายฝั่งของแม่น้ำจันทบุรี จากสะพานวัดจันทนารามจนสุดถนนบริเวณซอยตรอกกระเจ่าง รวมระยะทางประมาณ 1 กิโลเมตร ซึ่งเป็นบริเวณที่ชาวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรีกำหนดเป็นเส้นทางท่องเที่ยว

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรมีจำนวนไม่จำกัด (Infinite Population) เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ณ ชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

2) กลุ่มตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และเนื่องจากไม่สามารถกำหนดขอบเขตของประชากรได้แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Cochran ตามการคำนวณดังนี้

$$n = P(1-P) (Z)^2 / (e)^2$$

โดยที่ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง, P = ค่า % ที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด (ไม่ควรต่ำกว่า 50%),
 e = ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากร, Z = ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด 95%

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= (1.96)^2 / 4(0.05)^2 \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากการคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง เพื่อมิให้ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลและให้เกิดความสมบูรณ์ของข้อมูล จึงเพิ่มเติมแบบสอบถามร้อยละ 15 เป็นจำนวน 55 ชุด การวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 440 ตัวอย่าง

การทบทวนวรรณกรรม

ประสบการณ์การท่องเที่ยว

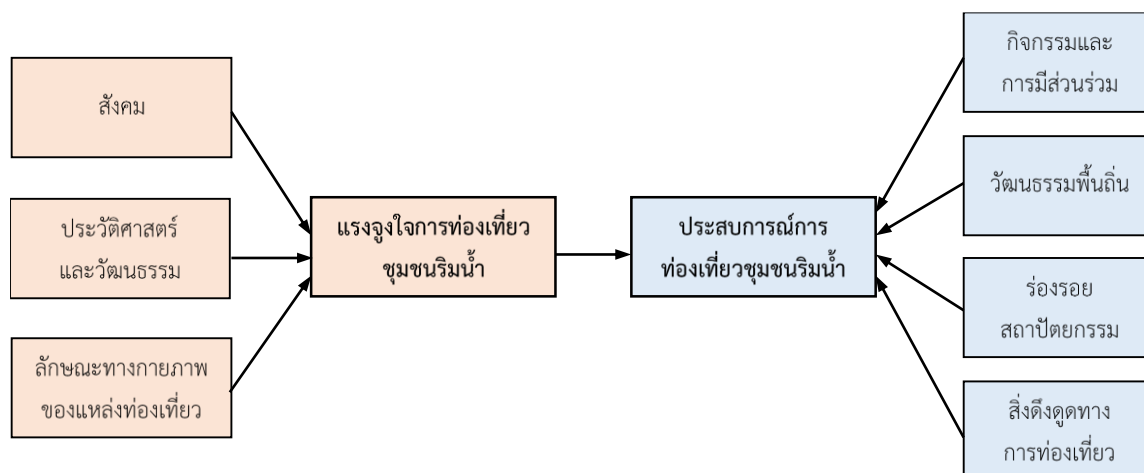
ในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ผ่านการบริการจากผู้ให้บริการและประสบการณ์ที่เกิดจากการเรียนรู้ การได้ไปสัมผัส หรือการร่วมกิจกรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว การศึกษาปัจจัยการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ จึงทำการศึกษาประสบการณ์ใน 2 ส่วนคือ ส่วนของผู้ออกแบบ

ประสบการณ์ศึกษาเรื่องการจัดการประสบการณ์โดยใช้แนวคิดของ Pine & Gilmore (1998) ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ 4 ขอบเขต ได้แก่ ด้านความบันเทิง ด้านการศึกษา ด้านสุนทรีย์ และด้านการหลีกเลี่ยง พร้อมกับการมีส่วนร่วม 2 มิติ คือ การมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ร่วมด้วยแนวคิดของ Gao, Scott & Ding (2012) และ Cetin & Bilgihan (2015) ซึ่งประกอบด้วย เค้าโครง บรรยากาศ เรื่องที่น่าจดจำ การมีปฏิสัมพันธ์ การบริการ วัฒนธรรม/ มรดกทางวัฒนธรรม และความท้าทาย ในส่วนของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวใช้แนวคิดตามหลักจิตวิทยาของ Poulsson & Kale (2004) ประกอบด้วย ความแปลกใหม่ การเรียนรู้ ความสัมพันธ์เฉพาะบุคคล ความประหลาดใจ การมีส่วนร่วม และศึกษาความสัมพันธ์ของทั้งสองส่วนนี้ด้วย “The tourist experience concept model of influences and outcome” ตามแนวคิดของ Cutler & Carmichael (2010) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่จำเป็นในการเกิดประสบการณ์ที่สมบูรณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจที่ทำให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย ในบางครั้งปัจจัยเพียงหนึ่งปัจจัยเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดความต้องการ แต่บางครั้งปัจจัยหลายปัจจัยมารวมกันจึงก่อให้เกิดความต้องการในรูปแบบต่าง ๆ จึงไม่สามารถสรุปได้อย่างเด่นชัดว่าปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ (Cooper & other, 2008) งานวิจัยนี้จึงทำการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อหาแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ ชุมชนริมน้ำจันทบูร ประกอบด้วย “The leisure motivation scale” ซึ่งเป็นแนวคิดของ Beach & Ragheb (1983) ได้แบ่งแรงจูงใจออกเป็น 4 ประเภท โดยใช้หลักการความต้องการของ Maslow เป็นเกณฑ์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความต้องการรู้จักตนเอง ปัจจัยด้านความต้องการทางสังคม ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จ และปัจจัยด้านความต้องการปลื้มใจ นอกจากนี้ปัจจัยต่าง ๆ ที่มาจากความต้องการขั้นพื้นฐานแล้ว Iso-Ahola (1982) ได้กล่าวว่าสิ่งแวดล้อมรอบตัวมนุษย์อาจเป็นตัวกำหนดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวได้เช่นกัน เช่น การชมรายการนำเที่ยวทางโทรทัศน์อาจเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งแรงจูงใจจะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงอายุและสภาพสังคม ในขณะที่การศึกษาของ Swarbrooke & Horner (2007) ที่ได้ระบุถึง 6 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วยปัจจัยทางกายภาพ วัฒนธรรม สถานะภาพ การพัฒนาตนเอง การพบปะญาติและเพื่อน และสภาวะจิตใจ เป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเลือกการเดินทางท่องเที่ยว การกำหนดแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดช่วงเวลา ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลต่อการได้รับประสบการณ์ในที่สุด

แนวคิด



สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร มีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อปัจจัยประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. วิธีการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้การศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัย ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเรื่องแรงจูงใจและประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ ชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี ซึ่งประกอบด้วยแบบตรวจรายการ (Check List) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และแบบปลายเปิด (The opened form) ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 การสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร โดยการใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ข้อคำถามประกอบด้วย ด้านสังคม ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยสามารถสร้างเป็นข้อคำถามทั้งสิ้น 53 ข้อ นำแบบสอบถามไปทดลองสอบ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย และทำการวิเคราะห์ข้อคำถามโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ข้อคำถามที่ถูกคัดเลือกเพื่อนำมาใช้ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบที่สูงกว่า 0.3 สำหรับตัวอย่างตั้งแต่ 350 ขึ้นไป ถือว่ามีนัยสำคัญ (Hair et. al., 2006)

ส่วนที่ 3 การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร การใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม ด้านกิจกรรม และด้านเวลา สามารถสร้างเป็นข้อคำถามทั้งสิ้น 67 ข้อ นำแบบสอบถามไป

ทดลองสอบ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย และทำการวิเคราะห์ข้อคำถามโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ข้อคำถามที่ถูกคัดเลือกเพื่อนำมาใช้คำนวณน้ำหนักขององค์ประกอบที่สูงกว่า 0.3 สำหรับตัวอย่าง ตั้งแต่ 350 ขึ้นไป ถือว่ามีนัยสำคัญ (Hair et. al., 2006)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

โดยการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม การหาค่าความเที่ยงตรง โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence) โดยผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 ท่าน ผลการทดสอบเป็นไปตามเกณฑ์ซึ่งมีค่า IOC เท่ากับ 0.93 มากกว่า 0.60 (Sekaran,1992) ส่วนการหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธี Alpha Coefficient โดยค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient) ที่เท่ากับ 0.84 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ (Field, 2005; Hair et al., 2006)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ด้านปัจจัยแรงจูงใจการท่องเที่ยว ณ ชุมชนริมน้ำจันทบูร สามารถจัดกลุ่มตัวแปรทั้งหมด 19 ตัวแปร เป็น 3 องค์ประกอบ นั่นคือองค์ประกอบที่ 1 ด้านสังคม (PER) ประกอบด้วย 7 ตัวแปร พบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.562-0.740 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวได้ร้อยละ 19.24 ในขณะที่องค์ประกอบที่ 2 ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (HIS) ประกอบด้วย 6 ตัวแปรพบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.606-0.683 ตัวแปรสามารถอธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 17.33 และองค์ประกอบที่ 3 คือด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (PLA) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.533-0.722 โดยองค์ประกอบนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวได้ร้อยละ 15.21 เมื่อพิจารณาความเที่ยง (Reliability) ของแรงจูงใจทั้ง 3 ด้านคือแรงจูงใจด้านบุคคล แรงจูงใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และแรงจูงใจด้านแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับที่ยอมรับได้และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.844, 0.793 และ 0.810 ตามลำดับซึ่งมากกว่าเกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำ 0.7 (Field, 2005; Hair et al., 2006) สรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดที่ใช้วัดแรงจูงใจทั้ง 3 ด้าน มีความคงที่ภายในและสอดคล้องกันมาก ดังนั้นจึงทำให้เกิดมาตรวัดที่เชื่อถือได้สูง และทำการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของแรงจูงใจการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

รายการ	ตัวแปร	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance.	Cronbach Alpha
ด้านสังคม	PER		3.656	19.241	0.844
1. คนที่รู้จักส่วนใหญ่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรีกันแล้ว	PER1	0.740			
2. เดินทางมาชมชุมชนริมน้ำจันทบุรีจากการชักชวนของคนรู้จัก	PER2	0.721			
3. การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรีกำลังเป็นกระแสนิยมในสังคม	PER3	0.717			
4. สถานที่ตั้งของชุมชนริมน้ำจันทบุรีอยู่ไม่ไกลจากแหล่งที่พักอาศัย	PER4	0.677			
5. การถ่ายภาพและเช็คอินลงในสื่อสังคมออนไลน์	PER5	0.652			
6. การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรีใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวไม่มาก	PER6	0.592			
7. ความสะดวกสบายในการเดินทางมาชมชุมชนริมน้ำจันทบุรี	PER7	0.562			
ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	HIS		3.292	17.325	0.793
8. วัฒนธรรมของชุมชนริมน้ำจันทบุรีที่มีการผสมผสานอย่างลงตัวของวัฒนธรรมไทย จีน และญวน	HIS1	0.683			
9. อาคารบ้านเรือนภายในชุมชนริมน้ำจันทบุรีที่สวยงามและรักษาสภาพดั้งเดิมได้เป็นอย่างดี	HIS2	0.673			
10. อาหารที่ขึ้นชื่อและอาหารพื้นถิ่นของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	HIS3	0.654			
11. วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชนริมน้ำจันทบุรี	HIS4	0.641			
12. บรรยากาศย้อนยุคของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	HIS5	0.608			
13. ประวัติศาสตร์และความเป็นมาที่น่าสนใจของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	HIS6	0.606			
ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	PLA		2.889	15.205	0.810
14. ความ زیبาสงของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	PLA1	0.722			
15. ทัศนียภาพบ้านเรือนริมน้ำที่สวยงามของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	PLA2	0.617			
16. ชื่อเสียงเรื่องอัยาศัยและความเป็นมิตรของคนในชุมชนริมน้ำจันทบุรี	PLA3	0.596			
17. ความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	PLA4	0.595			
18. เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์งานศิลปะ งานฝีมือของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	PLA5	0.571			
19. การตกแต่งที่พักของชุมชนริมน้ำจันทบุรีที่น่าเสนอเรื่องราวในอดีต	PLA6	0.533			
รวม	MOT		9.837	51.771	0.906

ส่วนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ของปัจจัยประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ณ ชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี (EXP) สามารถจัดกลุ่มตัวแปรทั้งหมด 23 ตัวแปร เป็น 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วม (ACT) ประกอบด้วย 9 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.458-0.789 ตัวแปรสามารถอธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้มากที่สุด คือ ร้อยละ 22.04 องค์ประกอบที่ 2 ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น (CUL) ประกอบด้วย 7 ตัวแปรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.498-0.701 โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.498-0.701 องค์ประกอบที่ 3 ด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม (BUI) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.662-0.767 ตัวแปรสามารถอธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 11.83 และ องค์ประกอบที่ 4 ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (TOU) ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.687-0.770 ตัวแปรสามารถอธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 9.96 ซึ่งพบว่าความเที่ยง

(Reliability) ของประสพการณ์ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับที่ยอมรับได้และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.903, 0.848, 0.824 และ 0.777 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำ 0.7 (Field, 2005; Hair et al., 2006) สรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดที่ใช้วัดประสพการณ์ทั้ง 4 ด้าน มีความคงที่ภายในและสอดคล้องกันมาก ดังนั้นจึงทำให้เกิดมาตรวัดที่เชื่อถือได้สูง และทำการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรประสพการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยประสพการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

รายการ	ตัวแปร	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Cronbach Alpha
ด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วม	ACT		5.068	22.035	0.903
1. การเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนริมน้ำจันทบุรีโดยการลงมือปฏิบัติกิจกรรมนั้น ๆ	ACT1	0.789			
2. การเรียนรู้กิจกรรมของชุมชนริมน้ำจันทบุรีจากสถานการณ์จริง เช่น ชมการทำขนมที่ร้านขนมในชุมชน	ACT2	0.726			
3. กิจกรรมเน้นการเรียนรู้และเพิ่มทักษะ เช่น เรียนทำอาหารพื้นถิ่นของชุมชนริมน้ำ	ACT3	0.706			
4. ความต่อเนื่องและราบรื่นของกิจกรรมที่ได้ทำในชุมชนริมน้ำจันทบุรี	ACT4	0.704			
5. ระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมแต่ละกิจกรรมของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	ACT5	0.700			
6. ความรู้สึกตื่นเต้นและประหลาดใจขณะร่วมทำกิจกรรมของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	ACT6	0.671			
7. ระยะเวลาที่เหมาะสมในการพบปะและร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชนริมน้ำจันทบุรี	ACT7	0.634			
8. การเรียนรู้กิจกรรมของชุมชนริมน้ำจันทบุรีผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์	ACT8	0.589			
9. กิจกรรมเน้นอารมณ์ความรู้สึก เช่น การนั่งรับประทานอาหารพื้นถิ่นในบ้านโบราณของชุมชนริมน้ำ	ACT9	0.458			
ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น	CUL		3.799	16.519	0.848
10. การชิมขนมรสชาติแปลกและแตกต่างที่หาได้เฉพาะในชุมชนริมน้ำจันทบุรี	CUL1	0.701			
11. การได้ชิมอาหารพื้นถิ่นที่ขึ้นชื่อของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	CUL2	0.680			
12. การได้ทานอาหารสูตรดั้งเดิมของชาวชุมชนริมน้ำจันทบุรี	CUL3	0.658			
13. การเดินชมและเลือกซื้อสินค้าภายในชุมชนริมน้ำจันทบุรี	CUL4	0.622			
14. การได้สัมผัสสิ่งของที่สืบทอดมาจากคนยุคก่อนของชาวชุมชนริมน้ำจันทบุรี	CUL5	0.601			
15. การได้จับต้องและเลือกซื้อสินค้าพื้นถิ่นของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	CUL6	0.594			
16. การได้กลิ่นธูปเทียนจากวัดศาสนสถานไทย จีน และญวน ในชุมชนริมน้ำจันทบุรี	CUL7	0.498			
ด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม	BUI		2.721	11.831	0.824
17. การได้สัมผัสบางส่วนที่บ้านโบราณชุมชนริมน้ำจันทบุรี เช่น ราวบันไดหน้าต่าง กระจังผนังเขียนสี	BUI1	0.767			
18. การได้ยินเสียงเสียงลั่นของไม้ขณะเดินชมบ้านโบราณของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	BUI2	0.720			
19. การได้เห็นสายฉลุที่งดงาม แปลกตาของช่องลมบ้านโบราณชุมชนริมน้ำจันทบุรี	BUI3	0.692			
20. การได้กลิ่นของไม้จากบ้านไม้โบราณในชุมชนริมน้ำจันทบุรี	BUI4	0.662			
ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	TOU		2.292	9.964	0.777
21. การชมสถาปัตยกรรมและเรียนรู้เกี่ยวกับบ้านเรือนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	TOU1	0.770			
22. การเดินชมบรรยากาศและการถ่ายภาพความสวยงามของชุมชนริมน้ำจันทบุรี	TOU2	0.716			
23. การเดินเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรีและสัมผัสวิถีชีวิตคนในชุมชน	TOU3	0.687			
รวม	EXP		13.880	60.349	0.937

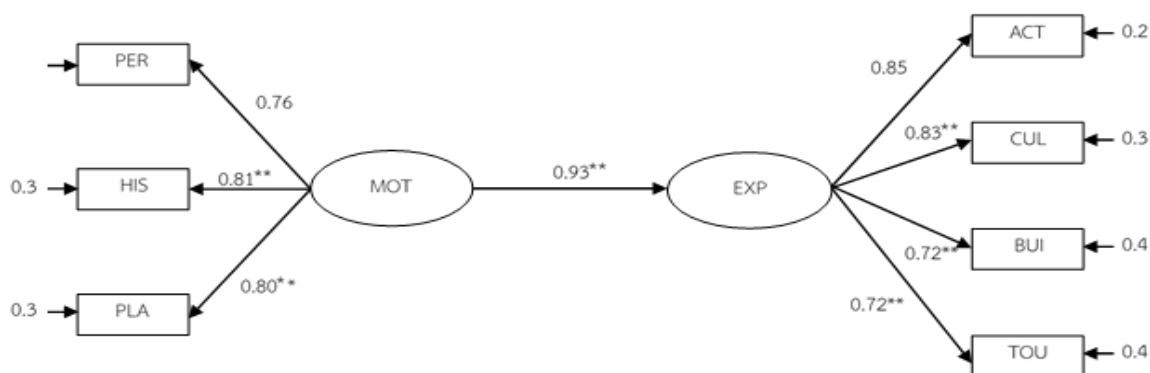
จากนั้นวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรปัจจัย แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว (MOT) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวคือ ด้านสังคม (PER) ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (HIS) และด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (PLA) และปัจจัย ประสพการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (EXP) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ ด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วม (ACT) ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น (CUL) ด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม (BUI) และด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (TOU)

2. ผลการศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชุมชน ริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ที่มีผลต่อประสพการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การตรวจสอบปัจจัยด้านแรงจูงใจการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี และปัจจัย ประสพการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกคู่ โดยมีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.434 ถึง 0.695 ซึ่งไม่มีค่าใดสูงเกิน ตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป แสดงว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) (Stevens, 1996) และเมื่อ พิจารณาค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า มีค่าเท่ากับ 1675.968, $df = 21$, $P = 0.000$ แสดงให้เห็นว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์แตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป (Angsuchot, Phinyopphanuwat, & Vichitwanna, 2011)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Factor Analysis:CFA) พบว่า ค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 15.617 ค่าองศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 9 ค่า P มีค่าเท่ากับ 0.075 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่าโมเดลการวัดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป แสดงให้เห็นประสิทธิภาพของโมเดลการวัดมีความตรง (Validity) (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)

ดังนั้นจึงได้ตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ตามสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อตรวจสอบสมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อประสพการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว โดยทำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Modeling: SEM) ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่พัฒนาขึ้น ดังแสดงภาพที่ 1



Chi-Square = 15.617, df = 9, P = 0.075, Chi-Square/df = 1.735, RMSEA = 0.041, RMR = 0.006, GFI = 0.990, AGFI = 0.969, TLI = 0.991, CFI = 0.996, **P < 0.01

ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุระหว่างแรงจูงใจการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี กับประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี 2

จากภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 15.617 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 9 ค่า P มีค่าเท่ากับ 0.075 ผ่านเกณฑ์ อัตราส่วนระหว่างค่าสถิติไค-สแควร์กับจำนวนองศาอิสระ หรือค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.735 ผ่านเกณฑ์คือ มีค่าน้อยกว่า 2 ดังนั้นโมเดลจึงสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.990 ค่า AGFI มีค่าเท่ากับ 0.969 ผ่านเกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 ค่า TLI เท่ากับ 0.991 และค่า CFI เท่ากับ 0.996 ผ่านเกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 และค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.041 กับค่า RMR มีค่าเท่ากับ 0.006 ผ่านเกณฑ์คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมพบว่า ดัชนีอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด จึงถือว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว (MOT) มีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อปัจจัยประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (EXP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.93 ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรีเพิ่มขึ้น ย่อมส่งผลให้ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรีมากขึ้นตามไปด้วยนั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลเชิงสาเหตุของ
ประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
MOT				
PER	0.76	-	-	0.58
HIS	0.81**	0.06	15.17	0.65
PLA	0.80**	0.06	16.47	0.64
EXP				
ACT	0.85	-	-	0.72
CUL	0.83**	0.04	20.18	0.68
BUI	0.72**	0.05	16.62	0.52
TOU	0.72**	0.05	14.57	0.52

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าเป็นบวก และทุกตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดขององค์ประกอบแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว (MOT) คือ แรงจูงใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (HIS) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.81 รองลงมาคือ แรงจูงใจด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (PLA) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ส่วนตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักองค์ประกอบน้อยที่สุด คือ แรงจูงใจด้านสังคม (PER) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.76

ตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดขององค์ประกอบประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (EXP) คือ ประสบการณ์ด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วม (ACT) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.85 รองลงมาคือ ประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น (CUL) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.83 ส่วนตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักองค์ประกอบน้อยที่สุด คือ ประสบการณ์ด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม (BUI) และ ประสบการณ์ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (TOU) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.72

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้หรือค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.52-0.72 โดยตัวแปรที่มีความเที่ยงสูงสุดคือ ประสบการณ์ด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วม (ACT) มีความเที่ยงเท่ากับ 0.72 นั่นคือ ตัวแปรมีความแปรผันร่วมกันกับองค์ประกอบประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (EXP) ได้ร้อยละ 72 ส่วนตัวแปรที่มีความเที่ยงต่ำสุด คือ ประสบการณ์ด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม (BUI) และ ประสบการณ์ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (TOU) มีความเที่ยงเท่ากับ 0.52 นั่นคือ ตัวแปรมีความแปรผันร่วมกันกับองค์ประกอบประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (EXP) ร้อยละ 52

จากผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของทุกปัจจัยมีค่าเป็นบวกสูงในทิศทางเดียวกัน โดยปัจจัยปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีมากขึ้น ก็จะทำให้การแสดง แรงจูงใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และด้านสังคมมากขึ้นตามลำดับ และในส่วนของประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแปรผล ถ้าตัวแปรเหตุส่งผลต่อปัจจัยประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมากขึ้น ก็จะทำให้ประสบการณ์ด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วม ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น ด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม และด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวมากขึ้นตามลำดับไปด้วย

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร (MOT) พบว่า มีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร (EXP) นั้นหมายความว่าปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีมากขึ้น ก็จะทำให้การแสดงแรงจูงใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (HIS) ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (PLA) และด้านสังคม (PER) มากขึ้นตามลำดับ และถ้าปัจจัยเหตุส่งผลต่อปัจจัยผลนั้นคือ ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมากขึ้นซึ่งทำให้ประสบการณ์ด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วม (ACT) ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น (CUL) ด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม (BUI) และด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (TOU) มากขึ้นตามลำดับไปด้วย ขณะเดียวกันการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดด้านแรงจูงใจการท่องเที่ยวชุมชนน้ำ คือ ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (HIS) สอดคล้องกับการศึกษาของ Yuan & McDonald (1990) & Siripen Yiamjanya (2015) ที่มีการนำเสนอบรรยากาศย้อนอดีต รวมทั้งความโดดเด่นของบรรยากาศด้านวัฒนธรรมและการรักษาสภาพดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยว จะเป็นแรงจูงใจที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้ามาแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือด้านลักษณะแหล่งท่องเที่ยว (PLA) ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบเฉพาะตัว ความชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในส่วนของทางวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ความสงบเงียบและผ่อนคลาย สอดคล้องกับมุมมองของ Kassean & Gassita (2013) และด้านสังคม (PER) ซึ่งสอดคล้องการแนวคิดของ Crouch & Ritchie (1999) พบว่า ด้านระยะเวลาการเดินทางและองค์ประกอบด้านการอำนวยความสะดวก กระแสสังคมที่แนะนำแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ในขณะที่ปัจจัยประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (EXP) ซึ่งเป็นตัวแปรผล ปัจจัยที่รับอิทธิพลมากที่สุดหรือมีความสำคัญมากที่สุดของประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว คือ ประสบการณ์ด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วม (ACT) สอดคล้องกับแนวคิดของ Pullman & Gross (2004) , Pine & Gilmore (1998) & McLellan (2000) ที่ได้อธิบายถึงการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งแบบการลงมือปฏิบัติ (active) และ การเข้าชมเข้าฟัง (Passive) ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ได้โดยตรง รองลงมาคือ การได้รับประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น (CUL) สอดคล้องกับแนวคิดของ Pine & Gilmore(1998), Kälviäinen (2015) & Pullman, & Gross (2004) ที่ได้เสนอการนำด้านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งประกอบด้วย การได้เห็น การได้ยิน การได้สัมผัส การได้กลิ่น และการได้สัมผัส รวมทั้งอารมณ์เข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนให้การรับรู้ประสบการณ์

ด้านศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น เช่น การได้ทานอาหารพื้นถิ่น เลือกซื้อสินค้าในชุมชน ส่วนปัจจัยด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม (BU) เช่น การได้เห็นอาคารบ้านเรือนนามแปลกตา การได้กลิ่นไม้จากบ้านโบราณ และปัจจัยการได้รับประสบการณ์ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (TOU) สอดคล้องกับการศึกษาของ Szende, Pang & Yu (2013), Cipolletti (2014), Tingyue & Chunxiao (2010) & Nelson (2009) ที่ได้กล่าวถึงการเข้าถึงวิถีชีวิตชุมชนและการได้ชมบรรยากาศ รวมทั้งการถ่ายภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นแนวทางในการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวในชุมชนริมน้ำจันทบูร ชุมชนริมน้ำจันทบูรต้องให้ความสำคัญในการกระตุ้นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นที่ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และด้านสังคม ขณะเดียวกันการที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ได้สอดคล้องและตรงกับความต้องการทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวเองและความต้องการในการนำเสนอของชุมชนริมน้ำจันทบูร ชุมชนริมน้ำจันทบูรจะต้องมีการจัดเตรียมปัจจัยเพื่อสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งในด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วม ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น ด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม และด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวจึงจะเป็นส่วนผลักดันให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูรที่ดีและเกิดความประทับใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำอีก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถนำผลการวิจัยเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและวางแผนด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมโดยต้องมีการบูรณาการทั้งในด้านนักท่องเที่ยวกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ และด้านความต้องการของแหล่งท่องเที่ยวที่จะนำเสนอประสบการณ์
2. ชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาเป็นกระบวนการสร้างประสบการณ์ให้เป็นรูปธรรมมีทิศทางที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากเดิมที่นักท่องเที่ยวจึงได้รับเพียงความสนุกสนานเพลิดเพลิน และได้รับประสบการณ์เหมือนแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความประทับใจในประสบการณ์ที่น่าทรงจำที่เป็นลักษณะเฉพาะของชุมชนริมน้ำจันทบูร นอกจากนี้เพื่อส่งผลให้เกิดเป็นประสบการณ์ที่เหมาะสมและน่าประทับใจกับนักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับเป้าหมายของชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย
3. การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จะเป็นกระบวนการต้นแบบให้กับชุมชนอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับชุมชนริมน้ำจันทบูร นำไปปรับใช้เพื่อการนำเสนอประสบการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการนำเสนอประสบการณ์รูปแบบการนำเสนอที่มีลักษณะการทำตาม ๆ กัน ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งต้องสูญเสียอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวขาดความน่าสนใจและประสบความล้มเหลวในการจัดการการท่องเที่ยวในที่สุด

4. ส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับการวิจัยการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูรไปต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่สอดคล้องและสามารถส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำปัจจัยด้านแรงจูงใจการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูรจากการศึกษาในครั้งนี้ มาต่อยอดกับการศึกษาในด้านอื่น เช่น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นโยบายและแผนของชุมชนและจังหวัดจันทบุรี เพื่อจัดทำเป็นกระบวนการและวิธีการในการนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวสำหรับชุมชนริมน้ำจันทบูร เนื่องจากประสบการณ์ไม่สามารถสร้างหรือผลิตขึ้นได้โดยตรง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูรจึงต้องเตรียมสินค้า การบริการ และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้งในมิติของนักท่องเที่ยว ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้สิ่งชุมชนริมน้ำต้องการส่งมอบและสิ่งนี้นักท่องเที่ยวต้องการรับได้รับประสบการณ์แสดงถึงตัวตนของชุมชนอย่างแท้จริงจนเกิดความประทับใจและเกิดความทรงจำที่ดีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ

References

- Angsuchot, Suphamat., Phinyophanuwat, Ratchanikool., & Vichitwanna, Somthawin. (2011). *Statistical Analysis for Social Sciences and Behavioral Science: Techniques for Using LISREL Program*. 3th ed. Bangkok: Jarandemunkong Printing. (In Thai)
- Anamwat, Chayapa. (2011). *Chantaboon Waterfront Community: Community management through cultural resources*. (Master thesis), Mahidol University. (In Thai)
- Cetin, G., & Bilgihan, A. (2015). Components of Cultural Tourists' Experiences in Destinations. *Current Issues in Tourism*. DOI: 10.1080/13683500.2014.994595
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. 3th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Cutler, S. Q., & Carmichael, B. A. (2010). The dimensions of the tourist experience. *The tourism and leisure experience: Consumer and managerial perspectives*, 3-26.
- Diamantopoulos, A. & Siguaw, J. A., (2000). *Introduction to LISREL: A guide for the uninitiated*. London: SAGE Publication, Inc.
- Field, A. (2005). *Discovering Statistics Using SPSS*. 2nd ed. London: SAGE Publications Ltd.
- Gao, L., Scott, N., & Ding, P. (2010). *Design of memorable cultural heritage attraction experiences for tourists*. Paper presented at the Proceedings of the International Scientific Conference: Culture in the Integrated World.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. 6th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

- Kim, K., Oh, I., & Jogaratnam, G. (2007). College student travel: A revised model of push motives. *Journal of Vacation Marketing* 13(1): 73-85.
- McLellan, H. (2000). Experience design. *Cyberpsychology & Behavior*. 3(1): 59–69.
- Pine, B.J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*. 76(4): 97-105.
- Poulsson, S.H.G., & Kale, S.H. (2004). *The experience economy and commercial experiences*. Boston: Harvard Business.
- Pullman, M.E., & Gross, M.A. (2004). Ability of experience design elements to elicit emotions and loyalty behaviors. *Decision Sciences*. 35(3): 551-578.
- Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business – A skill building approach*. 2nd ed. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behavior in Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Szende, P., Pang, J.K., & Yu, H. (2013). Experience design in the 13th century: the case of restaurants in Hangzhou. *Journal of China Research*. 9: 115-132.
- Tourism Authority of Thailand. (2017). Plan to promote the tourism market for the fiscal year 2560. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- Yuan, S., & McDonald, C. (1990). Motivational determinants of international pleasure time. *Journal of Travel Research*. 24(1): 42-44.



Nisarat Saengkae, Ph.D. Candidate, Integrated Tourism Management
Graduate School of Tourism Management, National Institute of
Development Administration.



Worarak Sucher, Ph.D., Lecturer, Graduate School of Tourism Management
National Institute of Development Administration.