

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยว

กลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น

The Factors Affecting the Intention to Revisit Mor Lam Concert Among LGBTQ Tourists
in Khonkaen Provinceรักษณีวรรณ นาหัวคน^{1*}, ปันธารีย์ กุตัน², สุทธิพงษ์ วงศ์สมศรี³, อภิวัฒน์ พัฒมณี⁴ และ กิตติธณทัต สุพรรณ⁵Rakkhaniwan Nahuakhon^{1*}, Pantharee Kutan², Suthiphong Wongsomsri³, Apiwat Patmanee⁴
and Kittanathat Suphan⁵

Received: 19 October 2024 Revised: 25 November 2024 Accepted: 1 December 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อวิเคราะห์แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน ผ่านวิธีการสุ่มแบบเจาะจง จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น มีความถี่ในการชมหมอลำทุกครั้งที่มีโอกาส จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 ในด้านปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ในขณะที่การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Regression) ด้วยวิธี Stepwise พบว่า ปัจจัยหลักด้านความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน ปัจจัยดึงดูดด้านความเหมาะสมด้านราคาและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการชมหมอลำ ปัจจัยดึงดูดด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวงหมอลำที่แสดงปัจจัยดึงดูดด้านความสะดวก

¹⁻⁴ นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

⁵ อาจารย์ สาขาการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

¹⁻⁴ Student program in Tourism and Hospitality, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan Khonkaen Campus

Lecturer program in Tourism and Hospitality, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan Khonkaen Campus

E-mail: pantharee.k5@gmail.com, Tel. 093-1674259* Corresponding Author

ในการเดินทางไปรับชมหมอลำ และปัจจัยดึงดูดด้านความน่าสนใจของวัฒนธรรมผ่านการแสดงหมอลำ มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยผลักดัน, ปัจจัยดึงดูด, คอนเสิร์ตหมอลำ, กลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ, ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ABSTRACT

The research on the factors affecting the intention to revisit Mor Lam concert among LGBTQ tourists in Khon Kaen Province aims to 1) examine the behavior of LGBTQ tourists in Khon Kaen Province; 2) analyze the motivational factors in the intention to return to Mor Lam concert. This study is quantitative research, collecting data from 400 LGBTQ tourists in Khon Kaen Province, selected for the study by purposive sampling. Data analysis was done using descriptive statistics and inferential statistics. The study found that 127 of the sampled LGBTQ tourists (31.8%) would attend the Mor Lam concerts whenever they had a chance. The motivational factors in the intention to return to Mor Lam concerts were found to be at the highest level, with an average score of 4.25, and behavioral intention to return to Mor Lam concerts was found to be at the highest level, with an average score of 4.31. Stepwise multiple regression analysis showed that the pushing factor was a desire to escape the monotony and the pulling factors were price, cost-effectiveness, image and reputation of the Mor Lam bands, convenience in going to the concert, and cultural attractiveness of the performance, all of which affected the intention to return to Mor Lam concert among the LGBTQ tourists in Khon Kaen Province with a statistical significance of 0.05.

Keywords: Push Factors, Pull Factors, Mor Lam Concert, LGBTQ, Behaviors Intention

1. บทนำ

“หมอลำ” เป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ถือกำเนิดในท้องถิ่นภูมิภาคอีสาน ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นและมีความสำคัญอย่างมากต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น ความหมายของ “หมอลำ” มาจากคำว่า “หมอ” ในความหมายของภาษาอีสานที่หมายถึงผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และ “ลำ” ที่หมายถึงบทร้องหรือการเล่าเรื่อง ทำให้หมอลำเป็นการแสดงที่รวมเอาการร้องเพลง การเล่าเรื่อง และการเล่นดนตรีเข้าไว้ด้วยกัน หมอลำมีการพัฒนาการควบคู่กับการเติบโตของสังคมในทุกช่วงสมัย ในเชิงประวัติศาสตร์จะเห็นว่า “อีสาน” เป็นกลุ่มวัฒนธรรมที่มีชนบทยึดเหนี่ยวประเพณีและรูปแบบการดำรงชีวิตที่มีแบบแผน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทเพลงพื้นบ้านอีสานที่นิยมเล่นจะมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดดเด่น (วิชญ์ บุญรอด, 2564) ในสมัยเริ่มแรก

สันนิษฐานว่า หมอลำคงจะมีการแสดงในงานสำคัญของชาวบ้านในระแวกใกล้เคียงกับที่หมอลำอาศัยอยู่ เช่น งานศพ งานบุญบ้าน งานเทศกาลประจำปีของหมู่บ้าน ในการลำครั้งแรกนั้น หมอลำ ไม่ได้มีพิธีรีตองอะไรมากนัก ในเวลาต่อมาได้มีการนำเอาแคนมาเป่าเป็นดนตรีประกอบเพิ่มความน่าสนใจให้กับผู้ฟัง ซึ่งในสมัยแรกนั้นคนลำไม่ค่อยพิถีพิถันเรื่องการแต่งกาย ต่อมาได้รับอิทธิพลจากตะวันตก จึงมีการคิดหาชุดที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังมาสวมใส่ (ทองพล ภูสิม และคณะ, 2558) ซึ่งในปัจจุบันเกิดการหลั่งไหลของวัฒนธรรมข้ามชาติและการรับเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามา ส่งผลให้หมอลำเกิดการปรับเปลี่ยนทั้งรูปแบบการแสดง ดนตรี และเนื้อหาการขับร้อง เพื่อสามารถรักษาความบันเทิงที่เท่าทันสังคมตลอดจนสามารถตอบสนองรสนิยมของผู้ชมไว้ได้ (ปณณทัต ลำเพ็ญ และ อนุกุล โรจนสุขสมบุรณ์, 2564)

นอกจากนี้หมอลำได้ถูกนำมาใช้ในเชิงการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นของภาคอีสาน ซึ่งเป็นวิธีที่ช่วยส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะพื้นบ้าน และทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในพื้นที่ทั้งนี้การท่องเที่ยวในประเทศไทย (ททท.) มีเป้าหมายกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยนำเสนอศิลปวัฒนธรรมดนตรีอย่างการแสดงหมอลำ เข้ามาเป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นการเดินทาง เพื่อหวังกระตุ้นให้เกิดการเดินทางข้ามจังหวัด และดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาสัมผัสกับศิลปวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของท้องถิ่นอีสาน ซึ่งเป็นสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำ ผ่านเอกลักษณ์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (MGR Online, 2566) ซึ่งจากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของแฟนคลับหมอลำวงระเบียบวาทะศิลป์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการและด้านการตลาดดิจิทัล มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของแฟนคลับหมอลำวงระเบียบวาทะศิลป์ (ฉัตรชัย พิศพล, 2565) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Sanjaya & Yuliastanty, 2018) พบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีผลกระทบต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าในธุรกิจบริการ

ในปัจจุบันการจัดแสดงหมอลำเป็นที่พบเห็นอย่างแพร่หลาย ซึ่งหมอลำแต่ละคณะมีเอกลักษณ์ ชื่อเสียง และฐานแฟนคลับมากมาย เกิดการเดินสายติดตามหมอลำในพื้นที่ต่างๆ ที่หมอลำไปทำการแสดง รวมถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ได้ส่งเสริมและผลักดันการแสดงหมอลำ เพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่าประทับใจและแตกต่าง จากที่กล่าวไปข้างต้น ทำให้เกิดความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการแสดงหมอลำ สามารถนำไปพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการดำเนินงานการตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เกิดการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ และเกิดการบอกต่อผู้อื่น นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนยังสามารถนำผลการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมในการจัดกิจกรรมหรือการสนับสนุนการแสดงหมอลำให้สอดคล้องกับยุคปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น ที่ตั้งใจกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ
- 2.2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น

3. สมมติฐาน

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น ที่แตกต่างกัน
2. แรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น
3. แรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูด มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น

4. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งต่างประเทศและในประเทศสามารถสรุปได้ดังนี้

Najla Salsabila and Yeshika Alversia^{2a} (2019) ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผ่านทฤษฎีแรงจูงใจในอินโดนีเซีย พบว่า ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ อยากสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่าง ประสบการณ์ใหม่ๆ ที่น่าตื่นเต้น การพักผ่อนและผ่อนคลาย หลีกหนีจากความเครียดในชีวิตประจำวัน และอยากสนุกและมีความสุข และปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความปลอดภัย ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ข้อมูล วัฒนธรรมท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก และราคาสมเหตุสมผล

Wijaya & Kusuma (2018) ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาแรงจูงใจในการเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวอินโดนีเซีย พบว่า ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ เรียนรู้วัฒนธรรม พบปะผู้คนใหม่ๆ การผ่อนคลาย เพลิดเพลินกับชีวิต และหลีกหนีจากกิจวัตรประจำวัน และปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความปลอดภัย ค่ำค่ากับเงิน สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรม

Munhurrin, Naidoo, Seebaluck and Puttaroo (2018) ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจหลักและแรงจูงใจรองที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ต้องการความแปลกใหม่ การหลีกหนีความจำเจ ความสัมพันธ์ในครอบครัว และการเข้าสังคม และปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ชื่อเสียงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงและการขนส่ง ทรัพยากรการท่องเที่ยว และวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น

Betsy & Gloria (2018) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ พบว่าปัจจัยผลักดัน ได้แก่ การพักผ่อน สัมผัสประสบการณ์กิจกรรม สร้างความสัมพันธ์ เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น และวัฒนธรรมที่แตกต่าง และประสบการณ์แปลกใหม่ และปัจจัยดึงดูด ได้แก่ การโฆษณา ความบันเทิงยามค่ำคืน การคมนาคมสะดวก ครอบครัวและเพื่อนฝูง สถานที่มีชื่อเสียง และความปลอดภัย

Mohammad, & Mat Som (2010) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศจอร์แดน พบว่าปัจจัยผลักดัน ได้แก่ สัมผัสวิถีชีวิตที่แตกต่าง สำรวจทรัพยากรทางวัฒนธรรม เพื่ออยู่ห่างบ้าน เพื่อผ่อนคลาย เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมใหม่ๆ ค้นหาความตื่นเต้นเร้าใจ พบปะผู้คนใหม่ๆ และมี

ช่วงเวลาที่สนุกสนานกับเพื่อน และปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ราคาไม่แพง วัฒนธรรม ศิลปะ และประเพณี บรรยากาศแปลกใหม่ อาหาร ค่ำค่าเงิน เทศกาลและกิจกรรมต่างๆ ชีวิตกลางคืน และความบันเทิง

วีรภัทร ดาวเรือง (2564) ศึกษาเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคม แรงจูงใจปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง พบว่าปัจจัยผลัก ได้แก่ พบปะกับผู้คนใหม่ๆ แสวงหาความตื่นเต้น แสวงหาความแปลกใหม่ เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น หลีกหนีความจำเจ ให้รางวัลตัวเอง และพักผ่อนหย่อนใจ และปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ราคาไม่แพง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความสวยงาม กิจกรรมมีเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

วิภาดา เกษธรรมพิทักษ์ และคณะ (2564) ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา พบว่าปัจจัยผลัก ได้แก่ ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ต้องการได้พบเห็นสิ่งต่าง ๆ เทาที่จะมากได้ ความต้องการมีประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากงานที่ยุ่งเหยิง และปัจจัยดึงดูด ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีกิจกรรมที่หลากหลาย มีตราภาพของคนในท้องถิ่น และการบอกต่อของนักท่องเที่ยว

รุ่งกานต์ แก้วเจริญ และคณะ (2562) ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าปัจจัยผลัก ได้แก่ หลีกหนีความจำเจ ต้องการเดินทางไปยังสถานที่ที่ไม่เคยไป ผ่อนคลายและลดความเครียด ต้องการพบปะผู้คนใหม่ๆ ต้องการที่จะท้าทายตัวเอง และชื่นชอบเสียงดนตรี การเต้นรำ และการดื่มแอลกอฮอล์ และปัจจัยดึงดูด ได้แก่ มีเอกลักษณ์สวยงามอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย และชื่อเสียงของงาน คนท้องถิ่นเป็นมิตรและอัธยาศัยดี เดินทางเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก และคุ้มค่าต่อเงินที่เสียไป

ตารางที่ 1 ความถี่ปัจจัยผลัก (Push Factors) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) จากการค้นคว้าเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยผลัก (Push Factors)	ความถี่	ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors)	ความถี่
หลีกหนีความจำเจ	17	ราคาและความคุ้มค่า	13
ประสบการณ์และพบปะผู้คนใหม่ๆ	14	ภาพลักษณ์และชื่อเสียง	11
เรียนรู้และสำรวจทรัพยากรทางวัฒนธรรม	11	กิจกรรม	10
ผ่อนคลาย	10	สิ่งอำนวยความสะดวก	9
หาความตื่นเต้นเร้าใจ	9	ความปลอดภัย	8
สนุกสนานเพลิดเพลิน	8	ความบันเทิง	7
ชอบเสียงดนตรี	7	สถานที่	7
มีช่วงเวลาที่สนุกสนานกับเพื่อน	6	การคมนาคมสะดวก	7
เพื่อเกียรตินิยม	4	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	6

ปัจจัยผลัก (Push Factors)	ความถี่	ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors)	ความถี่
เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมใหม่ๆ	4	ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	5
สัมผัสวิถีชีวิตใหม่และแตกต่าง	3	บรรยากาศแปลกใหม่	4
การได้แสดงออกอย่างอิสระ	3	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	4
ความต้องการทางกายภาพ	2	อาหาร	3
ความภาคภูมิใจ	2	ครอบครัวและเพื่อนฝูง	1
ต้องการอยู่ห่างบ้าน	1	การบอกต่อ	1
ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	1	การแสวงหาความหลากหลาย	1
ความต้องการด้านจิตวิญญาณ	1		

จากตารางที่ 1 ผู้วิจัยได้นำผลสรุปปัจจัยผลัก (Push Factors) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) จากการศึกษา ค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาจัดสรรความถี่เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด และเป็น ข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูดที่สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมารับชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ใน จังหวัดขอนแก่น ปัจจัยผลัก ได้แก่ ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน ต้องการประสบการณ์และพบปะผู้คน ใหม่ ๆ ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม ต้องการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานหรือการเรียน ต้องการหาความตื่นเต้น เร้าใจ ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน ชื่นชอบเสียงดนตรี ต้องการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน ต้องการเข้า ร่วมกิจกรรมใหม่ๆ และต้องการสัมผัสวิถีชีวิตใหม่และแตกต่าง ในขณะที่ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความเหมาะสมด้านราคาและ ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการชมหมอลำภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวงหมอลำที่แสดง กิจกรรมมีความน่าสนใจ เช่น มีกิจกรรมร่วมกับนักร้องหลังจบงาน หรือกิจกรรมแจกของรางวัล สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น ร้านค้า ห้องน้ำ ที่นั่งชม ความปลอดภัยในการรับชมหมอลำ ความบันเทิง เช่น แนวเพลงมีความหลากหลาย เวที แสง สี เสียง มีความ น่าสนใจ สถานที่จัดหมอลำมีทำเลที่เหมาะสม ความสะดวกในการเดินทางไปรับชมหมอลำ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการจัดงาน ความน่าสนใจของวัฒนธรรมผ่านการแสดงหมอลำ บรรยากาศการจัดแสดงหมอลำมี ความแปลกใหม่ ความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่นที่ร่วมชมหมอลำ อาหารบริเวณงานหมอลำมีให้เลือกหลากหลาย ราคาเหมาะสม และการบอกต่อจากเพื่อนหรือคนอื่นในการชักชวนดูหมอลำ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

พบพร โอทการนนท์ และ เยาวีภา ปฐมศิริกุล (2556 : 39) กล่าวว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกิดจาก พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนบุคคลที่ถูกกระตุ้นจากปัจจัยต่าง ๆ การกลับมาเยือนหรือใช้บริการซ้ำเกิดจากความตั้งใจ ของบุคคลโดยจะมีการบอกเล่าถึงคุณประโยชน์และประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการที่ตนได้รับ ถ่ายทอดเรื่องราวไปยังผู้อื่นส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

พรพิมล ลอแท และ มนต์รี พิริยะกุล (2562 : 204) กล่าวว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ เป็นพฤติกรรมความตั้งใจที่เกิดขึ้นในอนาคตหลังจากการได้เข้าไปท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจ โดยเริ่มจากการมีทัศนคติทางด้านบวก ซึ่งเกิดขึ้นจากการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการเข้ามาท่องเที่ยว ความพึงพอใจในคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยว และเกิดการสะสมประสบการณ์จนเกิดเป็นความประทับใจและผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วย

1) การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ เป็นการแสดงถึงความผูกพันของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยเป็นความตั้งใจในอนาคตที่เข้ามาแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง

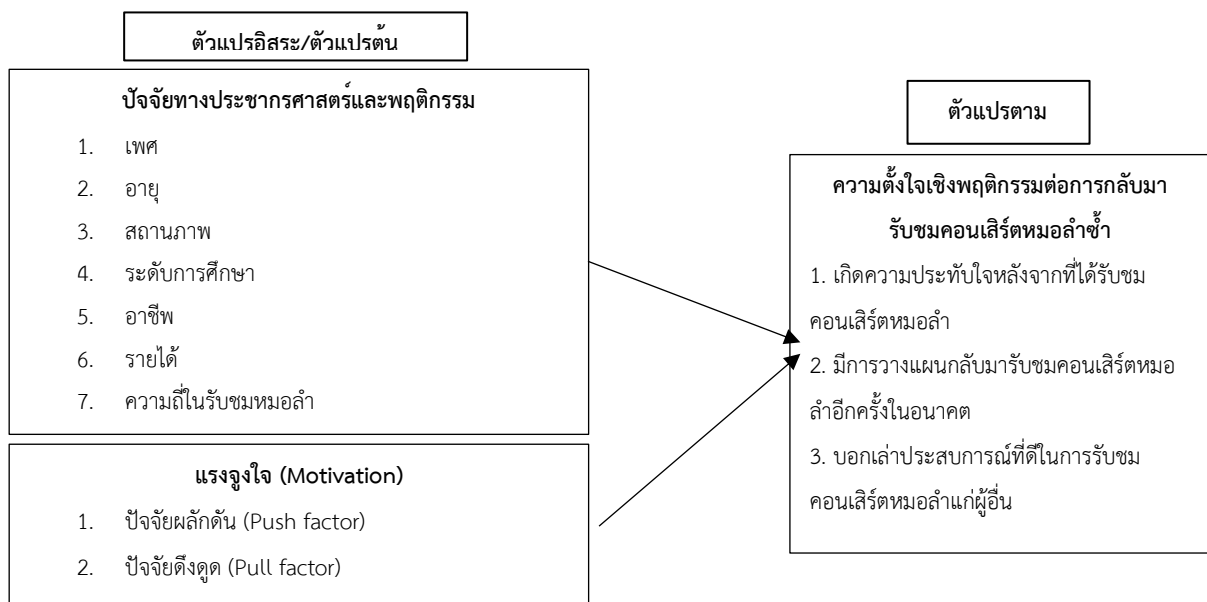
2) การแนะนำและบอกต่อ เป็นการแนะนำให้เพื่อนหรือญาติเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้รวมถึงเล่าความประทับใจทางบวก

3) ความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น เป็นความรู้สึกไม่หวั่นไหวของนักท่องเที่ยวต่อการขึ้นราคาค่าบริการโดยนักท่องเที่ยวจะยอมจ่ายมากขึ้นเพื่อให้ได้มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

ศิวัช คงทอง (2565 : 5) กล่าวว่า การกลับมาเยือนซ้ำ (Revisit) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวมีความคิดที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกครั้ง และยังแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในประสบการณ์ของการท่องเที่ยวครั้งก่อนที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยว

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมความตั้งใจที่เกิดจากความประทับใจและความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้นอีกครั้ง หรือความตั้งใจที่จะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวนั้นให้แก่ผู้อื่น เนื่องจากได้รับประสบการณ์ในเชิงบวกและตรงกับที่คาดหวังไว้ ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด และเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

5. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น ผ่านวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากข้อมูลประชากรประเภทดังกล่าวไม่มีหน่วยงานใดได้จัดทำ หรือ รวบรวมสถิติเอาไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องใช้วิธีคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้การแทนค่าในสูตรขนาดกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่จุด .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น เป็นวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ที่ตั้งใจกลับมาใช้บริการคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ และเพื่อวิเคราะห์แรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาใช้บริการคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งลักษณะของคำถามในแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด โดยผ่านการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องในประเด็นวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผ่านการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) พบว่า ข้อคำถามมีความสอดคล้องมากกว่า 0.5 ทุกข้อ

6.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ขั้นตอน ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

6.3.1 การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการสุ่มแบบบังเอิญจากกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น

6.3.2 การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ค้นคว้า ศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลจากตำรา หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ ฐานข้อมูลวารสาร บทความวิชาการ และข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งเป็นโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป เป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งจัดลำดับให้ตารางแจกแจงความถี่สรุปผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Means) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์เพื่อการพิสูจน์และทดสอบสมมติฐานงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมารับชมคอนเสิร์ตหมอลำข้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น

7. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เพศ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชายรักผู้ชาย (Gay) มากที่สุด จำนวน 186 คน คิดเป็น 46.5% รองลงมาเป็นไม่ประสงค์ระบุ จำนวน 74 คน คิดเป็น 18.5% รักได้ทั้งชายทั้งหญิง (Bisexual) จำนวน 69 คน คิดเป็น 17.3%

อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 19 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 257 คน คิดเป็น 64.3% รองลงมาเป็น 31 – 40 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็น 28.7% 41 – 50 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็น 6% 51 – 60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็น 1% ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 385 คน คิดเป็น 96.3% รองลงมาเป็นสมรส จำนวน 15 คน คิดเป็น 3.7% ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรีเยอะที่สุด จำนวน 259 คน คิดเป็น 64.8% รองลงมาเป็นต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 132 คน คิดเป็น 33% ปริญญาโท จำนวน 9 คน คิดเป็น 2.2% ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด จำนวน 241 คน คิดเป็น 60.3% รองลงมาเป็นธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 59 คน คิดเป็น 14.7% พนักงานเอกชน จำนวน 51 คน คิดเป็น 12.8%

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็น 46.3% รองลงมาเป็น 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็น 29% 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็น 16.8%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานทางการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมา รับชมคอนเสิร์ตหมอลำข้า ที่แตกต่างกัน พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถิติ T Test และ F Test ของข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ที่เดินทางมารับชมคอนเสิร์ตหมอลำในจังหวัดขอนแก่น ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการรับชมหมอลำ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กล่าวคือ

- 1) เพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- 2) อายุ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ จังหวัดขอนแก่น ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- 3) สถานภาพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ จังหวัดขอนแก่น ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- 4) ระดับการศึกษา แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ จังหวัดขอนแก่น ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- 5) อาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ จังหวัดขอนแก่น ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ จังหวัดขอนแก่น ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
- 7) ความถี่ในการเข้าชมหมอลำ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ จังหวัดขอนแก่น ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 แรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดันมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยผลักดันด้านต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 แรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยดึงดูดด้านความเหมาะสมด้านราคาและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการชมหมอลำ ปัจจัยดึงดูดด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวงหมอลำที่แสดง ปัจจัยดึงดูดด้านความสะดวกในการเดินทางไปเข้าชมหมอลำ และปัจจัยดึงดูดด้านความน่าสนใจของวัฒนธรรมผ่านการแสดงหมอลำมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถพยากรณ์ระดับตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่นได้ร้อยละ 54.3

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น

ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ	
	F Test	Sig.
1. เพศ	3.36	.01**
2. อายุ	.60	.61
3. สถานภาพ	1.70	.19
4. ระดับการศึกษา	1.16	.31
5. อาชีพ	.73	.60
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.83	.53
7. ความถี่ในการเข้าชมหมอลำ	2.30	.06

หมายเหตุ: ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$

จากตารางที่ 2 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถิติ F Test ของข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่าข้อมูลเพศมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า เพศ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่นที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาเข้าชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-0.089	0.209		-0.425	0.671	
ปัจจัยผลักดัน (Push factor)						
ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน (X_1)	0.697	0.354	0.568	1.972	0.049*	72.514

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
ปัจจัยดึงดูด (Pull factor)						
ความเหมาะสมด้านราคาและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการชมหมอลำ (X ₁₁)	0.072	0.034	0.091	2.104	0.036*	1.629
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวงหมอลำที่แสดง (X ₁₂)	0.083	0.036	0.099	2.320	0.021*	1.601
ความสะดวกในการเดินทางไปรับชมหมอลำ (X ₁₈)	0.098	0.037	0.118	2.675	0.008*	1.708
ความน่าสนใจของวัฒนธรรมผ่านการแสดงหมอลำ (X ₂₀)	0.094	0.036	0.115	2.634	0.009*	1.669

หมายเหตุ: R²= .570, Adjusted R²=.543, D.W.= 1.875, **p<0.01, *p<0.5

จากตารางที่ 3 เป็นการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Regression) ด้วยวิธี Stepwise พบว่าปัจจัยผลักดันด้านต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน ปัจจัยดึงดูดด้านความเหมาะสมด้านราคาและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการชมหมอลำ ปัจจัยดึงดูดด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวงหมอลำที่แสดง ปัจจัยดึงดูดด้านความสะดวกในการเดินทางไปรับชมหมอลำ และปัจจัยดึงดูดด้านความน่าสนใจของวัฒนธรรมผ่านการแสดงหมอลำ ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งปัจจัยตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว สามารถรวมอธิบายตัวแปรร้อยละ 54.3 (R²=0.543) โดยมีสมการถดถอยพหุคูณ (Regression) ดังนี้

$$Y^{\wedge} = 0.568(X_1) + 0.091(X_{11}) + 0.099(X_{12}) + 0.118(X_{18}) + 0.115(X_{20})$$

8. อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

8.1 จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่เป็นเพศนักท่องเที่ยวชายรักผู้ชาย (Gay) มีอายุ 19-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล และ พลากร แก้วทิพย์ (2565) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศในจังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มนักท่องเที่ยว LGBTQ+(ชาวไทย) ส่วนใหญ่ให้คำนิยามอัตลักษณ์ทางเพศของตนเองว่าเป็นเกย์ มีช่วงอายุ 20-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี

8.2 จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับชมหมอลำทุกครั้งที่มีโอกาส ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปศิน รัตนภราดร (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเข้าชมคอนเสิร์ตของเจนเนอร์เรชั่นวายในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่า ความถี่ในการเข้าชมคอนเสิร์ตต่อปีในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าชมคอนเสิร์ตที่ระดับความถี่ 2-3 ครั้งต่อปี และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีคมล ไทยภักดี (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจ ภาพลักษณ์และความภักดีต่อเทศกาลดนตรีในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เคยเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทยมีระดับความถี่ในการไปร่วมงานเทศกาลดนตรี 1-2 ครั้ง ต่อปี

8.3 จากการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านปัจจัยผลักดันหลักของกลุ่มนักท่องเที่ยวคือชื่นชอบเสียงดนตรี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางสังคมในปัจจุบันที่มีความตึงเครียด หลายคนหันมาฟังดนตรีและชมคอนเสิร์ตเพื่อผ่อนคลายหรือบรรเทาความเครียดกันมากขึ้น ประกอบกับกระแสความนิยมของคอนเสิร์ตหมอลำที่ได้รับความนิยมอย่างล้นหลามเพราะเป็นดนตรีที่มีความสนุกสนานเร้าใจ ทำให้คนเลือกชมคอนเสิร์ตหมอลำมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากที่กล่าวมาสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของ สนั่น วงศ์ทวีทอง, สิทธิพร อินทุวงศ์ และ ศุภวัฒน์ สุขะประเมษฐ (2566) ที่ได้กล่าวว่า แรงผลักดันเป็นแรงจูงใจด้านจิตวิทยาเป็นความปรารถนาที่เกิดจากภายในที่ผลักดันทำให้คนต้องการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น ความต้องการการพักผ่อน ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน เป็นต้น และด้านปัจจัยดึงดูด พบว่า ปัจจัยดึงดูดหลักของกลุ่มนักท่องเที่ยวคือการบอกต่อจากเพื่อนหรือคนอื่นในการชักชวนดูหมอลำ ทั้งนี้คำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง เนื่องจากเป็นคำแนะนำจากประสบการณ์จริงซึ่งจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าการโฆษณาทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Meleddu, Paci and Pulina (2015) ที่ได้กล่าวว่า การบอกต่อเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ฟังได้เห็นภาพและลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นทำให้เกิดการเดินทาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริยญา ชาติเผือก และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์มากที่สุด

8.4 จากการศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น มีระดับความคิดเห็นของแนวโน้มการกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวจะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการรับชมคอนเสิร์ตหมอลำแก่ผู้อื่น ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฐิตา รัตนพงษ์ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความผูกพันและความ พึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นของแนวโน้มการกลับมา

เที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุดด้าน ได้แก่ 1. ด้านการแนะนำต่อคนอื่น 2. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของ พรพิมล ลอแพ และ มนต์รี พิริยะกุล (2562) ที่ได้กล่าวว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ เป็นพฤติกรรมความตั้งใจที่เกิดขึ้นในอนาคต หลังจากการได้เข้าไปท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจ โดยการแสดงความภักดีของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) ความตั้งใจในอนาคตที่จะเข้ามาแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง 2) การแนะนำให้เพื่อนหรือญาติเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้รวมถึงเล่าความประทับใจทางบวก 3) นักท่องเที่ยวจะยอมจ่ายมากขึ้นเพื่อให้ได้มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

9. สรุปผลการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่

9.1 จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชายรักผู้ชาย (Gay) จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 มีอายุ 19 – 30 ปี จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 มีสภาพโสด จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3

9.2 จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมหมอลำทุกครั้งที่มีโอกาส จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 มีความถี่ในการรับชมหมอลำ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 มีความถี่ในการรับชมหมอลำ 2-3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 มีความถี่ในการรับชมหมอลำ 3-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และมีความถี่ในการรับชมหมอลำ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

9.3 จากการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.44 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชื่นชอบเสียงดนตรีอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 รองลงมาเป็นการบอกต่อจากเพื่อนหรือคนอื่นในการชักชวนดูหมอลำอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลินอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 อาหารบริเวณงานหมอลำมีให้เลือกหลากหลาย ราคาเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวงหมอลำที่แสดง และความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่นที่ร่วมชมหมอลำอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 4.30 ตามลำดับ

9.4 จากการศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.61 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวจะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการชมคอนเสิร์ตหมอลำแก่ผู้อื่นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจหลังจากที่ได้รับชมคอนเสิร์ตหมอลำอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และนักท่องเที่ยวมีการวางแผนกลับมาชมคอนเสิร์ตหมอลำอีกครั้งในอนาคตอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

9.5 องค์ความรู้ใหม่ คือ การพัฒนาองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล เช่น การจัดทำารแสดงในรูปแบบออนไลน์ การเพิ่มช่องทางโซเชียลมีเดียให้ศิลปินได้ใกล้ชิดกับแฟนคลับมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่รับชมมอลำ ตามผลการวิจัยคือกลุ่มนักศึกษา

10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของวงมอลำที่แสดง จากการศึกษาพบว่า ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมารับชมคอนเสิร์ตมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาคุณภาพปรับปรุงระบบแสง สี เสียง ในการแสดงคอนเสิร์ตมอลำ ชุดการแต่งกาย รวมถึงรูปแบบการจัดคอนเสิร์ตมอลำให้มีความแปลกใหม่ น่าสนใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกศิลปินและนักแสดง โดยพิจารณาจากความสามารถในการดึงดูดความสนใจจากผู้ชม และความนิยมของแฟนคลับที่มีต่อศิลปิน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงของคณะมอลำ

2. ความน่าสนใจของวัฒนธรรมผ่านการแสดงมอลำ จากการศึกษาพบว่า ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการกลับมารับชมคอนเสิร์ตมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่น ดังนั้น ควรมีการเล่าเรื่องวัฒนธรรมที่แตกต่างและแปลกใหม่ที่ยังไม่เคยมี โดยเฉพาะวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับพิธีกรรมของภาคอีสาน ดำเนินพื้นบ้าน หรือเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิต เพื่อให้การแสดงมีความน่าสนใจมากขึ้น รวมไปถึงหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องควรให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนและส่งเสริมคณะมอลำในทุกๆ ด้าน เพื่อให้คณะมอลำมีกำลังใจในการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมอีสานต่อไป

10.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะข้อมูลพฤติกรรม และปัจจัยของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมารับชมคอนเสิร์ตมอลำซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ในจังหวัดขอนแก่นเพียงอย่างเดียว จึงควรศึกษาในส่วนของผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มเพศหญิง กลุ่มเพศชาย กลุ่มผู้สูง เป็นต้น และศึกษาให้ครอบคลุมถึงกลุ่มผู้บริโภคในต่างจังหวัด เพราะลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความแตกต่างกัน ซึ่งจะให้เห็นความแตกต่างของบริบททางสังคม เศรษฐกิจ เพื่อให้เห็นภาพรวมของระดับแรงจูงใจต่อการรับชมคอนเสิร์ตมอลำที่ต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

ฉัตรชัย พิศพล. (2565, กันยายน – ตุลาคม). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของแฟนคลับมอลำวงระเบียบวาทะศิลป์. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(48), 218-233. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/download/258095/176058/991098>

- ฐิติมา รัตนพงษ์. (2558). ผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์). สืบค้นจาก [https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/10155/1/404655%20\(1\).pdf](https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/10155/1/404655%20(1).pdf)
- ทองพูล ภูสิม, วิมลมาศ ปฐมวนิชกุล, ศักดิ์พงศ์ หอมหวล และ ทรงศักดิ์ จีระสมบัติ (2558, มกราคม - เมษายน). วิช วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(1), 137-146. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmuj/article/view/99311/77180>
- บุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล และ พลากร แก้วทิพย์. (2565, กรกฎาคม - ธันวาคม). การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 17(2), 89-108. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmscrru/article/download/258546/175755/1013845>
- ปิ่นนัตถ์ ลำเพ็ญ และ อนุกุล โจนสุขสมบุรณ์. (2564, กรกฎาคม-กันยายน). การแสดงหมอลำคณะเสียงอีสาน. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 5(3), 76-83 สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/download/248422/169585/914407>
- พบพร โอทการนนท์ และ เยาวีภา ปฐมศิริกุล. (2556, มกราคม - เมษายน). รูปแบบคุณภาพการบริการภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวยุโรปและอเมริกัน. วารสารธรรมศาสตร์, 32(1), 35-56. สืบค้นจาก <http://tujournals.tu.ac.th/thammasatjournal/detailart.aspx?ArticleID=28>
- พรพิมล ลอแท และ มนต์รี พิริยะกุล. (2562, กันยายน-ธันวาคม). อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่รับรู้ ความคุ้นเคย และภาพลักษณ์ที่มีต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ปลายทางประเทศไทย : การศึกษาเปรียบเทียบ ตัวแบบสมการโครงสร้างแบบพหุกลุ่มระหว่างเชื้อชาติของนักท่องเที่ยว. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(3), 198-214. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldte/article/download/241110/163973>
- รุ่งกานต์ แก้วเจริญ, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว, จินตนิย์ รุ้เชื้อ, และ ญาณินี ทรงขจร. (2562, กันยายน-ธันวาคม). แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการร่วมงานพุลมุนปาร์ตี้เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(3), 143-163. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldte/article/download/241103/163970/830294>
- สิริญา ขาดเผือก และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์. (2562, พฤษภาคม - สิงหาคม). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(2), 134-153. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldte/article/download/241054/163934/>
- สนัด วงศ์ทวีทอง, สิทธิพร อินทุวงศ์ และ ศุภวัฒน์ สุขะประเมษฐ. (2566, (มกราคม-กุมภาพันธ์). แรงจูงใจของปัจจัย

- ผลักและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 8(1), 69-82. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/260009/176948>
- สุพิน รัตนภราดร. (2562). *พฤติกรรมและการเข้าชมคอนเสิร์ตของเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย*. สืบค้นจาก https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2019/TU_2019_6102115067_11821_12246.pdf
- วิษณุ บุญรอด. (2564, มกราคม – เมษายน). *ดนตรีพื้นบ้านอีสาน: อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงมนุษย์*. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 11(1), 360-369 สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/npuj/article/download/241604/168567>
- วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์, สิบวิชญ์ วงศ์สุวรรณ และ ศิริกัญญา ทองแสง. (2565, กรกฎาคม – ธันวาคม). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา*. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 17(2), 56-68. สืบค้นจาก https://eds.trang.psu.ac.th/mis/expert_system/file/20221222-093556.pdf
- วิรัชธ ดาวเรือง. (2564). *ค่านิยมทางสังคม แรงจูงใจปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต). สืบค้นจาก <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Wiraphat.Daor.pdf>
- ศรภมร ไทยภักดี. (2560). *การศึกษาความพึงพอใจ ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อเทศกาลดนตรีในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2669>
- ศิวัช คงทอง. (2565). *แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต). สืบค้นจาก <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Siwat.Kong.pdf>
- Mohammad, B., & Mat Som, A. (2010, December). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 41-50. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/49586558_An_Analysis_of_Push_and_Pull_Travel_Motivations_of_Foreign_Tourists_to_Jordan
- Betsy, N., & Gloria, H. (2018). An Integrated Cognitive Perspective of Travel Motivation and Repeated Travel Behaviour. *Annals of Cognitive Science*, 2(1), 60-68. Retrieved from <https://scholars.direct/Articles/cognitive-science/acs-2-009.pdf>
- Salsabila, N., & Alversia Y. (2019, October). Examining Push-Pull Motivation and Travel Intention for Potential Travelers in Indonesia Using Theory of Planned Behaviour. *Tourism Development Centre International Conference (TDCIC)*, 38-48. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/347064369_Examining_Push-

Pull_Motivation_and_Travel_Intention_for_Potential_Travelers_in_Indonesia_Using_Theory_of_Planned_Behaviour

Meleddu, M., Paci, R., & Pulina, M. (2015, October). Repeated behaviour and destination loyalty.

Tourism management, 50, 159-171. Retrieved from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517715000357>

MGR Online. (2566). ททท.ชูลมอ้าเป็นจุดขายการท่องเที่ยวยีสาน สู่การเดินทางทั่วไทย. สืบค้นจาก

https://mgronline.com/uptodate/detail/9660000023261#google_vignette

Munhurrun, P. R., Naidoo, P., Seebaluck, N. V., & Puttaroo, A. (2018, June). THE EFFECTS OF PUSH

AND PULL TRAVEL MOTIVATION ON TOURIST EXPERIENCE, TOURIST SATISFACTION AND

LOYALTY. *8th ADVANCES IN HOSPITALITY AND TOURISM MARKETING AND MANAGEMENT*

(AHTMM) CONFERENCE, 838-844. Retrieved from <https://tinyurl.com/ycydwxx>

Sanjaya, S., & Yulianty, S. (2018). The Effect of the Marketing Mix Service on Loyalty of Customers

with the Satisfaction of Service as Intervening Variables in Pt Mandala Multifinance Padang

City. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Scholastic*, 1(2), 179-195. Retrieved from [https://e-](https://e-journal.sastra-unes.com/index.php/JIPS/article/view/279/276)

[journal.sastra-unes.com/index.php/JIPS/article/view/279/276](https://e-journal.sastra-unes.com/index.php/JIPS/article/view/279/276)

Wijaya, S., & Kusuma, C. (2018, August, 02). Travel motivation of Indonesian seniors in choosing

destination overseas. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*,

12(2) 185-197. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/326067826_Travel_motivation_of_Indonesian_seniors_in_choosing_destination_overseas