

พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักศึกษา ระดับปริญญาตรีในจังหวัดสงขลา

นิธิกิตติกานต์ เหมสุวรรณ¹, ประสพชัย พสุนนท์²

¹Lecturer, Hatyai Business School, Hatyai University.

²Associate Professor Dr. Lecturer, Faculty of Management Science,
Silpakorn University.

E-mail: Nithikittikam@hu.ac.th

Received: March 02, 2020

Revised: March 31, 2020

Accepted: April 18, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ ศึกษาพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดสงขลา เก็บข้อมูลจากกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในสถาบันอุดมศึกษา ในพื้นที่จังหวัดสงขลาจำนวน 5 แห่ง จำนวน 400 ตัวอย่าง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดสงขลา วิเคราะห์ปัจจัยการท่องเที่ยวและจัดกลุ่มตามปัจจัยในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัย และทำการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี Varimax ในส่วนการจัดกลุ่มเทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มแบบ K-Means ผลการวิจัยพบว่า ด้านพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวส่วนใหญ่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นิยมมากที่สุด คือ ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ นิยมเดินทางกับเพื่อนในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ สิ่งดึงดูดใจคือวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว นิยมถ่ายรูป กิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สนใจ คือ การนั่งรถสามล้อ/รถรางรอบเมือง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่รู้จักและเคยเดินทางไปมากที่สุด คือ ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง การวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อทำการจัดกลุ่มตัวแปร พบว่า จากตัวแปรทั้งหมด 42 ตัวแปรสามารถสกัดปัจจัยได้ 6 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยวัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิต ปัจจัยความเชื่อ ความศรัทธา ปัจจัยกลิ่นอายอดีต ปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยโหยหาวันวาน และปัจจัยแลกเปลี่ยนทักษะ การจัดกลุ่มสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม (K=2) ได้แก่ 1) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 95.25 และ 2) ท่องเที่ยวทั่วไป ร้อยละ 4.75

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยว นักศึกษาระดับปริญญาตรี

Tourism Behavior of Undergraduate Student in Cultural Tourism in Songkhla Province.

Nithikittikarn Hemsuwan¹, Prasopchai Pasunon²

¹ Lecturer, Hatyai Business School, Hatyai University.

² Associate Professor Dr. Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University.

Received: March 02, 2020

Revised: March 31, 2020

Accepted: April 18, 2020

Abstract

The research was to study the tourism behavior of undergraduate students. In cultural tourism in Songkhla province by collecting data from a group of undergraduate students in higher education institutions in Songkhla province, the amount of 5 places 400 samples. The objective is to study the tourism behavior of undergraduate students in cultural tourism in Songkhla province. Analyze tourism factors and group according to factors in cultural tourism. by using a questionnaire is a research tool and analyzes factors method for analyzing core components and factor axis rotation using Varimax method in grouping, K-Means group analysis technique.

The results of the study revealed that most of the tourism behavior, the most popular cultural tourism form, the folk culture, and festivals are popular to come with friends. On Saturday-Sunday the attraction is a unique way of life. Activities during tourism, Take photography, cultural activities of interest are to take a tricycle/tram around for sightseeing the most known and most visited cultural tourist attraction is the City Pillar Shrine. The analysis of components for grouping variables showed that from all 42 variables Able to extract factors in 6 aspects, Culture Cuisine and way of life factors, Belief and faith factors, olden factors, Environmental factors, History factor and culture exchange factors. K-Means grouping analysis be to 2 groups (K = 2) 1) cultural tourism 95.25% and 2) general tourism 4.75%.

Keywords: Cultural tourism, Tourism behavior, Undergraduate student

บทนำ

การท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งหนึ่งที่ได้รับคามนิยมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันควบคู่กับสังคมมนุษย์ การเดินทางในแต่ละยุคอาจมีความแตกต่างกันทั้งวัตถุประสงค์และวิธีการเดินทาง โดยในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการผ่อนคลาย ความตึงเครียดจากการทำงาน เป็นรูปแบบการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้ โดยมีระยะทางมากกว่า 40 กิโลเมตรจากที่อยู่อาศัย เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ (World Tourism Organization, 2014)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เจริญเติบโตต่อเนื่องอย่างรวดเร็ว อีกทั้งเกิดการกระจายการลงทุน การจ้างงาน และกระจายรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไปยังอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ อาทิเช่น ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก ฯลฯ ซึ่งช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมของประเทศไทย ในปี 2561 องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวนทั้งสิ้นกว่า 1,400 ล้านคน เพิ่มขึ้น 6 เปอร์เซ็นต์จากปี 2560 ที่ผ่านมา (The New Straits Times Press (Malaysia), 2019) ขณะที่ในปี 2561 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 38,277,300 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2,007,503 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2562)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในกระแสความสนใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันจำนวนไม่น้อย โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Visitor) มีทิศทางเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว สัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประวัติศาสตร์ ฯลฯ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีจุดประสงค์เพื่อที่จะสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในแต่ละท้องถิ่นหรือในประเทศอื่นๆ ทำให้เราได้เข้าใจและซาบซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมของคนภายในชุมชนเหล่านั้น ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงทำให้เราเกิดความรู้ ประสบการณ์ และการติดต่อสื่อสาร จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างความเข้าใจของคนแต่ละกลุ่มให้สามารถพึ่งพากันได้ นำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขทั้งในปัจจุบันและในอนาคต (McIntosh และ Goeldner (1986: 124-125) อ้างถึงใน เสาวนีย์ มุลสุวรรณ (2551))

จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดหนึ่งใน 14 จังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่โดยรวม 7,393 ตารางกิโลเมตร ด้านทิศเหนือติดกับจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดสตูลและพัทลุง ด้านทิศตะวันออกติดต่อกับทะเลอ่าวไทย และด้านทิศใต้มีเนื้อที่พรมแดนติดกับประเทศมาเลเซีย สงขลามีชื่อปรากฏเป็นเมืองท่าการค้า

และหัวเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญตั้งแต่อดีตสมัยต้นกรุงศรีอยุธยา จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ รวมถึงความหลากหลายทางเชื้อชาติ ประวัติศาสตร์ วิถีในการดำรงชีวิต การค้า ความเชื่อและความศรัทธา โดยกลุ่มคนที่อาศัยประกอบด้วยชาวไทยจีน ชาวไทยมุสลิม และชาวไทยพื้นถิ่น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในพื้นที่จังหวัดสงขลา เนื่องจากกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มที่มีเวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในวัยที่กำลังศึกษาหาประสบการณ์ความรู้และกำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมการทำงาน ซึ่งจะเติบโตเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคต เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีการรับผิดชอบมากนัก ผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี เพื่อนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และจัดกลุ่ม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในพื้นที่จังหวัดสงขลา
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา
3. เพื่อจัดกลุ่มของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในพื้นที่จังหวัดสงขลาตามปัจจัยในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

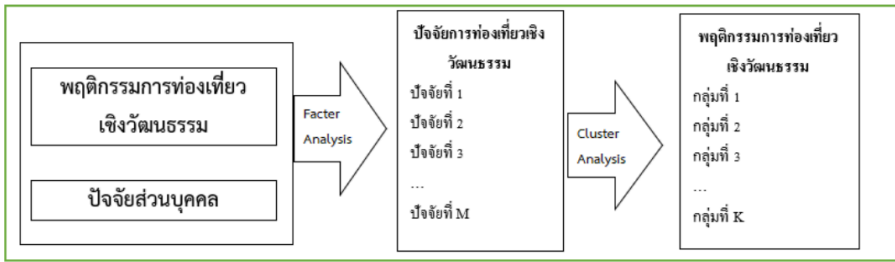
1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) ถือเป็นการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว สัมผัสวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ประวัติศาสตร์ ฯลฯ รวมถึงเข้าใจหลักคิดในการดำรงชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2558) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออก

ให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย ประวัติศาสตร์ โบราณคดี สถาปัตยกรรม ศิลปะ ทัศนกรรม พิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา ดนตรี นาฏศิลป์ ภาษาและวรรณกรรม วิถีชีวิต เครื่องแต่งกาย อาหาร ประเพณี เทศกาลต่างๆ และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. แนวคิดพฤติกรรม พฤติกรรม หมายถึง อาการที่แสดงออกของมนุษย์ ปฏิกริยาโต้ตอบต่อสิ่งเร้าที่อยู่รอบตัว โดยจากการสังเกตหรือการใช้เครื่องมือช่วยวัดพฤติกรรม ส่งผลต่อกระบวนการทางร่างกาย (ธัญญา ธีระกนิษฐ์: 2555) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior role) หมายถึง บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการศึกษา นักการตลาดได้นำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยเฉพาะกลยุทธ์การโฆษณาและผู้แสดงโฆษณา (Presenter) ให้บทบาทใดบทบาทหนึ่ง เช่น ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้ โดยทั่วไปมี 5 บทบาทคือ (ธวัลรัตน์ อินทนนชัย, 2552) ผู้ริเริ่ม (Initiator) ผู้มีอิทธิพล (Influence) ผู้ตัดสินใจ (Decision) ผู้ซื้อ (Buyer) และผู้ใช้ (User)

3. แนวคิดการตัดสินใจ การตัดสินใจ คือ ผลขั้นสุดท้ายหรือผลสรุปของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติและทำให้งานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ การตัดสินใจเป็นส่วนหนึ่งของบทบาทของผู้บริหารที่เกิดจากตำแหน่งและอำนาจที่เป็นทางการ คือบทบาทการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) บทบาทผู้จัดการสถานการณ์ที่เป็นปัญหา (Disturbance Handler) บทบาทผู้จัดการทรัพยากร (Resource Allocator) และบทบาทผู้เจรจาต่อรอง (Negotiator)

วุฒิชัย จานงค์ (2523) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นเรื่องของการจัดการที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และในการจัดการนั้นการตัดสินใจเป็นหัวใจในการปฏิบัติงานทุกๆ เรื่อง ทุกๆ กรณีเพื่อดำเนินการไปสู่วัตถุประสงค์ อาจมีเครื่องมือมาช่วยในการพิจารณา มีเหตุผลส่วนตัว อารมณ์ ความรักใคร่ ชอบพอ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และมีลักษณะเป็นกระบวนการอันประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ต่อเนื่องกันไป



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (Questionnaire) เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลาโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- ตอนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เพื่อให้แบบสอบถามได้ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try-out) ในการวิจัย จำนวน 30 ชุด และคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นด้วยสูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าทุกด้านมีค่าผลลัพธ์มากกว่า 0.75 อันเป็นการยืนยันว่าข้อคำถามนั้นมีความเชื่อมั่นเพียงพอ

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในสถาบันอุดมศึกษาจำนวน 5 แห่ง โดยจำแนกเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 4 แห่ง และสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน 1 แห่ง ในพื้นที่จังหวัดสงขลา มีจำนวนทั้งสิ้น 61,813 คน จากข้อมูลสถิติสถานศึกษา นักศึกษาอุดมศึกษา ปีการศึกษา 2561 (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2562) ดังนั้นเมื่อประชากรมีขนาดใหญ่จึงกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ Yamane (ประสพชัย พสุนนท์, 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยได้กลุ่มตัวอย่างขนาดเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขนาดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

| พื้นที่ | จำนวน นักศึกษารวม | จำนวน นักศึกษา กลุ่มตัวอย่าง (ร้อยละ) | จำนวน นักศึกษา กลุ่มตัวอย่าง |
|---|----------------------|--|------------------------------------|
| สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 4 แห่ง (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ, มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา) | 57,165 | 92.5 | 370 |
| สถาบันอุดมศึกษาของเอกชน 1 แห่ง (มหาวิทยาลัยหาดใหญ่) | 4,648 | 7.5 | 30 |
| นักศึกษาระดับปริญญาตรี | 61,813 | 100 | 400 |

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาองค์ประกอบการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ ดังนี้

1) ข้อมูลทุติยภูมิ การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้วิจัยและเก็บข้อมูลไว้แล้ว เช่น ตำราและเอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ ที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น

2) ข้อมูลปฐมภูมิ ศึกษาจากการใช้แบบสอบถามกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีในพื้นที่จังหวัดสงขลา เพื่อทำการสกัดปัจจัยตามแนวคิดออกมา

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ทางสถิติ SPSS V. 22 ข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ คณะวิชา ชั้นปี ฯลฯ และข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักศึกษา และทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) โดยวิธีหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี Varimax with Kaiser Normalization ที่มีค่า Factor Loading มากกว่า 0.681 และนำผลมาทำการจัดกลุ่มตาม ปัจจัยการท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดสงขลา ด้วยวิธีวิเคราะห์กลุ่มแบบ K-Means โดยนำค่าปัจจัยคะแนน (Factor Score) ของทั้ง 6 ปัจจัย (โดยทดลองกำหนด $K = 2, 3, 4, \dots, 8$) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้แปลงข้อมูล คะแนนปัจจัยให้เป็น ค่ามาตรฐาน (Standardized) ก่อนทำการวิเคราะห์ ด้วยวิธี K-Means

ผลการวิจัย

1. ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 208 คน (ร้อยละ 52.1) อายุระหว่าง 22-24 ปี จำนวน 287 คน (ร้อยละ 24.6) มีการศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 จำนวน 256 คน (ร้อยละ 64.2) นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จำนวน 166 คน (ร้อยละ 38.2) กลุ่มคณะ /สาขาวิชา อุตสาหกรรมบริการ/การท่องเที่ยว/โรงแรม/อีเวนต์ จำนวน 123 คน (ร้อยละ 30.8) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 12,001 บาท จำนวน 189 คน (ร้อยละ 47.4)

2. ผลจากการวิเคราะห์พฤติกรรม

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นิยมมากที่สุด คือ ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 95.25 รองลงมาคือ โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 90.00 และศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา คิดเป็นร้อยละ 81.25 ด้านลักษณะการ เดินทางท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 27.60 โดยวิธีการเดินทางด้วยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 75.90 และส่วนใหญ่นิยมเดินทาง มาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 76.90 ด้านสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง ท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ คิดเป็น ร้อยละ 96.75 กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามนิยม ถ่ายรูป คิดเป็นร้อย ละ 93.25 ในด้านกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจในการ นั่งรถสามล้อ/รถรางรอบเมือง คิดเป็นร้อยละ 82.25 และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักและเคยเดินทางไปมากที่สุด คือ ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง คิดเป็น

ร้อยละ 89.00 รองลงมาคือ เขาตังกวอน คิดเป็นร้อยละ 83.25 และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสงขลา และวัดมัสยิดมาวาส คิดเป็นร้อยละ 82.25

3. ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจากตัวแปรปัจจัยในการวิเคราะห์จำนวน 42 ตัวแปร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่า ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) โดยวิธีหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี Varimax with Kaiser Normalization ที่มีค่า Factor Loading มากกว่า 0.681 โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ปัจจัย คือ ปัจจัยที่ 1 วัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิต ปัจจัยที่ 2 ความเชื่อ ความศรัทธา ปัจจัยที่ 3 กลิ่นอายอดีต ปัจจัยที่ 4 สภาพแวดล้อม ปัจจัยที่ 5 โหยหาวันวาน และปัจจัยที่ 6 แลกเปลี่ยนทักษะ โดยจำแนกรายละเอียดแต่ละปัจจัยดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละปัจจัย (n=400)

| ปัจจัย | Factor Loading | Mean | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|---|----------------|--|------|----------------|
| ปัจจัยที่ 1 วัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิต | | (Eigenvalues = 15.779 และ Variance = 37.570) | | |
| - อาหารท้องถิ่นมีความแปลก แตกต่าง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว | 0.88 | 4.41 | 0.84 | มาก |
| - เข้าไปร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม อนุรักษ์ประเพณี อาทิ ประเพณีชักพระ เป็นต้น | 0.87 | 3.94 | 0.77 | มาก |
| - ทำบุญและกราบไหว้บูชาสิ่งที่เคารพ/ปฏิบัติศาสนกิจ | 0.87 | 3.91 | 0.71 | มาก |
| - อาหารท้องถิ่นมีรสชาติอร่อย ถูกปาก | 0.86 | 3.96 | 0.89 | มาก |
| - กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิต วัฒนธรรม | 0.86 | 3.93 | 0.91 | มาก |
| - สืบทอดวิถีประเพณีอันดีงามของครอบครัว | 0.84 | 3.76 | 0.78 | มาก |
| - ความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาหาร | 0.81 | 4.56 | 0.63 | มากที่สุด |
| - ใช้เวลาวันหยุดกับครอบครัว/เพื่อน | 0.79 | 3.88 | 0.67 | มาก |

| ปัจจัย | Factor Loading | Mean | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|--|----------------|---|------|----------------|
| - การผสมผสานของวัฒนธรรมไทยพุทธมุสลิม จีน | 0.78 | 4.41 | 0.55 | มาก |
| - การดูแลเอาใจใส่ในการอนุรักษ์โบราณสถานภายในพื้นที่ให้คงความสวยงามอยู่ในสภาพดี | 0.73 | 3.55 | 0.86 | มาก |
| - ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ รำมโนรา เป็นต้น | 0.71 | 3.78 | 0.56 | มาก |
| - อาหารท้องถิ่นมีคุณค่าทางโภชนาการ | 0.67 | 4.35 | 0.62 | มาก |
| - อาหารแต่ละช่วงเวลามีเอกลักษณ์ | 0.66 | 4.40 | 0.60 | มาก |
| ปัจจัยที่ 2 ความเชื่อ ความศรัทธา | | (Eigenvalues = 8.397 และ Variance = 19.992) | | |
| - เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์นำไปถ่ายทอดแก่ผู้อื่น | 0.94 | 4.35 | 0.81 | มาก |
| - ความศักดิ์สิทธิ์ของเทพเจ้า พระเกจิ | 0.87 | 4.47 | 0.58 | มาก |
| - เสริมสร้างสัมพันธภาพภายในครอบครัว | 0.82 | 3.99 | 0.95 | มาก |
| - ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ช่วยคุ้มครองป้องกันภัย ประสบความสำเร็จในชีวิต | 0.80 | 4.38 | 0.60 | มาก |
| - ถ่ายภาพสิ่งต่างๆ เพื่อลงสื่อสังคมออนไลน์ | 0.78 | 3.87 | 0.47 | มาก |
| - รู้สึกศรัทธา เลื่อมใส ศาสนสถาน เช่น วัด ศาลเจ้า | 0.77 | 4.32 | 0.68 | มาก |
| - การเข้าร่วมพิธีกรรม เช่น บวงสรวงหลักเมือง เจดีย์หลวง เป็นต้น | 0.76 | 4.02 | 0.73 | มาก |
| - มีกิจกรรมตามประเพณีท้องถิ่น | 0.74 | 4.10 | 0.74 | มาก |
| - ต้องการพักผ่อน ผ่อนคลาย หลีกหนีความจำเจ | 0.68 | 3.99 | 0.70 | มาก |
| - ไม่ตรีจิตและมิตรภาพของผู้คนท้องถิ่น | 0.63 | 4.41 | 0.60 | มาก |
| - สถาปัตยกรรมที่สวยงามของอาคารบ้านเรือน | 0.59 | 4.37 | 0.62 | มาก |

| ปัจจัย | Factor Loading | Mean | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|--|----------------|---|------|----------------|
| ปัจจัยที่ 3 กลิ่นอายอดีต | | (Eigenvalues = 6.410 และ Variance = 15.262) | | |
| - ต้องการคำชื่นชมจากผู้อื่น เสริมสร้างความภาคภูมิใจในตนเอง | 0.88 | 3.91 | 0.80 | มาก |
| - วิถีชีวิตของคนท้องถิ่นในอดีตกาล | 0.75 | 4.65 | 0.59 | มากที่สุด |
| - สัมผัสกลิ่นอายความเป็นดั้งเดิม | 0.73 | 4.08 | 0.41 | มาก |
| - ต้องการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ต่างจากตน | 0.72 | 4.16 | 0.53 | มาก |
| - ค้นหาต้นกำเนิดความเชื่อ ประเพณี นิทานพื้นบ้าน ตำนานพื้นบ้าน จิตรกรรม ฯลฯ | 0.67 | 4.12 | 0.51 | มาก |
| - ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอันยาวนานทรงคุณค่า | 0.62 | 4.05 | 0.44 | มาก |
| ปัจจัยที่ 4 สภาพแวดล้อม | | (Eigenvalues = 3.689 และ Variance = 8.783) | | |
| - สภาพอากาศดี สามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล | 0.81 | 3.66 | 0.78 | มาก |
| - ความเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น | 0.80 | 4.20 | 0.53 | มาก |
| - ต้องการที่จะพัฒนาทักษะของตนเอง | 0.76 | 4.58 | 0.67 | มากที่สุด |
| - ต้องการได้รับประสบการณ์ที่หลากหลาย | 0.70 | 4.65 | 0.66 | มากที่สุด |
| - ต้องการเห็นสถานที่ตามทีเห็นในสื่อออนไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ | 0.67 | 3.73 | 0.55 | มาก |
| - คุณค่าทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน | 0.54 | 3.93 | 0.80 | มาก |
| ปัจจัยที่ 5 โหยหาวันวาน | | (Eigenvalues = 2.421 และ Variance = 5.763) | | |
| - ต้องการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตที่มีความแตกต่าง | 0.95 | 4.23 | 0.52 | มาก |
| - ต้องการถวิลหาอดีต | 0.71 | 4.09 | 0.86 | มาก |
| - จำหน่ายซื้อของฝาก ของที่ระลึก | 0.69 | 4.43 | 0.61 | มาก |
| - สืบทอดตามความเชื่อ เช่น มโนราโรงครุ เป็นต้น | 0.61 | 4.35 | 0.92 | มาก |

| ปัจจัย | Factor Loading | Mean | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|--|----------------|--|------|----------------|
| ปัจจัยที่ 6 แลกเปลี่ยนทัศนะ | | (Eigenvalues = 1.446 และ Variance = 3.442) | | |
| - พุดคุยแลกเปลี่ยนข้อคิดกับคนท้องถิ่น/คนรุ่นเก่า | 0.63 | 4.00 | 0.38 | มาก |
| - การฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน | 0.54 | 4.14 | 0.49 | มาก |

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดซึ่งองค์ประกอบเพื่อสื่อความหมายที่สอดคล้องกับตัวแปร สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ปัจจัย โดยจำแนกรายละเอียดแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยที่ 1 วัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิต มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 15.779 ประกอบด้วย 13 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 37.570 ได้แก่ 1) อาหารท้องถิ่นมีความแปลก แตกต่าง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 2) เข้าไปร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม อนุรักษ์ประเพณี อาทิ ประเพณีชักพระ เป็นต้น 3) ทำบุญและกราบไหว้บูชาสิ่งที่เคารพ/ปฏิบัติศาสนกิจ 4) อาหารท้องถิ่นมีรสชาติอร่อยถูกปาก 5) กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิต วัฒนธรรม 6) สืบทอดวิถีประเพณีอันดีงามของครอบครัว 7) ความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาหาร 8) ใช้เวลาวันหยุดกับครอบครัว/เพื่อน 9) การผสมผสานของวัฒนธรรมไทยพุทธ มุสลิม จีน 10) การดูแลเอาใจใส่ในการอนุรักษ์โบราณสถานภายในพื้นที่ให้คงความสวยงามอยู่ในสภาพดี 11) ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ รำโนรา เป็นต้น 12) อาหารท้องถิ่นมีคุณค่าทางโภชนาการ 13) อาหารแต่ละช่วงเวลามีเอกลักษณ์

ปัจจัยที่ 2 ความเชื่อ ความศรัทธา มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 8.397 ประกอบด้วย 11 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 19.992 ได้แก่ 1) เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์นำไปถ่ายทอดแก่ผู้อื่น 2) ความศักดิ์สิทธิ์ของเทพเจ้า พระเกจิ เป็นต้น 3) เสริมสร้างสัมพันธภาพภายในครอบครัว 4) ช่วยคุ้มครอง ป้องกันภัย ประสบความสำเร็จในชีวิต 5) ถ่ายภาพสิ่งต่างๆ เพื่อลงสื่อสังคมออนไลน์ 6) รู้สึกศรัทธา เลื่อมใส ศาสนสถาน เช่น วัด ศาลเจ้า เป็นต้น 7) การเข้าร่วมพิธีกรรม เช่น บวงสรวงหลักเมือง เจดีย์หลวง เป็นต้น 8) มีกิจกรรมตามประเพณีท้องถิ่น 9) ต้องการพักผ่อน ผ่อนคลาย หลีกหนีความจำเจ 10) ไม่ตรีจิตและมิตรภาพของผู้คนท้องถิ่น 11) สถาปัตยกรรมที่สวยงามของอาคาร บ้านเรือน

ปัจจัยที่ 3 กลิ่นอายอดีต มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 6.410 ประกอบด้วย 6 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 15.262 ได้แก่ 1) ต้องการคำชื่นชมจากผู้อื่น เสริมสร้างความภาคภูมิใจในตนเอง 2) วิถีชีวิตของคนท้องถิ่นในอดีตกาล 3) สัมผัสกลิ่นอายความเป็นดั้งเดิม 4) ต้องการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ต่างจากตน 5) ค้นหาต้นกำเนิดความเชื่อ ประเพณี นิทานพื้นบ้าน ตำนานพื้นบ้าน จิตรกรรม ฯลฯ และ 6) ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น อันยาวนานทรงคุณค่า

ปัจจัยที่ 4 สภาพแวดล้อม มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 3.689 ประกอบด้วย 6 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 8.783 ได้แก่ 1) สภาพอากาศดี สามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล 2) ความเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น 3) ต้องการที่จะพัฒนาทักษะของตนเอง 4) ต้องการได้รับประสบการณ์ที่หลากหลาย 5) ต้องการเห็นสถานที่ตามทีเห็นในสื่อออนไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ และ 6) คุณค่าทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน

ปัจจัยที่ 5 โหยหาวันวาน มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 2.421 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 5.763 ได้แก่ 1) ต้องการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมภูมิปัญญา วิถีชีวิต ที่มีความแตกต่าง 2) ต้องการถวิลหาอดีต 3) จับจ่ายซื้อของฝากของที่ระลึก และ 4) สืบทอดตามความเชื่อ เช่น มโนราโรงครู เป็นต้น

ปัจจัยที่ 6 แลกเปลี่ยนทัศนคติ มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.446 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 3.442 ได้แก่ 1) พุดคุยแลกเปลี่ยนข้อคิดกับคนท้องถิ่น/คนรุ่นเก่า และ 2) การฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

4. ผลจากการจัดกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการจัดกลุ่มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา ด้วยวิธีวิเคราะห์กลุ่มแบบ K-Means โดยนำค่าปัจจัยคะแนน (Factor Score) ของทั้ง 6 ปัจจัย (โดยทดลองกำหนด $K = 2, 3, 4, \dots, 8$) สามารถแบ่งกลุ่มจากค่า Final cluster Centers ออกเป็น 2 กลุ่ม ($K = 2$) ได้แก่ 1) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเกิดจากปัจจัย ความเชื่อ ความศรัทธา ปัจจัยกลิ่นอายอดีต ปัจจัยสภาพแวดล้อม และโหยหาวันวาน จำนวน 381 คน (ร้อยละ 95.25) และ 2) ท่องเที่ยวทั่วไป โดยเกิดจากปัจจัยวัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิต และปัจจัยแลกเปลี่ยนทัศนคติ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.75) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่า Final cluster Centers และการจัดกลุ่มด้วยวิธีวิเคราะห์กลุ่ม K-Means

| ปัจจัย | กลุ่ม | |
|-----------------------------|------------------------|------------------|
| | ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | ท่องเที่ยวทั่วไป |
| - วัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิต | 0.02047 | -0.43319 |
| - ความเชื่อ ความศรัทธา | 0.06580 | -1.39284 |
| - กลิ่นอายอดีต | 0.06321 | -1.33786 |
| - สภาพแวดล้อม | 0.13833 | -2.92791 |
| - โห่หวานวันวาน | 0.10196 | -2.15825 |
| - แลกเปลี่ยนทัศนะ | 0.02366 | -0.50072 |

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 22-24 ปี กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา กลุ่มคณะ/สาขาวิชา อุตสาหกรรมบริการ/การท่องเที่ยว/โรงแรม/อีเวนต์ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 12,001 บาท

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นิยมมากที่สุด คือ ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ นิยมเดินทางกับเพื่อนในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ สิ่งดึงดูดใจคือวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว นิยมถ่ายรูป กิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สนใจคือการนั่งรถสามล้อ/รถรางรอบเมือง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่รู้จักและเคยเดินทางไป มากที่สุด คือ ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง

การวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อทำการจัดกลุ่มตัวแปร พบว่า จากตัวแปรทั้งหมด 42 ตัวแปร เมื่อทำการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิมแมกซ์ (Varimax) จึงทำให้ สามารถสกัดปัจจัยได้ 6 ด้าน ประกอบด้วย

- ปัจจัยที่ 1 วัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิต ประกอบด้วย 13 ตัวแปร
- ปัจจัยที่ 2 ความเชื่อ ความศรัทธา ประกอบด้วย 11 ตัวแปร
- ปัจจัยที่ 3 กลิ่นอายอดีต ประกอบด้วย 6 ตัวแปร
- ปัจจัยที่ 4 สภาพแวดล้อม ประกอบด้วย 6 ตัวแปร
- ปัจจัยที่ 5 โห่หวานวันวาน ประกอบด้วย 4 ตัวแปร

ปัจจัยที่ 6 แลกเปลี่ยนทัศนคติ

ประกอบด้วย 2 ตัวแปร

โดยจากการค้นหาปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า จากทั้งหมด 6 ปัจจัย สามารถอภิปรายผลแต่ละปัจจัยได้ ดังนี้

ปัจจัยวัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิต จากตัวแปรจำนวน 13 ตัวแปร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาหาร โดยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นมีความแปลกแตกต่าง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และการผสมผสานของวัฒนธรรมไทยพุทธ มุสลิม จีน มีค่าเฉลี่ย 4.41 อาหารเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ เนื่องจากอาหารสามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของท้องถิ่น (ภัทรพร พันธูรี, 2558)

ปัจจัยความเชื่อ ความศรัทธา จากตัวแปรจำนวน 11 ตัวแปร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความศักดิ์สิทธิ์ของเทพเจ้า พระเกจิ โดยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมาคือโมตรจิตและมิตรภาพของผู้คนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.41 และขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ช่วยคุ้มครองป้องกันภัย ประสบความสำเร็จในชีวิต มีค่าเฉลี่ย 4.38 ตามลำดับ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยม มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวบางแห่ง เนื่องจากมีความเชื่อว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สามารถที่จะบันดาลต่างๆ และเชื่อว่าการมากราบไหว้จะทำให้ชีวิตมีความสุข มีความเจริญรุ่งเรือง (ผกาภาศ เพชรสิน, 2558)

ปัจจัยกลิ่นอายอดีต จากตัวแปร จำนวน 6 ตัวแปร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นในอดีตกาล โดยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65 รองลงมาคือ ต้องการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ต่างจากตน มีค่าเฉลี่ย 4.16 และค้นหาต้นกำเนิดความเชื่อ ประเพณี นิทานพื้นบ้าน ตำนานพื้นบ้าน จิตรกรรม ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 4.12 ตามลำดับ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมีความโหยหาอดีตและมีความต้องการย้อนกลับไปพบประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในวัยเด็ก หรือเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่มีความต่างจากตน (นงลักษณ์ จันทาทากุล และนรินทร์ สังข์รักษา, 2556)

ปัจจัยสภาพแวดล้อม จากตัวแปรจำนวน 6 ตัวแปร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความต้องการได้รับประสบการณ์ที่หลากหลาย โดยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65 รองลงมาคือ ต้องการที่จะพัฒนาทักษะของตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.58 และความเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.20 ตามลำดับ พฤติกรรมและประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า การได้รับการบริการที่ต่ออย่างมีมิตรภาพของคนในพื้นที่ทำให้เป็นเสน่ห์ของท้องถิ่นไทย (น้ำฝน จันทร์นวล, 2556)

ปัจจัยโหยหาวันวาน จากตัวแปรจำนวน 4 ตัวแปร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจับจ่ายซื้อของฝาก ของที่ระลึก โดยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.43 และปัจจัยแลกเปลี่ยนทักษะ จากตัวแปรจำนวน 2 ตัวแปร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน โดยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14

การจัดกลุ่มด้วยวิธีวิเคราะห์กลุ่มแบบ K-Means สามารถแบ่งกลุ่มจากค่า Final cluster Centers ออกเป็น 2 กลุ่ม (K = 2) ได้แก่ 1) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 381 คน (ร้อยละ 95.25) และ 2) ท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.75)

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่มีต่อการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า หน่วยงานท้องถิ่นและชุมชนควรกำหนดแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีความเป็นระเบียบและสวยงาม รวมถึงพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และควรมีการกำหนดจัดทำแผนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังเพื่อความยั่งยืนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะที่มีต่องานวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น รวมถึงการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อื่นๆ เช่น นครศรีธรรมราช พัทลุง เป็นต้น

2.2 ควรนำการศึกษามาปรับใช้ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่เป็นประเด็นที่น่าสนใจ เช่น การส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ การมีส่วนร่วมของชุมชน ฯลฯ

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2562). สถิติการท่องเที่ยว ปี 2561. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://www.mots.go.th>. [สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2562].

กฤตศุ สมบุศย์รุ่งเรือง. (2552). การศึกษาอัตลักษณ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของย่านชุมชนตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://tourism-dan1.blogspot.com>. [สืบค้นเมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2562].

- ธัญญา ธีระกนิษฐ์. (2555). **พฤติกรรมมนุษย์เพื่อการพัฒนาตน**. อุดรธานี: สำนักวิชา
ศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ธวัชรัตน์ อินทนนชัย. (2552). **การโฆษณาเครื่องดื่มชูกำลังและการบริโภคมายาคติของผู้
ซักรับจ้างสี่ล้อในจังหวัดเชียงใหม่**. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การสื่อสาร
การศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นงลักษณ์ จันทาทากุล และนรินทร์ สังข์รักษา. (2556). “การศึกษาศักยภาพในการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาจีน จังหวัดราชบุรี”. **วารสาร
วิทยบริการ**, 24(2), 143.
- น้ำฝน จันทร์นวล. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่
เดิน ทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัย
นานาชาติแสตมป์ฟอร์ด กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: โอเดียน
สโตร์.
- ประสพชัย พสุนนท์ และคณะ. (2553). **การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบูชาสิ่งศักดิ์
สิทธิ์ของผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี**.
ใน การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารและการจัดการวิจัยครั้งที่ 2.
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ผกามาศ เพชรสิน. (2558) **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาวัดพระมหาธาตุ
วรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช**. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). “การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์ของ
นักท่องเที่ยวในประเทศไทย”. **JOURNAL OF SOUTHERN TECHNOLOGY**,
8(2), 27-38. [ออนไลน์]. ได้จาก: [https://www.tci-thaijo.org/index.php/
journal_sct/article/view/82467](https://www.tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/article/view/82467). [สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2563].
- วุฒิชัย จำนงค์. (2523). **พฤติกรรมการตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา. (2562). **รายงานสถิติประจำปี 2561 จังหวัดสงขลา**. [ออนไลน์].
ได้จาก: [http://songkhla.nso.go.th/images/attachments/category/
report_province/report_statisticalprovincialsongkhla_2561_1.pdf](http://songkhla.nso.go.th/images/attachments/category/report_province/report_statisticalprovincialsongkhla_2561_1.pdf).
[สืบค้นเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2562].
- เสาวนีย์ มูลสุวรรณ. (2551). **ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของ
นักท่องเที่ยวต่างชาติ**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
วางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.

The New Straits Times Press (Malaysia). (2019). **Tourism tour de force.**
[ออนไลน์]. ได้จาก: <https://www.nst.com.my/opinion/columnists/2019/01/447068/tourism-tour-de-force>. [สืบค้นเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2562]
The United Nations World tourism organization (UNWTO). (2014). **UNWTO
Tourism Highlight 2014 Edition**, UNWTO, 4.

.....