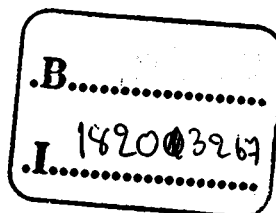


ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณ:
กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์
FACTORS INFLUENCING ON DECISION MAKING TO SELECTING
KHMER ART AND CULTURAL TOURING: A CASE STUDY
OF ANCIENT PLACES IN NAKHONRACHASIMA
AND BURIRAM PROVINCE

นางสาวศรินยา จันทร์ประโคน



วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
พ.ศ. 2553

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ:
กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์**

นางสาวศรินยา จันทร์ประโคน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

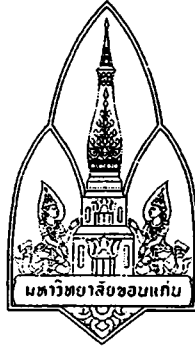
พ.ศ. 2553

**FACTORS INFLUENCING ON DECISION MAKING TO SELECTING
KHMER ART AND CULTURAL TOURING: A CASE STUDY
OF ANCIENT PLACES IN NAKHONRACHASIMA
AND BURIRAM PROVINCE**

MISS SARINYA JANPRAKHON

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL KHON KAEN UNIVERSITY**

2010



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

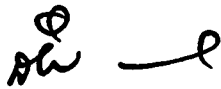
ชื่อวิทยานิพนธ์: ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชม
โบราณ: กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัด
บุรีรัมย์

ชื่อผู้ทำวิทยานิพนธ์: นางสาวศรินยา จันทร์ประโคน

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ อนงค์นุช เทียนทอง ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร. ทิพย์วรรณ งามศักดิ์ กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร. นิตพล ภูตะโชติ กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์:


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. นิตพล ภูตะโชติ)


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. ลำปาง แม่นมาตย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. วินิต ชินสุวรรณ)
คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ศรินยา จันทร์ประโคน. 2553. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม
ขอมโบราณ: กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์.
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร. นิตพล ภูตะโชติ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณ: กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับตัวอย่างจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive statistics) ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายข้อมูล ส่วนสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ t-test F-test (one way ANOVA) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เลือกเดินทางในช่วงวันหยุดตามเทศกาล ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่เป็นครอบครัว/ญาติ พาหนะในการเดินทางส่วนใหญ่คือรถยนต์ส่วนตัว เลือกพักที่บ้านญาติ/บ้านเพื่อน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 1,001-2,000 บาท ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ รายได้ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณทุกด้านยกเว้นด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว อายุมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณทุกด้านยกเว้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว อาชีพมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณทุกด้านยกเว้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทาง ด้านการเตรียมความพร้อม สถานภาพไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณทุกด้าน การศึกษามีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณ

ทุกด้านยกเว้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว

จุดประสงค์ในการเดินทางมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณทุกด้านยกเว้นด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณทุกด้านยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณทุกด้านยกเว้นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

Sarinya Janprakhon. 2010. Factors Influencing on Decision Making to Selecting Khmer Art and Cultural Touring: A Case Study of Ancient Places In Nakhon Ratchasima and Buri Ram Province. Master of Business Administration Thesis, Graduate School, Khon Kaen University.

Thesis Advisor: Associative Professor Dr.Nitipon Phutachote

ABSTRACT

This thesis; Factors influencing on decision making to selecting Khmer Art and Cultural touring: A Case Study of Ancient Places In Nakhon Ratchasima And Buri Ram Province aimed to studying the tourists behavior and influencing factors on decision making to touring at Khmer Art and Cultural places in Nakhon Ratchasima and Buri Ram Province. The data from 400 questionnaires were analyzed by descriptive statistics (percentage, frequency, means, and standard deviation) and inferential statistics [t – test, F – test, (one way ANOVA)] to test the hypothesis.

The results demonstrated that the majority of Thai tourists were single female; 26-35 years old, educational background of bachelor's degree, income less than 5,000 baht, the purpose of touring was to travel and recreation on holiday with family or close relatives. The transportation was private car, staying at relatives' house, expenditure about 1,001-2,000 baht. The high impact factors influenced on decision making were life and property security, infrastructure for touring, service and facility.

Hypothesis testing showed that sex and income had unaffected to factors of decision making, except the attraction of places. The age influenced on all factors, except advertisement and basic infrastructure. The career influenced on all factors, except advertisement, expenditure, distance, duration and preparation for journey. Marital status had unaffected to all factors. Educational background influenced over all factors, except advertisement, expenditure, basic infrastructure and facility.

The purpose of traveling affected on all factors, except the attraction of places, advertisement, basic infrastructure and facility. The duration of journey had unaffected to all factors, except facility. The partner of traveling had unaffected on all factors, except security in life and property.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์จากบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ประกอบด้วย

ความอนุเคราะห์จากท่าน รองศาสตราจารย์ ดร. นิตพล ภูตะโชติ ที่กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ประกอบกับได้ถ่ายทอดความรู้ ให้คำปรึกษา คำแนะนำ พร้อมช่วยแก้ไขส่วนที่บกพร่องต่าง ๆ ให้ถูกต้อง ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้รับความกระจ่างในเรื่องที่ทำการวิจัยมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

ความอนุเคราะห์ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์เขพนมรุ้ง และความอนุเคราะห์ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และความอนุเคราะห์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณบุคคลและหน่วยงานดังกล่าวข้างต้น ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ พี่สาว พี่ชาย และเพื่อนผู้ให้คำปรึกษาทุกคน ที่ให้การช่วยเหลือและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด

สุดท้ายผลอันจะเป็นประโยชน์ ความดีทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการศึกษาวิทยานิพนธ์นี้ ขอมอบแด่คุณพ่อ คุณแม่ ที่เคารพยิ่งและหากมีข้อบกพร่องด้วยประการใด ๆ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้เองทุกประการ

ศรินยา จันทร์ประโคน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์	3
3. สมมติฐานการวิจัย	3
4. ขอบเขตของการวิจัย	3
5. นิยามศัพท์เฉพาะ	4
6. กรอบแนวคิดของการวิจัย	5
7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
1. บริบทจังหวัดนครราชสีมา	6
2. บริบทจังหวัดบุรีรัมย์	7
3. แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง	8
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	21
1. วิธีการดำเนินการวิจัย	21
2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	21
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	22
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
6. การวิเคราะห์ข้อมูล	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	26
1. ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ ในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์	26
2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปะ วัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์	36
3. ผลการศึกษาข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	43
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	73
1. สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว	73
2. สรุปผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	73
3. สรุปผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว	74
4. สรุปผลการศึกษาข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยว	75
5. สรุปผลการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	75
6. อภิปรายผล	80
7. ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ	81
8. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป	82
เอกสารอ้างอิง	83
ภาคผนวก	85
ภาคผนวก ก สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ ในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์	86
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	94
ประวัติผู้เขียน	101

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ	26
ตารางที่ 2	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ	27
ตารางที่ 3	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ	27
ตารางที่ 4	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา	28
ตารางที่ 5	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ	28
ตารางที่ 6	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้	29
ตารางที่ 7	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามจังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน	30
ตารางที่ 8	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสาร	31
ตารางที่ 9	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง	32
ตารางที่ 10	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	33
ตารางที่ 11	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	33
ตารางที่ 12	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามพาหนะในการเดินทาง	34
ตารางที่ 13	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน	34
ตารางที่ 14	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่พักค้างคืน	35
ตารางที่ 15	ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาการท่องเที่ยว	35
ตารางที่ 16	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	36
ตารางที่ 17	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน	37
ตารางที่ 18	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ	38
ตารางที่ 19	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่าง ๆ	38

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 20	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่าง ๆ	39
ตารางที่ 21	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่าง ๆ	39
ตารางที่ 22	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่าง ๆ	40
ตารางที่ 23	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว	40
ตารางที่ 24	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว	41
ตารางที่ 25	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก	42
ตารางที่ 26	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ	42
ตารางที่ 27	จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามสิ่งที่ควรมีการพัฒนาปรับปรุง เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว	43
ตารางที่ 28	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ	44
ตารางที่ 29	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ	45
ตารางที่ 30	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ	46
ตารางที่ 31	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านระยะทางและระยะเวลาท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 32	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ	48
ตารางที่ 33	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ	49
ตารางที่ 34	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ	50
ตารางที่ 35	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ	51
ตารางที่ 36	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอายุ	52
ตารางที่ 37	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่มี 54 อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพ	54
ตารางที่ 38	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่มี 57 อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามรายได้	57
ตารางที่ 39	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามสถานภาพ	60
ตารางที่ 40	แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามระดับการศึกษา	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 41 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามจุดประสงค์การเดินทาง	65
ตารางที่ 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามช่วงเวลาการเดินทาง	67
ตารางที่ 43 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง	69
ตารางที่ 44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามพาหนะในการเดินทาง	71

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1	กรอบแนวคิดของการวิจัย
ภาพที่ 2	แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทาง ของนักท่องเที่ยว

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเจริญเติบโต เป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติต่าง ๆ เนื่องจากเป็นแหล่งที่มาของรายได้และการจ้างงาน หน่วยงานและรัฐบาลของหลายประเทศกระตือรือร้นทำงานกระตุ้นโครงการหลากหลายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อันเป็นผลให้เพิ่มจำนวนเอกชนและองค์การที่เกี่ยวข้องในการบริการการท่องเที่ยวมากขึ้น องค์การการท่องเที่ยวโลกได้ทำนายการท่องเที่ยวไว้ว่า จะมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศทั่วโลก เป็นแหล่งที่มาของรายได้โดยตรงและทางอ้อมให้แก่คนไม่น้อยกว่า 200 ล้านคน หรือ 1 ใน 20 คนของประชากรทั้งโลกจะอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลก รูปแบบของการท่องเที่ยวก็มีการเปลี่ยนแปลง แทนที่จะไปเที่ยวดูแสงแดด ชายทะเลหรือการบันเทิงต่าง ๆ ที่เคยนิยมกัน ก็จะไปแสวงหาความรู้ทางวัฒนธรรมทางสภาพแวดล้อมและการศึกษามากขึ้น (World Tourism Organization, 2534)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการสร้างคุณค่าของเศรษฐกิจให้ประเทศไทยควบคู่กันไปกับการค้าและการลงทุน รัฐบาลทุกรัฐบาลจะให้ความสำคัญกับการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวมาก ในส่วนของการท่องเที่ยวนั้นทุกรัฐบาลจะบรรจุเรื่องการท่องเที่ยวไว้ในนโยบายของรัฐบาลด้วยตลอดมา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546) การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยทั้งในด้านการขยายตัวและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันเผชิญกับปัจจัยลบหลายประการตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา สถานการณ์เหล่านี้มีส่วนผลักดันให้การบริโภคภาคเอกชนโดยรวมของไทยตกต่ำลงมาโดยตลอด ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในอนาคต ทางด้านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัวทำให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวลดลง ประกอบกับในช่วงปลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยได้รับผลกระทบจากปัญหาความไม่สงบทางการเมืองของไทย ดังนั้นรัฐบาลจึงได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์โครงการไทยเที่ยวไทย เพื่อกระตุ้นให้มีการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในประเทศ และปลุกจิตสำนึกคนไทยให้หันมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น เช่น โครงการรณรงค์กระตุ้นคนไทยให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศ ภายใต้ชื่อโครงการ “เที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งสร้างคุณค่ามิติใหม่ของการท่องเที่ยวให้คนไทยเกิดความภาคภูมิใจที่ได้ช่วยเศรษฐกิจของประเทศ ช่วยให้ตลาดท่องเที่ยวในประเทศสามารถขยายตัวตามเป้าหมายที่รัฐบาลได้กำหนดไว้ (ดวงมณี วงศ์ประทีป, 2551)

ภาคอีสานเป็นภาคที่มีภูมิภาคที่กว้างใหญ่ที่สุดของประเทศอีกทั้งยังมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยา ชีวภาพและกลุ่มชาติพันธุ์ ที่หลากหลาย จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ได้บ่งชี้ให้เห็นถึง การอยู่อาศัยของกลุ่มคนในบริเวณพื้นที่ภาคอีสานตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันโดยเฉพาะในเขตอีสานใต้ เนื่องจากพื้นที่บริเวณนี้อยู่ภายใต้อิทธิพลของวัฒนธรรมไทยเขมร คนพื้นเมืองของดินแดนแถบนี้จึงมีการผสมผสานกันหลายกลุ่มคน ไม่ว่าจะเป็น ชาวกูย ชาวเขมร ชาวลาว และไทโคราช ซึ่งมีวิถีชีวิตที่ไม่แตกต่างกันนัก คือมีวิถีที่เรียบง่ายใกล้ชิดกับธรรมชาติตลอดจนมีประเพณี ความเชื่อ วัฒนธรรมและระบบสังคมที่ไม่แตกต่างจากในอดีตมากนัก ยังคงยึดถือตามที่บรรพบุรุษได้ดำเนินมา และได้แทรกไว้ภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งแสดงให้เห็นถึงปรัชญาในการดำเนินชีวิตแบบพอเพียงของคนในแถบนี้ ความมีน้ำใจ ความเอื้ออาทรทั้งที่มีต่อกันและกับผู้ที่มาเยี่ยมเยียน รวมถึงการมีแหล่งโบราณสถานที่น่าสนใจ จากการปรากฏร่องรอยอารยธรรมขอมมากที่สุดในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในแถบลุ่มน้ำแม่ น้ำมูลและแม่น้ำชี บริเวณตอนล่างของภาค นั่นก็คือภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างนั่นเอง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณ การท่องเที่ยวเชิงชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จึงเป็นจุดที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาสัมผัสกับวัฒนธรรมในถิ่นอีสานได้มากขึ้น ซึ่งได้สนองต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น (จำไพวรรณ แก้วสุริยะ, 2545) การส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมขอม ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการกระตุ้นการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ โดยเฉพาะในภาคอีสาน การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเดินทางกระจายการท่องเที่ยวสู่ภูมิภาคนี้ โดยต้องการที่จะสื่อถึงเอกลักษณ์ความโดดเด่นในแถบอีสานเหนือและอีสานใต้ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพต่อการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในกลุ่มประเทศอินโดจีน จึงมีความสำคัญที่จะส่งเสริมให้เป็นสินค้าตามแผนตลาดการท่องเที่ยว และดึงความสนใจจากตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศให้มากขึ้นกว่าเดิม จากจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวสู่ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยเฉลี่ยประมาณกว่า 10 ล้านคนต่อปี โดยมีจังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุตรธานี อุบลราชธานี และ หนองคาย เป็นจุดหมายปลายทางที่มีผู้เยี่ยมชมเยือนมากเป็นอันดับต้น ๆ (สุวัจน์ ลิปตพัลลภ, 2547)

อนาคตพื้นที่อีสานใต้มีโอกาสด้านการตลาดดีขึ้น แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและสนใจในการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว คือโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และแหล่งเที่ยวธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวที่ควรเป็นจุดเด่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนา (เพ็ญศรี เจริญวานิช, 2546) อีสานใต้นั้นควรเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยเน้นตามเส้นทางอารยธรรมขอมหรือเขมร เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานแบบขอมหลายแห่งด้วยกัน เช่น ปราสาทหินพนมรุ้งและปราสาทหินเมืองต่ำ(บุรีรัมย์) ปราสาทหินพิมาย(นครราชสีมา) ปราสาทหินศรีขรภูมิ

(สุรินทร์) ปราสาทหินเขาพระวิหาร(รอยต่อศรีสะเกษ-กัมพูชา) เป็นต้น (นิรันดร์ กุลทันทน์, 2550) ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกทางหนึ่ง นอกจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดังนั้น หากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทางด้านอารยธรรมขอมโบราณให้เป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว ก็จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ และเป็นการส่งเสริมให้ชาวไทยในภูมิภาคต่าง ๆ เดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจภายในประเทศเกิดการขยายตัวขึ้น จากการที่ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน

3.2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน

4. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณ : กรณีศึกษา โบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

4.1 การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์เท่านั้น

4.2 พื้นที่ในการศึกษาทำการศึกษาเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์

4.3 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ คือ ใช้ระยะเวลา 8 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม-ตุลาคม 2552

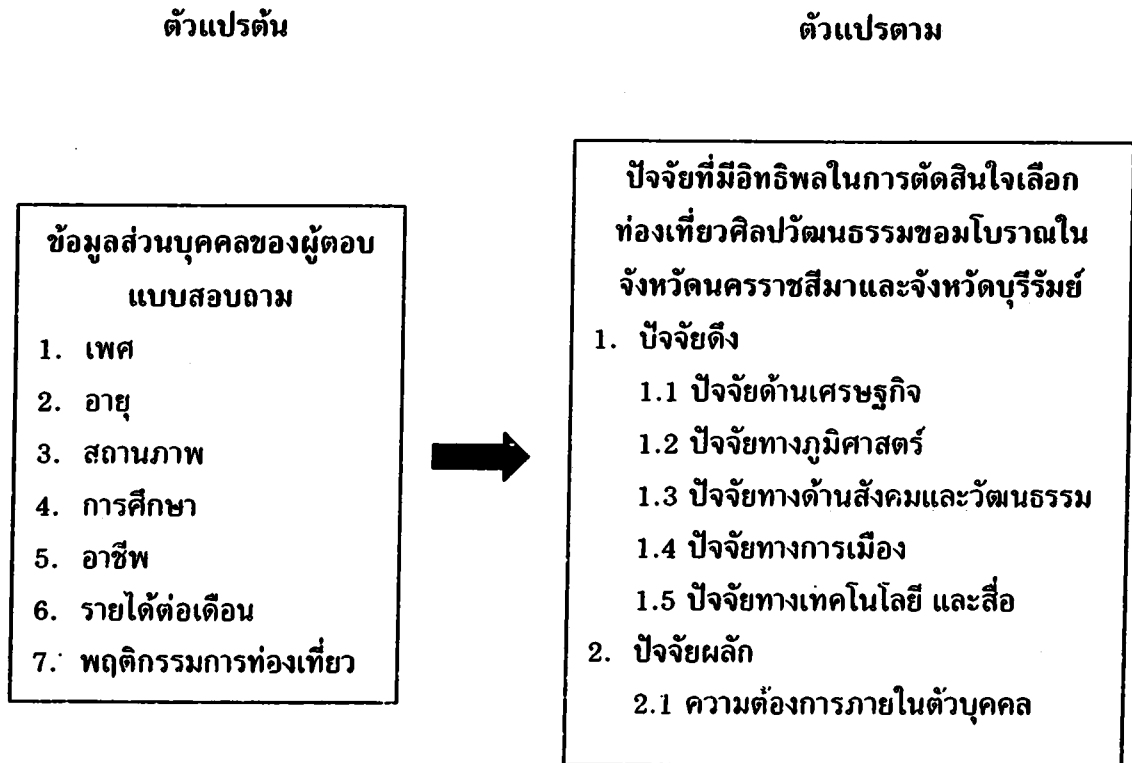
5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่ง que แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

5.2 นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่มีความต้องการหาประสบการณ์และความพอใจ ซึ่งความต้องการดังกล่าวจะเป็นตัวชี้ นำให้แก่นักท่องเที่ยวตัดสินใจ (เปรมฤดี ชอบผล, ม.ป.ป.) ซึ่งนักท่องเที่ยวสำหรับการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์

5.3 โบราณสถาน หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการก่อสร้างหรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์นั้นเป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี ทั้งนี้ให้รวมถึงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่เป็นแหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ และอุทยานประวัติศาสตร์ด้วย เช่น เมืองโบราณ พระราชวัง พระตำหนักอนุสาวรีย์ กำแพงเมือง เป็นต้น (ราณี อิลิชัยกุล, 2545)

6. กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลพื้นฐานด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมา และบุรีรัมย์ ช่วยในการวางแผนด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ

7.2 สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้งและสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทราบความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มี การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ สามารถนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมา และบุรีรัมย์

บทที่ 2

วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้มีการใช้วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังนี้

1. บริบทจังหวัดนครราชสีมา
2. บริบทจังหวัดบุรีรัมย์
3. แนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. บริบทจังหวัดนครราชสีมา

คำขวัญ : เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน

นครราชสีมา หรือที่เรียกว่า “โคราช” เปรียบเสมือนประตูสู่ภาคอีสาน อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 259 กิโลเมตร เป็นเมืองใหญ่บนดินแดนที่ราบสูง ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากร และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ผู้มาเยือนจะเพลิดเพลินกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งเดินป่าศึกษาธรรมชาติ พักผ่อนหย่อนใจริมอ่างเก็บน้ำ ชื่นชมความยิ่งใหญ่ของอารยธรรมขอมโบราณ และเรียนรู้วัฒนธรรมพื้นบ้าน ทั้งยังได้อิ่มอร่อยกับอาหารอีสานต้นตำรับ ก่อนกลับยังได้ซื้อหาสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ที่มีให้เลือกอีกมากมาย

คำว่า นครราชสีมา เกิดจากการรวมชื่อเมืองโบราณสองเมือง คือ เมืองโคราชและเมืองเสมา ซึ่งอยู่ในเขตอำเภอโนนสูง นครราชสีมาเคยเป็นที่ตั้งของชุมชนโบราณหลายแห่งตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ จนถึงสมัยที่มีการเผยแพร่ของวัฒนธรรมทวารวดีและวัฒนธรรมแบบขอมเข้ามาในดินแดนแถบนี้ เคยมีฐานะเป็นเมือง “เจ้าพระยามหานคร” เช่นเดียวกับเมืองนครศรีธรรมราชทางภาคใต้ มีอำนาจปกครองหัวเมืองน้อยใหญ่ในอีสานหลายแห่ง จนมาถึงปัจจุบันก็ยังคงความสำคัญอย่างต่อเนื่อง ในฐานะที่เป็นเมืองศูนย์กลางทางด้านคมนาคม เศรษฐกิจของภาคอีสาน

จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่ประมาณ 20,494 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 26 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครราชสีมา ปากช่อง สีคิ้ว สูงเนิน ขามทะเลสอ ด่านขุนทด โนนไทย โนนสูง ขามสะแกแสง พิมาย คง โนนแดง ประทาย ชุมพวง บัวใหญ่ แก้งสนามนาง บ้านเหลื่อม จักราช ห้วยแถลง ปักธงชัย โชคชัย ครบุรี เลิงสาง หนองบุญมาก วังน้ำเขียว เฉลิมพระเกียรติ และอีก 6 กิ่งอำเภอ คือ กิ่งอำเภอเมืองยาง เทพารักษ์ ลำทะเมนชัย พระทองคำ บัวลายและสีดา

อาณาเขต :

ทิศเหนือ ติดกับจังหวัดชัยภูมิ และขอนแก่น

ทิศใต้ ติดกับจังหวัดนครนายก และปราจีนบุรี

ทิศตะวันออก ติดกับจังหวัดบุรีรัมย์

ทิศตะวันตก ติดกับจังหวัดชัยภูมิ และสระบุรี

2. บริบทจังหวัดบุรีรัมย์

คำขวัญ : เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม

บุรีรัมย์เป็นเมืองแห่งความรื่นรมย์ตามความหมายของชื่อเมืองที่น่าอยู่สำหรับคนในท้องถิ่นและเป็นเมืองที่น่ามาเยือนสำหรับคนต่างถิ่น เมืองปราสาทหินในเขตจังหวัดบุรีรัมย์มากมีไปด้วย ปราสาทหินใหญ่น้อย อันหมายถึงความรุ่งเรืองมาแต่อดีต จากการศึกษาของ นักโบราณคดีพบหลักฐานการอยู่อาศัยของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์สมัยทราวดี และที่สำคัญที่สุดพบกระจายอยู่ทั่วไป ในจังหวัดบุรีรัมย์มากคือ หลักฐานทางวัฒนธรรมของเขมรโบราณ ซึ่งมีทั้งปราสาทอิฐ และปราสาทหินเป็นจำนวนมากกว่า 60 แห่ง รวมทั้งได้พบแหล่งโบราณคดีที่สำคัญคือเตาเผา ภาชนะดินเผา และภาชนะดินเผาแบบที่เรียกว่าเครื่องถ้วยเขมร ซึ่งกำหนดอายุได้ประมาณพุทธศตวรรษที่ 15 ถึง 18 อยู่ทั่วไปหลังจากสมัยของวัฒนธรรมขอมหรือเขมรโบราณแล้วหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดบุรีรัมย์ เริ่มมีขึ้นอีกครั้งตอนปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา โดยปรากฏชื่อว่าเป็นเมืองขึ้น ของเมืองนครราชสีมาและปรากฏชื่อต่อมาในสมัยกรุงธนบุรีถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ว่าบุรีรัมย์มีฐานะเป็นเมือง ๆ หนึ่ง จนถึง พ.ศ.2476 ได้มีการจัดระเบียบราชการบริหารส่วนภูมิภาคใหม่ จึงได้ชื่อเป็นจังหวัดบุรีรัมย์มาจนถึงปัจจุบันนี้ชื่อเมืองบุรีรัมย์ ไม่ปรากฏในเอกสารประวัติศาสตร์สมัยอยุธยาและธนบุรีเฉพาะชื่อเมืองอื่น ซึ่งปัจจุบันเป็นอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ เมืองนางรองเมืองพุทไธสง และเมืองประโคนชัย พ.ศ. 2319 รัชสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช กรุงธนบุรี กรมการเมืองนครราชสีมา มีใบบอกเข้ามาว่า พระยานางรองคบคิดเป็น กบฏร่วมกับเจ้าโอ เจ้าอิน และอุปฮาดเมืองจำปาศักดิ์ จึงโปรดให้ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เมื่อยังดำรงตำแหน่ง เจ้าพระยาจักรี เป็นแม่ทัพไปปราบจับตัวพระยานางรองประหารชีวิตและสมทบเจ้าพระยาสุรสีห์ (สมเด็จพระบวรราชเจ้ามหาสุรสิงหนาท) คุมกองทัพหัวเมืองฝ่ายเหนือยกไปตีเมือง จำปาศักดิ์ เมืองโขง และเมืองอัตปือ ได้ทั้ง 3 เมือง ประหารชีวิต เจ้าโอ เจ้าอิน อุปฮาด เมืองจำปาศักดิ์ แล้วเกลี้ยกล่อมเมืองต่าง ๆ ใกล้เคียงให้ สวามิภักดิ์ ได้แก่ เขมรป่าดง ตะลุม สุรินทร์ สังขะ และเมืองซุซันต์ รวบรวมผู้คนตั้งเมืองขึ้นในเขตขอมร่า เรียกว่า เมืองแปะ แต่งตั้งบุรีรัมย์บุตรเจ้าเมืองผไทสมัน (พุทไธสง)ให้เป็นเจ้าเมือง ซึ่งต่อมาได้เป็นพระยานครภักดี ประมาณปลายรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หรือ ต้นรัชกาล พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้เปลี่ยนชื่อเมืองแปะเป็นบุรีรัมย์ด้วยปรากฏว่า ได้มีการแต่งตั้ง พระลำแดงฤทธิรงค์เป็นพระนครภักดีศรีนครา ผู้สำเร็จราชการเมือง

บุรีรัมย์ ขึ้นเมืองนครราชสีมาใน พ.ศ. 2411 เมืองบุรีรัมย์และเมืองนางรองผลัดกันมีความสำคัญเรื่อยมา พ.ศ. 2433 เมืองบุรีรัมย์โอนขึ้นไปขึ้นกับหัวเมืองลาวฝ่ายเหนือ มีหนองคายเป็นศูนย์กลาง และเมืองบุรีรัมย์มีเมืองในสังกัด 1 แห่ง คือเมืองนางรอง ต่อมาประมาณ พ.ศ. 2440-2441 เมืองบุรีรัมย์ได้กลับไปขึ้นกับมณฑลนครราชสีมาเรียกว่า“บริเวณนางรอง” ประกอบด้วยเมืองบุรีรัมย์ นางรอง รัตนบุรี ประโคนชัย และพุทไธสง พ.ศ. 2442 มีประกาศเปลี่ยนชื่อ มณฑลลาวเฉียงเป็น มณฑลฝ่ายตะวันตกเฉียงเหนือ มณฑลลาวพวนเป็นมณฑลฝ่ายเหนือ มณฑลลาวเป็นมณฑลตะวันออกเฉียงเหนือ มณฑลเขมร เป็นมณฑลตะวันออกและในคราวนี้ เปลี่ยนชื่อบริเวณนางรองเป็น “เมืองนางรอง”มีฐานะเป็นเมืองจัตวา ตั้งที่ว่าการอยู่ที่เมืองบุรีรัมย์ แต่ตราตำแหน่งเป็นตราผู้ว่าการนางรอง กระทรวงมหาดไทยจึงได้ประกาศเปลี่ยนชื่อเมืองเป็น “บุรีรัมย์” และเปลี่ยนตราตำแหน่งเป็นผู้ว่าราชการเมืองบุรีรัมย์ ตั้งแต่วันที่ 3 สิงหาคมพ.ศ. 2444 เป็นต้นมา พ.ศ. 2450 กระทรวงมหาดไทยปรับปรุงหัวเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้มณฑลนครราชสีมาประกอบด้วย 3 เมือง 17 อำเภอ คือเมืองนครราชสีมา 10 อำเภอ เมืองชัยภูมิ 3 อำเภอ และเมืองบุรีรัมย์ 4 อำเภอ คือ นางรอง พุทไธสง ประโคนชัย และรัตนบุรี ต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารแห่งราชอาณาจักรสยาม พ.ศ. 2476 ขึ้น ยุบมณฑลนครราชสีมา จัดระเบียบบริหารราชการส่วนภูมิภาคออกเป็นจังหวัดและอำเภอ เมืองบุรีรัมย์จึงมีฐานะเป็น “จังหวัดบุรีรัมย์” ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

3. แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

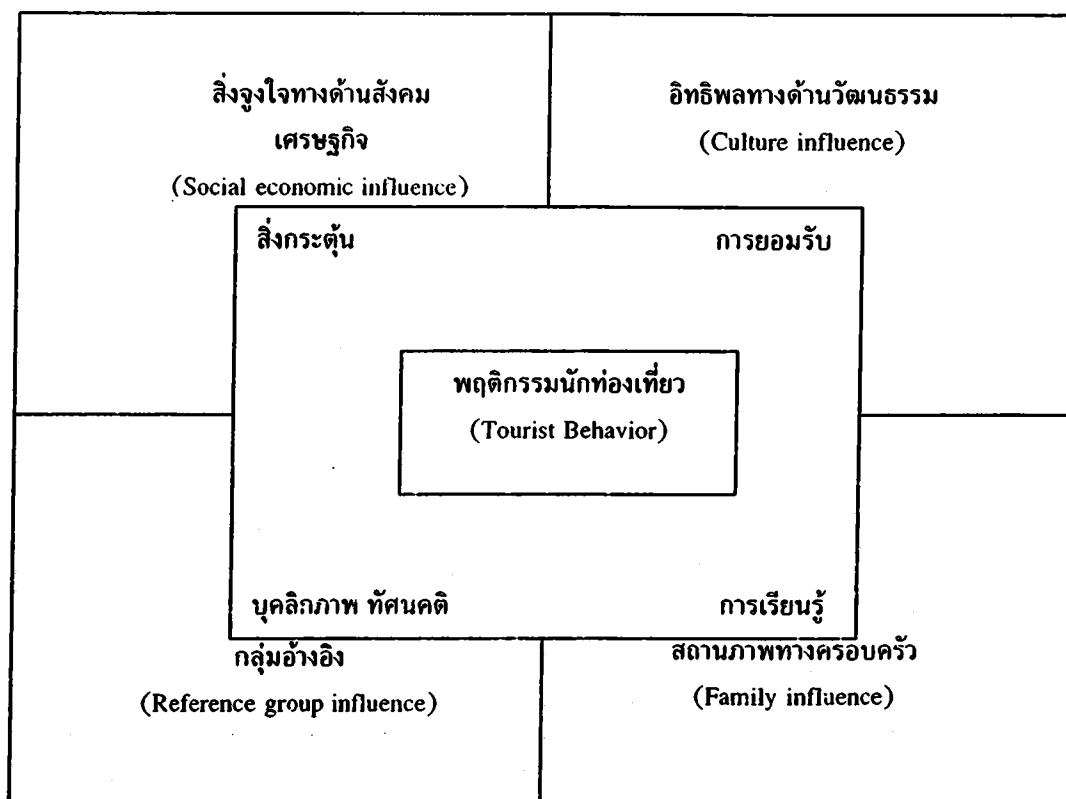
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย องค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ (สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2544) คือ

สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว (Energizers of Demand) หมายถึงความน่าสนใจของสิ่งจูงใจต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นสิ่งชักนำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ดังกล่าว หรือช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเดินทางเพื่อการพักผ่อนหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ

สิ่งกรองความต้องการ (Filterers of Demand) หมายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้ความต้องการทางการท่องเที่ยวถูกระงับหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต้องการในการเดินทางลดน้อยลง อันได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม ทัศนคติทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

สิ่งกระทบ (Affecters) หมายถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขาย ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ทัศนคติและมองภาพและแหล่งท่องเที่ยวอันนั้น ๆ แตกต่างกันไป

บทบาทของนักท่องเที่ยว (Roles) หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป สถานการณ์ หรือในช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจหรือรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

3.2 สิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว (Tourism Motivation)

สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งต่างๆ อันเป็นสาเหตุที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในความต้องการที่จะเดินทางหรือวางรูปแบบที่ใช้เพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายในนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางจิตใจทางด้านร่างกาย ทัศนคติ ความรู้สึก เป็นต้น และสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น การให้บริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

ลักษณะความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นทั้งสองประเภททางการท่องเที่ยวนี้ มีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและเป็นไปตามลำดับขั้นตอน บางครั้งไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้ อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม สิ่งกระตุ้นจากภายในของนักท่องเที่ยวนั้นมีพื้นฐานลำดับขั้นตอนของ

ความต้องการตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of needs) ทำให้ (Dann, 1981) ได้กำหนดลักษณะของสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประการ ดังนี้

- 3.2.1 การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทดแทนความต้องการที่ขาดหาย
- 3.2.2 สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว
- 3.2.3 ภาพลักษณ์ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นการมีการท่องเที่ยว
- 3.2.4 ข้อมูลข่าวสารสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว
- 3.2.5 วัตถุประสงค์ในการเดินทางเป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว
- 3.2.6 ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว
- 3.2.7 สิ่งกระตุ้นเป็นสิ่งที่มีความหมายและกำหนดรูปแบบด้วยของมันเอง

นอกจากนี้ McIntosh and Goeldner (1986) ได้สรุปรูปแบบของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวจากลักษณะของสิ่งกระตุ้นตามรูปแบบของ Dann โดยแบ่งประเภทของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ

(1) สิ่งกระตุ้นทางด้านร่างกาย (Physical Motivators) อันได้แก่ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ อาจจะเป็นวัตถุประสงค์ทางสุขภาพ เพื่อการกีฬา ความสบายใจและความพึงพอใจ

(2) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural Motivators) เป็นลักษณะของความต้องการทางวัฒนธรรมที่แตกต่างของสถานที่ต่าง ๆ เพื่อค้นหาความเป็นมา รูปแบบของการดำรงชีวิต ดนตรี บ้าน การเดินร่ำ เป็นต้น

(3) สิ่งกระตุ้นระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) ความต้องการที่จะพบปะผู้อื่น मनสังคมเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อน ค้นหาประสบการณ์ใหม่และที่แตกต่างจากประสบการณ์ที่เคยมี การเดินทางจากสภาพเป็นอยู่เดิม

(4) สิ่งกระตุ้นทางสถานภาพและชื่อเสียง (Spiritual and Prestige Motivation) หมายถึงการเดินทางเพื่อดำเนินต่อของกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานอดิเรก การศึกษาเพื่อเป็นการพัฒนาตนเอง สร้างการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ

รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ Wahab Crampon and Rothfield เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และแนวความคิดของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะในการกำหนดพฤติกรรม คือ

- (1) การท่องเที่ยวไม่มีสิ่งที่เป็นตัวตนที่ได้กลับมา
- (2) การพิจารณาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์กับรายได้เงินที่สะสมไว้และการวางแผนล่วงหน้า

(3) การตัดสินใจในการท่องเที่ยวเกิดจากสิ่งที่เข้ามากระตุ้น

รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ Schmoll ถูกกำหนดจากสิ่งกระตุ้น ความปรารถนา ความต้องการและความคาดหวังของบุคคลต่าง ๆ ในสังคม ที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ได้แก่

(1) สิ่งกระตุ้นในการเดินทาง (Travel stimuli) เช่น สื่อต่าง ๆ ที่กระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น การแนะนำจากบุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยวหน่วยงานรัฐบาล

(2) ข้อกำหนด ของบุคคลและสังคม (Personal and Social Determinants) เป็นลักษณะของข้อบังคับในการตั้งวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยว ในรูปแบบที่แตกต่างกัน

(3) การเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบภายนอก (External Variables) กำหนดความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการให้บริการของผู้ประกอบการ ภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดทางด้านราคาและเวลา เป็นต้น

(4) ลักษณะพิเศษของสถานที่ให้บริการ (Characteristics and Features of the Service Estimation) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เมื่อเลือกสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ แล้ว สิ่งที่จะได้รับตามมาจะเป็นเช่นไร

3.3 กระบวนการจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

3.3.1 แรงจูงใจในการเดินทาง แรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้ 2 ประเภท คือ

(1) ปัจจัยดึง (Pull Factor) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคล ซึ่งส่งเสริม หรือดึงดูดให้คนเดินทางไปเที่ยวต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยทางเทคโนโลยี และสื่อ (Media)

(2) ปัจจัยผลัก (Push Factor) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง ได้แก่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียด นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยตนเอง

3.3.2 ประเภทนักท่องเที่ยว Phillip Pearce (1982) จัดกลุ่มประเภทนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมต่าง ๆ กัน ได้ 15 ประเภท ดังนี้ นักท่องเที่ยว นักเดินทาง นักท่องเที่ยวที่เดินทางในวันหยุด นักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางสังคมระดับสูง นักธุรกิจ ผู้อพยพ นักอนุรักษ์ นักสอนศาสนา นักเรียนต่างชาติ นักมนุษยวิทยา บุปผาชน นักกีฬาต่างชาติ นักข่าวต่างชาติ นักแสวงบุญ

3.4 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

3.4.1 ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ รูปแบบการดำรงชีวิต แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ทักษะคิด

3.4.2 ปัจจัยภายนอก ได้แก่ วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย ชั้นของสังคม กลุ่มอ้างอิง ผู้นำความคิดเห็น ครอบครัว

3.5 กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

บทบาทของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2546) มีดังนี้

3.5.1 ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นผู้เสนอ หรือแนะนำความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์ เป็น คนแรก

3.5.2 ผู้มีอิทธิพล (Influenced) เป็นผู้กระตุ้น หรือชักจูงว่าควรซื้อ หรือไม่ควรซื้อสินค้าและบริการ

3.5.3 ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อ หรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ เช่น พ่อบ้าน แม่บ้าน

3.5.4 ผู้ซื้อ (Buyer) เป็นผู้ไปทำการซื้อ หรือลงมือซื้อโดยนำเงินไปแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าและบริการ

3.5.5 ผู้ใช้ (User) เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2537) กล่าวว่า การที่บุคคลจะตัดสินใจยอมรับสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะต้องมีขั้นตอนซึ่งต้องใช้เวลา โดยมีขั้นตอนการตัดสินใจ ดังนี้

(1) ขั้นตื่นตัวรับรู้ (awareness) ในขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นแรกของกระบวนการตัดสินใจ เนื่องจากผู้รับสารได้รับรู้เรื่องใหม่ ๆ เป็นครั้งแรก ตัวอย่างเช่น สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการหลวง ทั้งนี้เขาจะมีความคิดกว้าง ๆ และยังไม่รู้รายละเอียดมากนักเกี่ยวกับเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การเดินทาง ที่พัก แต่หากเขาสนใจ เขาจะพยายามที่จะเรียนรู้มากขึ้น

(2) ขั้นสนใจ (interest) ขั้นตอนนี้ผู้รับสารจะได้พัฒนาความสนใจในความคิดหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ดังกล่าวของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการหลวงว่า เป็นอย่างไร เขาไม่พอใจกับข้อมูลที่เขา มีอยู่ เขาต้องการรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวมากขึ้น เขาต้องการและพยายามหารายละเอียดข้อมูลเพิ่มเติมความรู้อย่างกว้าง ๆ ทั่วไปนั้นไม่เพียงพอสำหรับเขา

(3) ขั้นประเมินผล (evaluation) เมื่อบุคคลได้มีการสะสมความรู้ต่าง ๆ มากขึ้น เขาก็จะประเมินค่าทางเลือกแต่ละทางเพื่อการตัดสินใจ โดยประสบการณ์ในอดีตผสมกับทัศนคติที่เกิดจากการยอมรับข่าวสารข้อมูลของเรื่องต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว

(4) ขั้นตอนตัดสินใจเลือก (decision) หลังจากผ่านขั้นตอนการประเมินทางเลือกแล้วผู้รับสารก็จะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองชอบมากที่สุด

3.6 ส่วนผสมของตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing Mix)

ส่วนผสมของตลาดท่องเที่ยวจะประกอบด้วย 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) การกำหนดค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Price) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Place) และการส่งเสริมตลาดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นหลักเกณฑ์ขั้นต้น แต่ในขณะเดียวกันศาสตร์ทางการบริการและการท่องเที่ยวกำหนดให้มีการเพิ่มเติมส่วนผสมทางการตลาด จึงสมควรต้องพิจารณาในประเด็นนี้เพิ่มเติมดังนี้

3.7 ส่วนผสมทางการตลาดของบริการ (The Services Marketing Mix)

ภายหลังจากการนำการตลาดมาประยุกต์ใช้กับหลายอุตสาหกรรม นักวิชาการทางการตลาดหลายท่านได้วิจารณ์ส่วนผสมทางการตลาด 4Ps ซึ่งได้รับการพัฒนาในช่วง ค.ศ. 1960ว่าเป็นมุมมองที่ค่อนข้างแคบเกินไป และยากต่อการนำมาใช้กับธุรกิจบริการ และการท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะที่เฉพาะแตกต่างจากสินค้าทั่วไป Zeithaml and Bitner (2000) ได้เสนอแนวคิดใหม่ในเรื่องว่าส่วนผสมทางการตลาดดั้งเดิมหรือ 4Ps ได้แก่ Product, Price, Place และ Promotion ควรมีส่วนประกอบอีก 3 ส่วน คือ People, Process และ Physical Evidence ดังนี้

3.7.1 บุคคล (People) เป็นส่วนผสมทางการตลาดที่สำคัญในธุรกิจบริการ เพราะเป็นส่วนที่ใกล้ชิดกับผู้รับบริการมากที่สุด คุณภาพการบริการของธุรกิจหนึ่งมักขึ้นกับมาตรฐานการบริการของบุคคลที่ทำงานเกี่ยวข้อง ธุรกิจสามารถสร้างความแตกต่างของธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มจากปัจจัยด้านบุคคล การมีบุคคลที่พูดภาษาต่างประเทศได้ หรือการมีบุคคลที่มีความรู้เฉพาะด้านที่จำเป็นต่อธุรกิจ ซึ่งในธุรกิจท่องเที่ยวมีการแข่งขันทางด้านบุคลากรสูง การจ้างงานจึงมักมีมูลค่าสูงที่กลายเป็นต้นทุนสำคัญของกิจการได้

3.7.2 กระบวนการ (Process) เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความแตกต่างของมาตรฐานของกิจการเมื่อเปรียบเทียบกับกิจการอื่น ๆ โดยกำหนดในเรื่องกระบวนการในการให้บริการ ขั้นตอนการบริการและดำเนินงานในแต่ละงาน กฎระเบียบที่ควบคุมพนักงาน นโยบายการให้บริการลูกค้า

3.7.3 หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นส่วนผสมสำคัญที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ถึงระดับมาตรฐานการให้บริการเป็นจุดแรก เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดยเฉพาะการมองเห็น เพราะเป็นสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ สถานที่ที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน และองค์ประกอบที่จับต้องได้ ที่ลูกค้ามักเปรียบเทียบกับประสบการณ์และความทรงจำในอดีต เป็นจุดที่ลูกค้าเกิดความประทับใจครั้งแรก (First impression) เป็นจุดขาย และเป็นสิ่งที่สนับสนุนกระบวนการให้บริการยิ่งไปกว่านั้นธุรกิจด้านการท่องเที่ยวกำหนดส่วนผสมทางการตลาดเพิ่มขึ้นจาก 4P's เดิม เป็น 8P's โดยรวม

people, packaging, programming and partnership ส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมานี้ ก็คือบุคคลที่ดำเนินงานด้านการบริการ ชุดผลิตภัณฑ์ที่ถูกค้าซื้อโปรแกรมการนำเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวที่เป็นเครือข่ายต่อการดำเนินธุรกิจเมื่อมองภาพการตลาดในด้านส่วนผสมการตลาดที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวให้กว้างขึ้น จะมองเห็นได้ว่ากลยุทธ์การตั้งราคาไม่สามารถกำหนดแยกจากส่วนผสมการตลาดด้านอื่นๆ อาทิเช่น การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรด้านการท่องเที่ยวอาจทำให้มีต้นทุนการดำเนินการเพิ่มขึ้น โดยไม่พิจารณาองค์ประกอบอื่น ๆ ไม่ได้ หรือในขณะเดียวกันการตั้งราคาสินค้ารวมเป็นแพ็คเกจจอาจมีราคารวมต่ำกว่าราคาเมื่อแยกจำหน่ายเป็นรายชิ้น กล่าวได้ว่าปัจจัยเหล่านี้ย่อมมีผลต่อการรับรู้ และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) ได้กล่าวถึงสิ่งกระตุ้นซึ่งถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยาหรือด้านอารมณ์ ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

(1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด ประกอบด้วย

(1.1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

(1.2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

(1.3) สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

(1.4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

(2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

(2.1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

(2.2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

(2.3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

(2.4) สิ่งกระตุ้นด้านวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเกิดจากมุมมองและความต้องการของนักท่องเที่ยวเองกับสิ่งกระตุ้น

ทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ กลไกทางด้านราคาเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยวเปรียบเทียบคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการหนึ่งๆกับมูลค่าทางการเงินที่สูญเสียไป และใช้เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์และบริการของกิจการอื่นๆ การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการไม่ได้ขึ้นกับราคาเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นกับความต้องการของผู้บริโภค ส่วนผสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ประเสริฐ วิทยารัฐ (2535, 2520) ได้กล่าว ถึงสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยหลายอย่างได้แก่

- (1) บรรยากาศด้านกายภาพ
 - (1.1) มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก
 - (1.2) มีความสะดวก ปลอดภัย
 - (1.3) มีสิ่งดึงดูดใจทั้งทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
 - (1.4) สถานที่มีสิ่งที่น่าสนใจ
- (2) บรรยากาศด้านจิตใจ
 - (2.1) ความมีมิตรไมตรี
 - (2.2) การต้อนรับ มีความพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ
 - (2.3) ความรู้สึกปลอดภัย
 - (2.4) ค่าครองชีพไม่สูงเกินไป
 - (2.5) ความไม่เข้มงวดต่อนักท่องเที่ยว
- (3) บรรยากาศอื่น ๆ
 - (3.1) การแนะนำประชาสัมพันธ์ที่ดี
 - (3.2) สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพ
 - (3.3) สินค้าปลอดภาษีที่มีราคาพอสมควร
 - (3.4) การบันเทิงที่นักท่องเที่ยวสนใจ

4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชดาพรรณ สุวรรณมาโจ (2548) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง โดยการออกแบบสอบถามจำนวน 300 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิส ด้วยเทคนิคการประมาณค่าความน่าจะเป็นสูงสุด และเทคนิคการวิเคราะห์โดยวิธี Marginal Effects ปัจจัยที่นำมาศึกษาในแบบจำลอง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านของที่ระลึก ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัย

ด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านบทบาทของภาครัฐ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นผู้มีอายุระหว่าง 21-30 ปี 89 ราย ผู้มีสถานภาพโสด 158 ราย ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี การประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยที่มีต่อโอกาสความน่าจะเป็นสูงสุดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 5% ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านบทบาทของภาครัฐ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ปัจจัยของที่ระลึก ซึ่งไม่มีผลต่อโอกาสความน่าจะเป็นสูงสุดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

นราภรณ์ จันทร์ลาด (2550) ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ในด้านลักษณะ ทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 4 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพระนครคีรี จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บุษกร ครจางค์ (2548) ทำการค้นคว้าอิสระเรื่องทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อการจัดภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษาวัดพระศรีสรรเพชญ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการจัดภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน โดยใช้วัดศรีสรรเพชญ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นกรณีศึกษา เพื่อทราบทัศนคติ ความพึงพอใจ ข้อคิดเห็น ตลอดจนหาแนวทางที่เหมาะสมต่อการจัดภูมิทัศน์

สถานที่ท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ผลการค้นคว้าพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติในแง่บวกต่อการจัดภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน วัดศรีสรรเพชญ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในส่วนบริเวณที่จอดรถ ร้านขายของ สถานที่จำหน่ายบัตร บริเวณทางเท้าและผิวทางเดิน ป้ายข้อมูล ที่นั่งและศาลาที่พัก ไม้ยืนต้น ไม้ดอกไม้ประดับ เสาไฟฟ้า โคมไฟแสงสว่างตอนกลางคืนตั้งรองรับสิ่งปฏิกูล และห้องน้ำห้องส้วม นักท่องเที่ยวบางส่วนมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในด้านความสะอาด ความร่มรื่น และความเป็นระเบียบในการจัดภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน วัดศรีสรรเพชญ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

รุ่งนภา จันทวิสมบุรณ์ (2546) ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชน และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย แบบยั่งยืน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 308 คน เจ้าหน้าที่จากองค์การบริหารส่วนตำบลเวียง ตำบลโยนก 14 คน และแบบสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว 4 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ กรากระจายร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบค่าที (t-test) แบบวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบปัจจัยเดียว (One-Way ANOVA) และข้อมูลแสดงความคิดเห็นของประชาชนในการให้คำแนะนำในการจัดการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชายมากกว่าหญิง อายุระหว่าง 21-40 ปี ระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา มีรายได้ระหว่าง 1,001-5,000 บาทต่อเดือน โดยมีส่วนร่วมระดับปานกลาง แต่มีความต้องการมีส่วนร่วมมากในการจัดการการท่องเที่ยวโดยเฉพาะให้ความสำคัญในเรื่องการค้นหาคำตอบและสาเหตุของปัญหา ผลการวิเคราะห์สถิติทดสอบค่าที และความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว แปรผลได้ว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญในการมีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเพศชาย อายุ 41-60 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษา อนุปริญญา/อาชีวศึกษา มีความต้องการมีส่วนร่วมมาก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบด้วย การพัฒนาทางด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สะอาด สะดวก ปลอดภัยต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว

อนันต์ สุรพัฒน์ (2541) ทำการศึกษาเปรียบเทียบเชิงพื้นที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทมรดกทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในเขตเทศบาลเมืองพระนครศรีอยุธยา ที่มีต่อการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทมรดกทางวัฒนธรรม โดยเป็นการศึกษาเปรียบเทียบในเชิงพื้นที่ เพื่อพิสูจน์ว่าระดับของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระต่างๆ ที่อยู่ในชุมชนและรวมทั้งตัวแปรอิสระในด้านความแตกต่างในเชิงพื้นที่ เป็นไปในลักษณะใดบ้าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามประชาชนในชุมชนท้องถิ่น และแบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และภาคเอกชน ผล

การศึกษาพบว่า 1.ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุของประชาชนในชุมชนท้องถิ่น แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ ต่อไปนี้คือ เพศ อาชีพ ระยะเวลาในการอาศัยอยู่ในชุมชน และระดับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ 2.ระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนท้องถิ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรพื้นที่ ในส่วนของความแตกต่างในเรื่องระยะทาง 3.อุปสรรค พบว่า กระบวนการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่ีมากพอ และยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร

ชัยวุฒิ พิชยะกุล (2543) ทำการวิจัยเรื่องประวัติศาสตร์และโบราณคดีเมืองพัทลุงเก่าเขาชัยบุรี อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองพัทลุงเก่าเขาชัยบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ข้อมูล 3 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลเอกสาร ข้อมูลการสัมภาษณ์ และข้อมูลโบราณวัตถุสถาน ผลการวิจัยพบว่า ดินแดนลุ่มทะเลสาบสงขลามิพัฒนาการทางประวัติศาสตร์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ประมาณ 4000 - 5000 ปีมาแล้ว ต่อมาประมาณพุทธศตวรรษที่ 12 - 15 ชุมชนบริเวณคาบสมุทรสทิงพระได้พัฒนาขึ้นเป็นเมืองสทิงพระหรือกรุงสทิงพาราณสีและเมืองนี้เป็นเมืองศูนย์กลางการปกครองชุมชนรอบทะเลสาบสงขลา แต่เมื่อเมืองสทิงพระเสื่อมลงประมาณพุทธศตวรรษที่ 19 - 20 จึงได้เกิดเมืองพัทลุงขึ้นทางฝั่งตะวันตกของทะเลสาบสงขลา ใกล้วัดเขียนบางแก้ว ต่อมาได้ย้ายเมืองไปตั้งที่บ้านควนแร่ อำเภอเมืองพัทลุง ประมาณพุทธศตวรรษที่ 22 และในตอนปลายพุทธศตวรรษที่ 22 ได้ย้ายเมืองไปตั้งที่บริเวณเขาชัยบุรีหรือเขาเมือง ซึ่งเป็นเมืองป้อมปราการที่มีความเจริญมาก จนกระทั่ง พ.ศ.2310 ได้มีการย้ายเมืองไปตั้งที่อื่น ตั้งแต่นั้นมาทำให้โบราณวัตถุสถานเมืองพัทลุงเก่าเขาชัยบุรีได้เสื่อมสภาพ ชำรุดทรุดโทรม และถูกขุดทำลายมาจนปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงควรมีการกำหนดแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองพัทลุงเก่าเขาชัยบุรี โดยการสร้างจิตสำนึกของประชาชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่น การส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องท้องถิ่น การอนุรักษ์และพัฒนาโบราณวัตถุสถาน การอนุรักษ์และพัฒนาสภาพสิ่งแวดล้อม และการร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชน เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองพัทลุงเก่าเขาชัยบุรีให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและประวัติศาสตร์ต่อไป

ฉันทิช วรรณณอม (2544) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ และศึกษาถึงแนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป อภิปรายผลและนำเสนอโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อน เป็นเหตุผลสำคัญที่สุด และเห็นว่าประเทศไทยมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในลำดับมาก คือ งบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อม ระยะทางสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ และปัจจัยที่สอดคล้องที่สำคัญที่มีอิทธิพลในลำดับมากต่อการเบี่ยงเบนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้หันมาเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการขอความร่วมมือปลูกจิตสำนึกให้ไทยเที่ยวไทยจากภาครัฐและภาคเอกชน จากการศึกษาเรื่อง แนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป พบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 97 ให้ความเห็นว่ายังคงเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอีก เนื่องจากเห็นว่าประเทศไทยมีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ

สุขุมารณ์ ชันศรี และคณะ (2548) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ลักษณะทางเศรษฐกิจด้านรายได้และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประชากรคือนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ตำบลตะพง จังหวัดระยอง ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 525 คน โดยใช้แบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและสถิติวิเคราะห์ ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Coefficient) ทดสอบหาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุดคือ ความต้องการที่จะมาเที่ยวในวันหยุด ลำดับที่สองคือ ต้องการความปลอดภัยในการท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ พบว่ามีความพึงพอใจด้านการให้บริการและมนุษย์สัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของสวนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 สำหรับความสัมพันธ์ ระหว่างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรฯ พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจด้านข่าวสาร สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการและความรู้ที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$) ข้อเสนอแนะสำหรับเจ้าของสวนและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องคือต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบมากขึ้น

กรณีย์ ถนอมกุล (2547) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ การรับรู้ข่าวสารและรูปแบบการดำรงชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 51-60 ปี สมรส รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000-10,000 บาท และมีจุดประสงค์การเดินทางคือการท่องเที่ยว มีรูปแบบการดำรงชีวิต ส่วนใหญ่ งานอดิเรกคือ

การท่องเที่ยว กิจกรรมทำบุญตามวัด ใช้บ้านเป็นสถานที่พักผ่อน ชอบอาหารไทย ศึกษาธรรมะ ด้วยการอ่านหนังสือธรรมะ คิดว่าตนเองเป็นคนรักสงบ เข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาเพื่อทำให้จิตใจสงบ คิดเห็นเกี่ยวกับการทำบุญ บริจาคทานเพื่อช่วยเหลือสังคม คิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของจังหวัดสกลนครเหมาะสำหรับการปฏิบัติธรรม เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร 1-2 วัน พักแรมที่บ้านญาติ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร 1 ครั้ง เดินทางมาจังหวัดสกลนคร นครพนม หนองคาย มุกดาหาร เลือกวัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหารเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด และกราบสักการะพระพุทธรูปเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มากที่สุด เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา จุดประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครที่ต่างกัน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรม ความสนใจ และความคิดของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดสกลนครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร ได้แก่ รูปแบบการเดินทาง สถานที่พักแรม จังหวัดที่เดินทาง การเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธ และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร

เพ็ญศรี เจริญวานิช บุญเลิศ เล็กสมบุรณ์ ประมัตต์ เพียนอก และชินจิตร อังวรารวงศ์ (2546) ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว โอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมดเคยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ จำนวนวันที่เดินทางโดยเฉลี่ย 1 วัน ใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ย ต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อครั้งต่อคน วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนให้รางวัลตนเอง เดินทางในช่วงสุดสัปดาห์ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร โอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้โดยรวมและรายจังหวัดค่อนข้างสูง และอนาคตพื้นที่อีสานใต้มีโอกาทางการตลาดที่ดีขึ้น แหล่งท่องเที่ยวที่จะได้รับความนิยมและสนใจในการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวมากคือ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่ควรเป็นจุดเด่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนา ควรใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาตลาดและปรับปรุงการคมนาคมและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวก ปลอดภัย และพบว่ามีปัญหาและอุปสรรคโดยรวมในระดับปานกลาง คือขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลแนะนำนักท่องเที่ยว และขาดการสนับสนุนจากองค์กรของรัฐ จึงควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว ภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันสนับสนุนการท่องเที่ยว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

1. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณสถาน โบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีการกำหนดประชากร การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการใช้สถิติในการวิจัย ดังนี้

1.1 การกำหนดตัวแบบการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1.1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้

1.1.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์

2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

2.1.1 สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.1.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2.1.3 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

2.1.4 ศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

2.1.5 สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พิมายและอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

2.2 ศึกษาภาคสนามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีวิธีการศึกษา ดังนี้

2.2.1 วิธี โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณสถาน โบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ โบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ ในระหว่างเดือนมีนาคม-ตุลาคม 2552 จำนวน 400 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ โบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน (คิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยรายเดือน : สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พิมายและสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง) แล้วนำมาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากสูตร Taro Yamane เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

$$\text{จากสูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (\text{จุฑามาศ ไชยศรี, 2536})$$

โดยกำหนดให้

$$\begin{aligned} n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง.} \\ N &= \text{จำนวนประชากรทั้งหมดในการศึกษาคั้งนี้จำนวน} \\ &\quad 52,750 \text{ คน} \\ e &= \text{ความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้(ในที่นี้ใช้ 0.05)} \end{aligned}$$

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{52,750}{1 + 52,750 (0.05)^2} \\ n &= 382 \text{ คน} \end{aligned}$$

การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างและศึกษาค้นคว้าขึ้นมาโดยการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย 1) ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณของนักท่องเที่ยว 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ และ 4) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

4.2 แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามต่างๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นคำถามปลายปิด (Close-end format) ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เป็นคำถามปลายปิด (Close-end format) ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่มีหลักเกณฑ์การให้คะแนนตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ (นภาพร สิงห์ทัด, 2532 อ้างถึงในจันทิมา พรหมเกษ, 2538) คือ

5	คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
3	คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ซึ่งเกณฑ์ในการประเมินผลมีเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	แสดงว่า	ให้ความสำคัญกับปัจจัยน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	แสดงว่า	ให้ความสำคัญกับปัจจัยน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	แสดงว่า	ให้ความสำคัญกับปัจจัยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	แสดงว่า	ให้ความสำคัญกับปัจจัยมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	แสดงว่า	ให้ความสำคัญกับปัจจัยมากที่สุด

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูลเป็นการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

5.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาจากเอกสารต่างๆ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และรวบรวมข้อมูล ได้แก่ สถิติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ จากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ และรายละเอียดข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณ จากสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

5.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูล ได้แก่ การใช้แบบสอบถาม นำข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาประกอบการสร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมประเด็นต่างๆ ทั้งหมด และเก็บรวบรวมแบบสัมภาษณ์ จากนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โรงแรมที่นักท่องเที่ยวเข้าพัก ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก และร้านอาหาร เป็นต้น

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

6.1 ประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม แยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นที่ทำการศึกษา

6.2 ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา

6.3 นำแบบสอบถามมาลงรหัส

6.4 ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows (Statistical package for Social Service)

6.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

6.5.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงผลการวิเคราะห์ในรูปของตาราง ประกอบคำอธิบายเหตุผลสถิติที่ใช้ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) โดยแสดงเป็นจำนวนร้อยละ (Percentage) ซึ่งใช้วิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

6.5.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงผลการวิเคราะห์ในรูปของตาราง ประกอบคำอธิบายเหตุผล สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



(Standard Deviation) ซึ่งใช้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

6.5.3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1: นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1: ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ทางด้าน เพศ ใช้สถิติการทดสอบค่าที โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent T-test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ว่ามีความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยกำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนลักษณะประชากรศาสตร์ทางด้านอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และระดับการศึกษา การทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (ONE WAY ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ว่ามีความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยกำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2: นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (ONE WAY ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ว่ามีความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยกำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จพ
Cu
A174

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ: กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แบ่งการนำเสนอผลการศึกษาวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์

1.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

1.2 ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์

2.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

2.2 ผลการศึกษาความต้องการและปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ

3. ผลการศึกษาเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์

1.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์จำนวน 400 คน โดยนำเสนอข้อมูลในเชิงพรรณนาในรูปแบบจำนวน และร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. ชาย	120	30
2. หญิง	280	70
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 และเพศชายจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. ต่ำกว่า 15 ปี	3	0.75
2. 16 - 25 ปี	116	29.0
3. 26 - 35 ปี	157	39.25
4. 36 - 45 ปี	91	22.75
5. 46 - 60 ปี	32	8.0
6. 60 ปีขึ้นไป	1	0.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 35 ปี จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาคือมีอายุ 16 - 25 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีอายุ 36 - 45 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 มีอายุ 46 - 60 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และมีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. โสด	213	53.25
2. สมรส	176	44.00
3. หม้าย/หย่า	11	2.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 และมีสถานภาพหม้าย/หย่า จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. ประถมศึกษา	10	2.5
2. มัธยมศึกษาตอนต้น	16	4.0
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	123	30.75
4. อนุปริญญา/ปวส.	53	13.25
5. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	177	44.25
6. สูงกว่าปริญญาตรี	21	5.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และระดับประถมศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. นักเรียน/นักศึกษา	100	25.0
2. พนักงานเอกชน	74	18.5
3. ข้าราชการ	111	27.75
4. ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	24	6.0
5. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	6.5
6. อื่น ๆ	65	16.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 อาชีพอื่น ๆ

จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ส่วนบุคคล

รายได้ส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. ไม่เกิน 5,000 บาท	123	30.75
2. 5,001 - 10,000 บาท	109	27.25
3. 10,001 - 15,000 บาท	77	19.25
4. 15,001 - 20,000 บาท	25	6.25
5. 20,001 - 25,000 บาท	28	7.00
6. 25,001 - 30,000 บาท	16	4.00
7. 30,001 - 35,000 บาท	13	3.25
8. 35,001 บาท ขึ้นไป	9	2.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาได้แก่ มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 มีรายได้ 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 มีรายได้ 30,001 - 35,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และมีรายได้ 35,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามจังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน

จังหวัด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. กรุงเทพฯ	20	5.00
2. กาญจนบุรี	1	0.25
3. กาฬสินธุ์	1	0.25
4. ขอนแก่น	5	1.25
5. ชลบุรี	5	1.25
6. ชัยภูมิ	1	0.25
7. เชียงใหม่	1	0.25
8. ตรารด	2	0.50
9. นครราชสีมา	170	42.50
10. นครศรีธรรมราช	5	1.25
11. บุรีรัมย์	154	38.50
12. ปทุมธานี	1	0.25
13. ประจวบคีรีขันธ์	1	0.25
14. ปราจีนบุรี	1	0.25
15. พัทลุง	1	0.25
16. พิษณุโลก	3	0.75
17. มหาสารคาม	3	0.75
18. ยโสธร	1	0.25
19. ร้อยเอ็ด	4	1.00
20. ระยอง	2	0.50
21. ลพบุรี	1	0.25
22. ศรีสะเกษ	3	0.75
23. สงขลา	1	0.25
24. สมุทรสงคราม	1	0.25
25. สุรินทร์	5	1.25
26. หนองคาย	2	0.50
27. หนองบัวลำภู	1	0.25
28. อ่างทอง	1	0.25
29. อุบลราชธานี	3	0.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 7 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาอาศัยอยู่ในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 อาศัยอยู่ในจังหวัดขอนแก่น, ชลบุรี, นครศรีธรรมราช และจังหวัดสุรินทร์ จำนวนจังหวัดละ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 อาศัยอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 อาศัยอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก, มหาสารคาม, ศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี จำนวนจังหวัดละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 อาศัยอยู่ในจังหวัดตราด, ระยองและจังหวัดหนองคาย จำนวนจังหวัดละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และอาศัยอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี, กาฬสินธุ์, ชัยภูมิ, เชียงใหม่, ปทุมธานี, ประจวบคีรีขันธ์, ปราจีนบุรี, พัทลุง, ยโสธร, ลพบุรี, สงขลา, สมุทรสงคราม, หนองบัวลำภูและจังหวัดอ่างทอง จำนวนจังหวัดละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

1.2 ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทางด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ซึ่งในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาในรูปจำนวนร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสาร

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. หนังสือพิมพ์	38	9.50
2. เพื่อน	65	16.25
3. ญาติ	56	14.0
4. โทรทัศน์	65	16.25
5. บริษัทนำเที่ยว	14	3.50
6. อินเทอร์เน็ต	51	12.75
7. แผ่นพับ ใบปลิว	32	8.0
8. ป้ายโฆษณา	51	12.75
9. วิทยุ	28	7.0
10. สื่ออื่น ๆ	0	0
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากเพื่อนและจากโทรทัศน์ จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 รองลงมาได้แก่ ทราบจากญาติ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ทราบจากอินเทอร์เน็ต และป้ายโฆษณา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ทราบจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ทราบจากแผ่นพับ ใบปลิว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ทราบจากสื่อวิทยุ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 9 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. ท่องเที่ยว/พักผ่อน	280	70.0
2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน	31	7.75
3. ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุระ	11	2.75
4. ประชุม/สัมมนา	14	3.50
5. การศึกษา/การกีฬา	10	2.50
6. เป็นทางผ่านในการเดินทาง	53	13.25
7. อื่น ๆ	1	0.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 9 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาได้แก่ เป็นทางผ่านในการเดินทาง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 วัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 วัตถุประสงค์เพื่อประชุม/สัมมนา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 วัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติงาน/ติดต่อธุระ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และวัตถุประสงค์อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 10 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

ช่วงเวลาในการเดินทาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. วันธรรมดา	24	6.00
2. วันหยุดสุดสัปดาห์	111	27.75
3. วันหยุดตามเทศกาล	201	50.25
4. วันหยุดพักร้อน	62	15.50
5. อื่น ๆ	2	0.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 10 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาริหยุดตามเทศกาลในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลาริหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 ช่วงเวลาริหยุดพักร้อน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ช่วงเวลาริธรรมดา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และช่วงเวลาริอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. ครอบครัว/ญาติ	282	70.50
2. เพื่อน	111	27.75
3. บริษัทนำเที่ยว	7	1.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 11 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาได้แก่ ร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 และนักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามพาหนะในการเดินทาง

พาหนะในการเดินทาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. รถยนต์ส่วนตัว	352	88.00
2. รถโดยสารประจำทาง	15	3.75
3. รถนำเที่ยว	30	7.50
4. อื่น ๆ	3	0.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 12 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88 รองลงมาได้แก่ รถนำเที่ยว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และยานพาหนะอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 13 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน

พักค้างคืนหรือไม่	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. ค้าง	112	28.00
2. ไม่ค้าง	288	72.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 13 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72 และมีนักท่องเที่ยวพักค้างคืน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28

ตารางที่ 14 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่พักค้างคืน

พาหนะในการเดินทาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	59	52.68
2. โรงแรม	24	21.43
3. รีสอร์ท	26	23.21
4. บ้านรับรองของอุทยาน	3	2.68
รวม	112	100

จากตารางที่ 14 พบว่านักท่องเที่ยวที่พักค้างคืนจำนวน 112 คน ส่วนใหญ่พักที่บ้านญาติ/บ้านเพื่อนจำนวนมากที่สุด มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 52.68 รองลงมาได้แก่ รีสอร์ท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 23.21 พักที่โรงแรม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 และเลือกพักที่บ้านรับรองของอุทยาน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.68

ตารางที่ 15 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาการท่องเที่ยว

ระยะเวลาการท่องเที่ยว	ระยะเวลาต่ำสุด (วัน)	ระยะเวลาสูงสุด (วัน)	ระยะเวลาเฉลี่ย (วัน)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	1	7	1.47	0.884

จากตารางที่ 15 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1.47 วัน โดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่ำสุดที่ 1 วัน มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวสูงสุดที่ 7 วัน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.884

ตารางที่ 16 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. ต่ำกว่า 1,000 บาท	110	27.50
2. 1,001 - 2,000 บาท	114	28.50
3. 2,001 - 3,000 บาท	80	20.00
4. 3,001 - 4,000 บาท	35	8.75
5. 4,001 - 5,000 บาท	27	6.75
6. 5,001 บาทขึ้นไป	34	8.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 16 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 1,001 - 2,000 บาท จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมาได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 2,001 - 3,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 3,001 - 4,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 5,001 บาทขึ้นไปจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 4,001 - 5,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์

2.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณ โบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาในรูปแบบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.49 แสดงว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.50 - 2.49 แสดงว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.50 - 3.49 แสดงว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.50 - 4.49 แสดงว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.50 - 5.00 แสดงว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยมากที่สุด

ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว	ค่าสถิติ		ให้ความสำคัญกับปัจจัยในระดับ
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว	3.8883	0.74111	มาก
โบราณสถาน โบราณวัตถุ	4.2919	0.71237	มาก
ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต	3.9330	0.72293	มาก
ความเป็นมิตรไมตรี	3.7240	0.76942	มาก
แหล่งจำหน่ายของที่ระลึก	3.4830	0.84016	ปานกลาง
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.8620	0.84533	มาก
รวม	3.8523	0.53843	มาก

จากตารางที่ 17 ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.8523) ถ้าพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว, โบราณสถาน โบราณวัตถุ, ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต, ความเป็นมิตรไมตรี และความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนแหล่งจำหน่ายของที่ระลึก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.4830)

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ	ค่าสถิติ		ให้ความสำคัญกับปัจจัยในระดับ
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
แผ่นพับ ใบปลิว	3.1763	0.94602	ปานกลาง
หนังสือพิมพ์	3.1583	0.97658	ปานกลาง
วิทยุ	3.2328	0.98195	ปานกลาง
โทรทัศน์	3.5293	1.00356	มาก
การบอกต่อจากคนใกล้ชิดรู้จัก	3.6990	0.92838	มาก
อินเทอร์เน็ต	3.5040	1.02291	มาก
ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.3677	0.94950	ปานกลาง
รวม	3.3831	0.67904	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 พบว่าโดยภาพรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.3831 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67904

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับการให้ความสำคัญด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1. การบอกต่อจากคนใกล้ชิดรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.69) 2. โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.53) 3. อินเทอร์เน็ตโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ระดับการให้ความสำคัญด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1. ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.36) 2. วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.23) 3. หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.16) 4. แผ่นพับใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่างๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่างๆ	ค่าสถิติ		ให้ความสำคัญกับปัจจัยในระดับ
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
1.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	3.3115	0.67565	ปานกลาง

จากตารางที่ 19 ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.3115) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67565

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่าง ๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่าง ๆ	ค่าสถิติ		ให้ความสำคัญกับปัจจัยในระดับ
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
2.ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	3.2393	0.73558	ปานกลาง

จากตารางที่ 20 ปัจจัยด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.2393) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73558

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่าง ๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่าง ๆ	ค่าสถิติ		ให้ความสำคัญกับปัจจัยในระดับ
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
3.การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว	3.4081	0.79756	ปานกลาง

จากตารางที่ 21 ปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.4081) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79756

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่าง ๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านต่าง ๆ	ค่าสถิติ		ให้ความสำคัญกับปัจจัยในระดับ
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
4.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว	3.7955	0.76379	มาก

จากตารางที่ 22 ปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.7955) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76379

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีการเดินทางท่องเที่ยว

โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีการเดินทางท่องเที่ยว	ค่าสถิติ		ให้ความสำคัญกับปัจจัยในระดับ
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
สภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.6430	0.78803	มาก
ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์	3.5714	0.72580	มาก
สาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ	3.5381	0.82568	มาก
รวม	3.5873	0.64968	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่าโดยภาพรวมการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.5873 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64968

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับการให้ความสำคัญด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1. สภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.64) 2. ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) 3. สาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสิ่งแวดล้อม
 สะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

สิ่งแวดล้อมสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่าง การเดินทางท่องเที่ยว	ค่าสถิติ		ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยในระดับ
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
ความสะดวกสบายด้านที่พัก	3.4297	0.84597	ปานกลาง
ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน	3.5769	0.82255	มาก
ความสะดวกสบายด้านความสามารถในการ รับรู้ข้อมูลข่าวสารและบริการจากแหล่ง ท่องเที่ยว	3.5371	0.83699	มาก
รวม	3.5371	0.83699	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่าโดยภาพรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.5371 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83699

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับการให้ความสำคัญด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1. ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน (ค่าเฉลี่ย 3.58) 2. ความสะดวกสบายด้านความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและบริการจากแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.54)

2.2 ผลการวิเคราะห์ถึงความต้องการและปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านความต้องการและปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ ในการท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาในรูปจำนวน ร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก

การกลับมาท่องเที่ยวอีก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. กลับ	380	95.00
2. ไม่กลับ	20	5.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 25 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก มีจำนวน 380 คน คิดเป็นร้อยละ 95 และนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 26 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. โบราณสถาน โบราณวัตถุ	168	42.0
2. สภาพแวดล้อม	76	19.0
3. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	83	20.75
4. การให้บริการ	32	8.0
5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	41	10.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 26 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ เนื่องจากปัจจัยทางด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ปัจจัยด้านการให้บริการ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8

ตารางที่ 27 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำแนกตามสิ่งที่ควรมีการพัฒนาปรับปรุง เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

สิ่งที่ควรพัฒนาปรับปรุง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. พัฒนาปรับปรุงถนน	54	13.50
2. ความสะอาด	65	16.25
3. พาหนะ	22	5.50
4. ด้านความปลอดภัย	50	12.50
5. ด้านที่พัก	35	8.75
6. การอนุรักษ์ธรรมชาติ	65	16.25
7. แหล่งท่องเที่ยว	29	7.25
8. พัฒนาด้านเอกสาร	23	5.75
9. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ	57	14.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 27 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะพัฒนาปรับปรุงด้านความสะอาดและการอนุรักษ์ธรรมชาติ จำนวนมากที่สุด มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 รองลงมาได้แก่ การพัฒนาด้านเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 การพัฒนาปรับปรุงถนน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 พัฒนาด้านความปลอดภัย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 พัฒนาด้านที่พัก จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 พัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 พัฒนาด้านเอกสาร จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 พัฒนาด้านพาหนะ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

3. ผลการศึกษาเพื่อทดสอบสมมติฐาน

3.1 สมมติฐานวิจัยที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน

3.1.1 สมมติฐานวิจัยที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.1

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเพศจะใช้การทดสอบค่าที โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent T-test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	T-test for Equality of means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว	ชาย	3.72	.581	-3.155	369	.002*
	หญิง	3.91	.510			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพบว่าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

ศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.1.2

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 29 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	T-test for Equality of means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Df	Sig.
การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อ ต่าง ๆ	ชาย	3.32	.650	-1.142	350	.254
	หญิง	3.41	.691			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพบว่าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .254 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (\bar{X} ชาย = 3.32, \bar{X} หญิง = 3.41, $P > 0.05$)

สมมติฐานที่ 1.1.3

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 30 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	T-test for Equality of means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ชาย	3.29	.590	-.351	380	.726
	หญิง	3.32	.711			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพบว่าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .726 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (\bar{X} ชาย = 3.29, \bar{X} หญิง = 3.32, $P > 0.05$)

สมมติฐานที่ 1.1.4

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 31 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านระยะเวลาและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	T-test for Equality of means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ระยะเวลาและระยะเวลาในการ เดินทางท่องเที่ยว	ชาย	3.26	.642	.339	395	.735
	หญิง	3.23	.774			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพบว่าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .735 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระยะเวลาและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (\bar{X} ชาย = 3.26, \bar{X} หญิง = 3.23, $P > 0.05$)

สมมติฐานที่ 1.1.5

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	T-test for Equality of means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
การเตรียมความพร้อมในการ เดินทางท่องเที่ยว	ชาย	3.32	.799	-1.505	395	.133
	หญิง	3.45	.795			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพบว่าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .133 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (\bar{X} ชาย = 3.32, \bar{X} หญิง = 3.45, $P > 0.05$)

สมมติฐานที่ 1.1.6

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 33 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	T-test for Equality of means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ระหว่างเดินทางท่องเที่ยว	ชาย	3.73	.742	-1.067	394	.286
	หญิง	3.82	.773			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพบว่าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .286 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (\bar{X} ชาย = 3.73, \bar{X} หญิง = 3.82, $P > 0.05$)

สมมติฐานที่ 1.1.7

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 34 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	T-test for Equality of means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการ เดินทางท่องเที่ยว	ชาย	3.51	.700	-1.530	380	.127
	หญิง	3.62	.624			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพบว่าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .127 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (\bar{X} ชาย = 3.51, \bar{X} หญิง = 3.62, $P > 0.05$)

สมมติฐานที่ 1.1.8

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 35 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	T-test for Equality of means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว	ชาย	3.50	.717	-.323	376	.747
	หญิง	3.53	.772			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพบว่าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .747 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (\bar{X} ชาย = 3.50, \bar{X} หญิง = 3.53, $P > 0.05$)

สำหรับค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับอายุ, ระดับการศึกษา, สถานภาพ, อาชีพ และรายได้ ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (Oneway Analysis of variance : Oneway Anova) และทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

3.1.2 สมมติฐานวิจัยที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.896	5	.779	2.751	.019*
	ภายในกลุ่ม	103.370	365	.283		
	รวม	107.266	370			
2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	2.886	4	.722	1.575	.180
	ภายในกลุ่ม	158.958	347	.458		
	รวม	161.844	351			
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	9.609	5	1.922	4.397	.001*
	ภายในกลุ่ม	164.320	376	.437		
	รวม	173.929	381			
4. ระยะเวลาและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.082	5	1.216	2.285	.046*
	ภายในกลุ่ม	208.185	391	.532		
	รวม	214.267	396			
5. การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	20.196	5	4.039	6.816	.000*
	ภายในกลุ่ม	231.698	391	.593		
	รวม	251.894	396			
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	13.083	5	2.617	4.695	.000*
	ภายในกลุ่ม	217.349	390	.557		
	รวม	230.432	395			
7. โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.349	5	.470	1.115	.352
	ภายในกลุ่ม	158.465	376	.421		
	รวม	160.814	381			
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	10.719	5	2.144	3.909	.002*
	ภายในกลุ่ม	204.042	372	.548		
	รวม	214.761	377			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.180, 0.352 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับค่า Sig. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ 0.019, 0.001, 0.046, 0.000, 0.000, 0.002 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.1.3 สมมติฐานวิจัยที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4.296	5	.859	3.046	.010*
	ภายในกลุ่ม	102.969	365	.282		
	รวม	107.266	370			
2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	3.064	5	.613	1.336	.249
	ภายในกลุ่ม	158.780	346	.459		
	รวม	161.844	351			
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4.156	5	.831	1.841	.104
	ภายในกลุ่ม	169.773	376	.452		
	รวม	173.929	381			
4. ระยะเวลาและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5.704	5	1.141	2.139	.060
	ภายในกลุ่ม	208.563	391	.533		
	รวม	214.267	396			
5. การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.174	5	1.235	1.965	.083
	ภายในกลุ่ม	245.720	391	.628		
	รวม	251.894	396			
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	7.432	5	1.486	2.599	.025*
	ภายในกลุ่ม	223.000	390	.572		
	รวม	230.432	395			
7. โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5.932	5	1.186	2.880	.014*
	ภายในกลุ่ม	154.881	376	.412		
	รวม	160.814	381			
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	6.290	5	1.258	2.245	.049*
	ภายในกลุ่ม	208.470	372	.560		
	รวม	214.761	377			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.249, 0.104, 0.060, 0.083 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับค่า Sig. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ 0.010, 0.025, 0.014, 0.049 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.1.4 สมมติฐานวิจัยที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 38 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.086	7	.869	3.120	.003*
	ภายในกลุ่ม	101.179	363	.279		
	รวม	107.266	370			
2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	2.440	7	.349	.752	.628
	ภายในกลุ่ม	159.404	344	.463		
	รวม	161.844	351			
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.180	7	.311	.678	.691
	ภายในกลุ่ม	171.750	374	.459		
	รวม	173.929	381			
4. ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4.636	7	.662	1.229	.286
	ภายในกลุ่ม	209.631	389	.539		
	รวม	214.267	396			
5. การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	8.091	7	1.156	1.844	.078
	ภายในกลุ่ม	243.803	389	.627		
	รวม	251.894	396			
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	6.075	7	.868	1.501	.165
	ภายในกลุ่ม	224.356	388	.578		
	รวม	230.432	395			
7. โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.315	7	.474	1.125	.347
	ภายในกลุ่ม	157.498	374	.421		
	รวม	160.814	381			
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	3.840	7	.549	.962	.459
	ภายในกลุ่ม	210.921	370	.570		
	รวม	214.761	377			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.628, 0.691, 0.286, 0.078, 0.165, 0.347, 0.459 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับค่า Sig. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.1.5 สมมติฐานวิจัยที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 39 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	.011	2	.005	.019	.981
	ภายในกลุ่ม	107.255	368	.291		
	รวม	107.266	370			
2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	1.405	2	.703	1.528	.218
	ภายในกลุ่ม	160.439	349	.460		
	รวม	161.844	351			
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.154	2	.577	1.266	.283
	ภายในกลุ่ม	172.775	379	.456		
	รวม	173.929	381			
4. ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	.587	2	.294	.542	.582
	ภายในกลุ่ม	213.680	394	.542		
	รวม	214.267	396			
5. การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.907	2	.954	1.503	.224
	ภายในกลุ่ม	249.987	394	.634		
	รวม	251.894	396			
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	.061	2	.031	.052	.949
	ภายในกลุ่ม	230.371	393	.586		
	รวม	230.432	395			
7. โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	.150	2	.075	.177	.838
	ภายในกลุ่ม	160.664	379	.424		
	รวม	160.814	381			
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	1.106	2	.553	.970	.380
	ภายในกลุ่ม	213.655	375	.570		
	รวม	214.761	377			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.981, 0.218, 0.283, 0.582, 0.224, 0.949, 0.838, 0.380 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.1.6 สมมติฐานวิจัยที่ 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 40 แสดงการทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5.486	5	1.097	3.935	.002*
	ภายในกลุ่ม	101.779	365	.279		
	รวม	107.266	370			
2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	2.097	5	.419	.908	.476
	ภายในกลุ่ม	159.747	346	.462		
	รวม	161.844	351			
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.553	5	1.311	2.944	.013*
	ภายในกลุ่ม	167.377	376	.445		
	รวม	173.929	381			
4. ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.997	5	.799	1.487	.193
	ภายในกลุ่ม	210.270	391	.538		
	รวม	214.267	396			
5. การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.285	5	.657	1.033	.398
	ภายในกลุ่ม	248.609	391	.636		
	รวม	251.894	396			
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	3.265	5	.653	1.121	.349
	ภายในกลุ่ม	227.167	390	.582		
	รวม	230.432	395			
7. โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5.170	5	1.034	2.498	.030*
	ภายในกลุ่ม	155.643	376	.414		
	รวม	160.814	381			
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	6.555	5	1.311	2.342	.041*
	ภายในกลุ่ม	208.206	372	.560		
	รวม	214.761	377			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.476, 0.193, 0.398, 0.349 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับค่า Sig. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.002, 0.013, 0.030, 0.041 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 สมมติฐานวิจัยที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณใน จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย จุดประสงค์หลักในการ เดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่แตกต่างกันมีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ โบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

สำหรับค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับ จุดประสงค์หลักในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ใน การเดินทาง ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (Oneway Analysis of variance : Oneway Anova) และทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

3.2.1 จุดประสงค์หลักในการเดินทาง

สมมติฐานที่ 2.1

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางแตกต่างกันให้ ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณใน จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางแตกต่างกันให้ ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณใน จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 41 แสดงการทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามจุดประสงค์หลักในการเดินทาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.424	6	.404	1.403	.213
	ภายในกลุ่ม	104.841	364	.288		
	รวม	107.266	370			
2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	1.980	5	.396	.857	.510
	ภายในกลุ่ม	159.864	346	.462		
	รวม	161.844	351			
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	8.952	6	1.492	3.391	.003*
	ภายในกลุ่ม	164.977	375	.440		
	รวม	173.929	381			
4. ระยะเวลาและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	7.468	6	1.245	2.347	.031*
	ภายในกลุ่ม	206.799	390	.530		
	รวม	214.267	396			
5. การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	11.248	6	1.875	3.038	.006*
	ภายในกลุ่ม	240.646	390	.617		
	รวม	251.894	396			
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	10.439	6	1.740	3.076	.006*
	ภายในกลุ่ม	219.993	389	.566		
	รวม	230.432	395			
7. โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	.837	6	.140	.327	.923
	ภายในกลุ่ม	159.976	375	.427		
	รวม	160.814	381			
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5.950	6	.992	1.762	.106
	ภายในกลุ่ม	208.811	371	.563		
	รวม	214.761	377			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.213, 0.510, 0.923, 0.106 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับค่า Sig. ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.003, 0.031, 0.006, 0.006 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2.2 ช่วงเวลาในการเดินทาง

สมมติฐานที่ 2.2

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.695	4	.424	1.469	.211
	ภายในกลุ่ม	105.570	366	.288		
	รวม	107.266	370			
2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	1.079	4	.270	.582	.676
	ภายในกลุ่ม	160.765	347	.463		
	รวม	161.844	351			
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.597	4	.399	.873	.480
	ภายในกลุ่ม	172.333	377	.457		
	รวม	173.929	381			
4. ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.159	4	.290	.533	.711
	ภายในกลุ่ม	213.108	392	.544		
	รวม	214.267	396			
5. การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.404	4	.601	.944	.438
	ภายในกลุ่ม	249.490	392	.636		
	รวม	251.894	396			
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	3.230	4	.808	1.390	.237
	ภายในกลุ่ม	227.202	391	.581		
	รวม	230.432	395			
7. โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.466	4	.866	2.076	.083
	ภายในกลุ่ม	157.348	377	.417		
	รวม	160.814	381			
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5.683	4	1.421	2.535	.040*
	ภายในกลุ่ม	209.077	373	.561		
	รวม	214.761	377			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเดินทางมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.211, 0.676, 0.480, 0.711, 0.438, 0.237, 0.083 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับค่า Sig. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2.3 ผู้ร่วมเดินทาง

สมมติฐานที่ 2.3

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 43 แสดงการทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวที่วชิลพัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.004	2	.502	1.739	.177
	ภายในกลุ่ม	106.262	368	.289		
	รวม	107.266	370			
2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	1.622	2	.811	1.766	.172
	ภายในกลุ่ม	160.222	349	.459		
	รวม	161.844	351			
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	.227	2	.113	.248	.781
	ภายในกลุ่ม	173.702	379	.458		
	รวม	173.929	381			
4. ระยะเวลาและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	.401	2	.200	.369	.692
	ภายในกลุ่ม	213.866	394	.543		
	รวม	214.267	396			
5. การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	.067	2	.033	.052	.949
	ภายในกลุ่ม	251.827	394	.639		
	รวม	251.894	396			
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	4.198	2	2.099	3.646	.027*
	ภายในกลุ่ม	226.234	393	.576		
	รวม	230.432	395			
7. โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.303	2	.652	1.548	.214
	ภายในกลุ่ม	159.510	379	.421		
	รวม	160.814	381			
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	2.895	2	1.447	2.562	.079
	ภายในกลุ่ม	211.866	375	.565		
	รวม	214.761	377			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.177, 0.172, 0.781, 0.692, 0.949, 0.214, 0.079 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับค่า Sig. ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2.4 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

สมมติฐานที่ 2.4

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 44 แสดงการทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	.753	3	.251	.865	.459
	ภายในกลุ่ม	106.512	367	.290		
	รวม	107.266	370			
2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	.140	3	.047	.100	.960
	ภายในกลุ่ม	161.704	348	.465		
	รวม	161.844	351			
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.633	3	1.211	2.688	.046*
	ภายในกลุ่ม	170.296	378	.451		
	รวม	173.929	381			
4. ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.050	3	1.017	1.892	.130
	ภายในกลุ่ม	211.217	393	.537		
	รวม	214.267	396			
5. การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5.825	3	1.942	3.101	.027*
	ภายในกลุ่ม	246.070	393	.626		
	รวม	251.894	396			
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	2.653	3	.884	1.522	.208
	ภายในกลุ่ม	227.779	392	.581		
	รวม	230.432	395			
7. โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.656	3	.552	1.311	.271
	ภายในกลุ่ม	159.158	378	.421		
	รวม	160.814	381			
8. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	1.556	3	.519	.910	.436
	ภายในกลุ่ม	213.205	374	.570		
	รวม	214.761	377			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.459, 0.960, 0.130, 0.208, 0.271, 0.436 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับค่า Sig. ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.046, 0.027 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาหัวข้อในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ : กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์” สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาเป็นผู้มีอายุระหว่าง 16-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 29 สถานภาพส่วนใหญ่โสดคิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาคือสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 44 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมามีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 30.75 อาชีพส่วนใหญ่ทำงานรับราชการคิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาทำงานนักเรียน/นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 25 รายได้ส่วนใหญ่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 27.25 จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบันส่วนใหญ่อาศัยอยู่ที่จังหวัดนครราชสีมาคิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาอาศัยอยู่ที่จังหวัดบุรีรัมย์คิดเป็นร้อยละ 38.50

2. สรุปผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การวิจัยครั้งนี้พบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางส่วนใหญ่เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมามีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทางคิดเป็นร้อยละ 13.25 ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเดินทางในช่วงวันหยุดตามเทศกาลคิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาเลือกเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 27.75 ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่เป็นครอบครัว/ญาติคิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาเป็นเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 27.75 พาหนะในการเดินทางส่วนใหญ่คือรถยนต์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 88 รองลงมาคือรถนำเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 7.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืนคิดเป็นร้อยละ 72 นักท่องเที่ยวที่เลือกพักค้างคืนส่วนใหญ่เลือกพักที่บ้านญาติ/บ้านเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 52.68 รองลงมาเลือกพักที่รีสอร์ทคิดเป็นร้อยละ 23.21 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 1,001-2,000 บาท รองลงมามีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,000 บาท

3. สรุปผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.85 ($X = 3.85$)

ส่วนปัจจัยด้านอื่นทั้ง 4 ด้านของสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ในระดับมาก คือด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิต ด้านความเป็นมิตรไมตรี ด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย 4.2919 3.9330 3.7240 และ 3.8620 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.38 ($X = 3.38$)

ส่วนปัจจัยด้านอื่นอีก 3 ด้านของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ในระดับมาก คือด้านโทรทัศน์ ด้านการยกต่อจากคนใกล้ชิด รู้จัก ด้านอินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5293 3.6990 และ 3.5040 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.3115 ($X = 3.3115$)

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.2393 ($X = 3.2393$)

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.4081 ($X = 3.4081$)

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.7955 ($X = 3.7955$)

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.5873 ($X = 3.5873$)

ส่วนปัจจัยด้านอื่นทั้ง 3 ด้านของโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ในระดับมาก คือด้านสภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ด้านสาธารณูปโภคอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6430 3.5714 และ 3.5381 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.5371 ($X = 3.5371$)

ส่วนปัจจัยด้านอื่นทั้ง 2 ด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ในระดับมาก คือด้านความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน ด้านความสะดวกสบายด้านความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและบริการจากแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5769 และ 3.5371 ตามลำดับ

4. สรุปผลการศึกษาข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวอีกคิดเป็นร้อยละ 95 นักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการกลับมาเที่ยวอีกคิดเป็นร้อยละ 5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุคิดเป็นร้อยละ 42.0 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการพัฒนาปรับปรุงด้านความสะดวกและการอนุรักษ์ธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 16.25

5. สรุปผลการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

เพศที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

2.1 จุดประสงค์หลักในการเดินทาง

จุดประสงค์หลักในการเดินทางที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่ง

เตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ขอมโบราณ : กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

6.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของรัชดาพรรณ สุวรรณมาโจ(2548) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของฉันทิชา วรรณถนอม(2544) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนราภรณ์ จันทร์ลาด(2550) ทำการวิจัยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรีพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษกร ครุจาง(2548) ทำการศึกษาทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อการจัดภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวแบบโบราณสถาน: กรณีศึกษาวัดพระศรีสรรเพชญ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีรายได้ไม่น้อยกว่า 5,000 บาท

6.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เลือกเดินทางในช่วงวันหยุดตามเทศกาล ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่เป็นครอบครัว/ญาติ พาหนะในการเดินทางส่วนใหญ่คือรถยนต์ส่วนตัว เลือกพักที่บ้านญาติ/บ้านเพื่อน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 1,001-2,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของรัชดาพรรณ สุวรรณมาโจ(2548) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากับครอบครัว เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของฉันทิชา วรรณถนอม(2544) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน

6.3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการศึกษาระดับการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของฉันทัช วรรณณอม(2544) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ ด้านค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก

7. ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

7.1 สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวยังมีการทิ้งขยะไม่เป็นที่ การปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณรอบๆ ยังไม่ดีเท่าที่ควร ไม่ค่อยได้รับความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวในการช่วยกันดูแลธรรมชาติให้สมบูรณ์ ภูมิทัศน์บริเวณรอบๆ โบราณสถานไม่ค่อยมีต้นไม้เพื่อให้ร่มเงา การเดินทางริมถนนทางผ่านไม่สะอาดมีขยะ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณรอบๆ ควรมีการช่วยกันดูแลธรรมชาติให้สมบูรณ์ ช่วยกันรักษาความสะอาดบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด นครราชสีมาควรมีกิจกรรมจัดไปเที่ยวโบราณวัตถุในจังหวัดเพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยว บริเวณสถานที่จอดรถควรปลูกต้นไม้หลายๆ เพื่อให้ร่มเงาปรับปรุงทิวทัศน์ปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณรอบๆ โบราณสถานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ตื่นตาตื่นใจมีความปลอดภัยให้มากยิ่งขึ้นการดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่สุด การเดินทางริมถนนทางผ่านไม่สะอาดมีขยะควรร่วมกันรักษาธรรมชาติและโบราณสถาน

7.2 ที่จอดรถไม่เพียงพอ จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมักนิยมขับรถส่วนตัวมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองดังนั้นจึงทำให้ที่จอดรถของสถานที่ท่องเที่ยวไม่เพียงพอทางอุทยานและผู้เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องนี้เพื่อหาทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยอาจหาที่จอดรถหรือเช่าสถานที่จอดรถให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจกับบริการของแหล่งท่องเที่ยวยิ่งขึ้น

7.3 เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานภายในแหล่งท่องเที่ยวขาดประสบการณ์และขาดทักษะการให้บริการ ผลจากการวิจัยพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นมีสาเหตุมาจากพนักงานขาดประสบการณ์ในการ

ทำงานไม่มีทักษะในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวไม่พอใจในการให้บริการของพนักงาน เช่น พนักงานจำหน่ายบัตรเข้าชมอุทยานพุดจาไม่สุภาพ ไม่เต็มใจในการให้บริการ แนะนำข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นหัวหน้าอุทยานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวในการให้ข้อมูลเจ้าหน้าที่ในการให้บริการจำหน่ายบัตรเข้าชมพุดจาไม่สุภาพการประชาสัมพันธ์มีน้อย ขอให้มีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ให้มาก ๆ การประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง

7.4 การประชาสัมพันธ์มีน้อย ขอให้มีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ให้มาก ๆ ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ ให้ทราบล่วงหน้าก่อนมีเทศกาลประเพณีในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ให้มากขึ้น ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุการประชาสัมพันธ์มีน้อย ขอให้มีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ให้มาก ๆ การประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง

8. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

8.1 เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์เท่านั้น ดังนั้นผู้ที่จะทำวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และควรที่จะศึกษาในขอบเขตพื้นที่หลาย ๆ จังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถาน จะทำให้ได้ข้อมูลเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

8.2 ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงและพัฒนาด้านการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในอุทยานเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว

8.3 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อทำการศึกษาดูว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- กรณีย์ ถนอมกุล. (2547). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวใน
จังหวัดสกลนคร. รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). การใช้ SPSS for window ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่
9. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- กำธร ศรีน้อย. (2544). รูปแบบความร่วมมือของภาคเอกชนกับภาครัฐในการส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฉันทัช วรรณถนอม. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือก
เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยวุฒิ พิชะกุล. (2541). ประวัติศาสตร์และโบราณคดีเมืองพัทลุงเก่าเขาชัยบุรี อำเภอเมือง
จังหวัดพัทลุง. รายงานการวิจัย สถาบันทักษิณคดีศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ. สงขลา:
มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ธนกฤต สังเอย. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 1.
นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่
3. กรุงเทพมหานคร: วี. อินเตอร์ พรินท์.
- นราภรณ์ จันทร์ลาด. (2550). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นราศรี ไวนิชกุล. (2549). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

- บุษกร ครจ่างง. (2548). การศึกษาทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อการจัดภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษาวัดพระศรีสรรเพชญ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิชญานี (นิรมล)กิติกุล. (2549). วิจัยวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช. (2546). การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี. รายงานการวิจัย ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รุ่งนภา จันทวิสมบูรณ์. (2546). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- รัชดาพรรณ สุวรรณมาโจ. (2548). ปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุขุมภรณ์ ชันศรี. (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว. โครงการวิจัย ภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา. (2551). สถิติการท่องเที่ยวปี พ.ศ.2551. ค้นเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2552, จาก <http://www.tourism.go.th/2009/th/statistic/tourism.php>
- อนันต์ สุรพัฒน์. (2541). ศึกษาเปรียบเทียบเชิงพื้นที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทมรดกทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ
ในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา, 2551)

ปราสาทกู่

อำเภอบัวใหญ่ จ.นครราชสีมา

ปราสาท กู่ ตั้งอยู่ในโรงเรียนวัดบ้านกู่ ตำบลดอนตะหนิน จากตัวเมืองใช้ทางหลวงหมายเลข 2 (นครราชสีมา-ขอนแก่น) ไปประมาณ 74 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายตรงตุ้ยามตำรวจทางหลวงบ้านโนนตาเถรไปอีกประมาณ 6 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวขวาเข้าไปทางโรงเรียนวัดบ้านกู่ ลักษณะเป็นปราสาทสมัยขอมขนาดเล็ก ฐานสี่เหลี่ยม ก่อด้วยศิลาแลงวางซ้อนกันจากฐานถึงยอด แต่ปัจจุบันสภาพปรักหักพังไปแล้ว หลงเหลือเพียงซากฐานไม่สูงนัก ภายในองค์ปราสาทมีพระพุทธรูปดินเผาซึ่งยังหลงเหลือให้เห็นอยู่ 4-5 องค์

ปราสาทพนมวัน

อำเภอเมือง จ.นครราชสีมา

ปราสาท พนมวัน ตั้งอยู่ที่บ้านมะค่า ตำบลโพธิ์ จากตัวเมืองไปตามทางหลวงหมายเลข 2 (นครราชสีมา-ขอนแก่น) ประมาณ 15 กิโลเมตร จะมีป้ายบอกทางด้านขวามือ แยกเข้าไปอีกประมาณ 5 กิโลเมตร เป็นปราสาทขอมที่น่าชมอีกแห่งหนึ่ง สันนิษฐานว่าเดิมก่อสร้างด้วยอิฐในราวพุทธศตวรรษที่ 15 ต่อมาในราวพุทธศตวรรษที่ 18-19 จึงได้สร้างอาคารหินซ้อนทับลงไป จากจารึกที่ค้นพบ เรียกปราสาทแห่งนี้ว่า “เทวาศรม” เป็นศาสนสถานในศาสนาฮินดู ต่อมาจึงได้เปลี่ยนแปลงให้เป็นพุทธสถาน ปัจจุบันแม้จะหักพังไปมาก แต่ยังคงเห็นซากโบราณสถานหลงเหลือ เป็นเค้าโครงค่อนข้างชัดเจนเช่น ปราสาทจตุรมุขของค์ประธานหลักซึ่งหันหน้าไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้โดยมีมณฑปอยู่ เบื้องหน้า และมีฉนวน (ทางเดิน) เชื่อมต่อระหว่างอาคารทั้งสองทางด้าน ทิศตะวันตกเฉียงใต้ของปราสาทมีอาคารก่อด้วยหินทรายสีแดงเรียกว่า “ปราศน์น้อย” ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปหินขนาดใหญ่ บริเวณโดยรอบปราสาทมีระเบียงคด สร้างด้วยหินทรายและศิลาแลงล้อมเป็นกำแพงอยู่ มีโคปุระ (ประตูทางเข้าเทวสถาน) ก่อสร้างเป็นรูปหอสูงทั้งสี่ทิศ บริเวณรอบนอกปราสาททางด้านทิศตะวันออกเฉียง ท่างจากโบราณสถานเกือบ 300 เมตร มีร่องรอยของคูน้ำและเนินดินเรียกว่า “เนินอรพิม” นอกจากนี้ยังพบศิลาแลงจัดเรียงเป็นแนวคล้ายซากฐานอาคารบนเนินแห่งนี้ด้วย

ปราสาทพะโค

อำเภอโชคชัย จ.นครราชสีมา

ปราสาท พะโค ตั้งอยู่ที่ตำบลกระโทก จากตัวเมืองใช้ทางหลวงหมายเลข 224 (นครราชสีมา-โชคชัย) ระยะทาง 29 กิโลเมตร ต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 2071 อีกประมาณ 3 กิโลเมตร อยู่ริมถนนทางด้านขวามือ เป็นศาสนสถานในศาสนาฮินดู ก่อสร้างด้วยหินทรายสีขาว ประกอบด้วยกลุ่มโบราณสถาน 3 หลัง แต่ปัจจุบันเหลือให้เห็นเพียง 2 หลัง มีคูน้ำล้อมรอบเป็นรูปเกือบม้วน ทางเข้าอยู่ทางด้านทิศตะวันออกเฉียง ได้พบชิ้นส่วนหน้าบันที่แสดงถึงอิทธิพลวัฒนธรรม

เขมรแบบบาปวน ในราวพุทธศตวรรษที่ 16 ปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิ
มาย

โบราณสถานเมืองเสมา

อำเภอสูงเนิน จ.นครราชสีมา

โบราณสถานเมืองเสมา ตั้งอยู่ที่ตำบลเสมา ห่างจากนครราชสีมาประมาณ 37 กิโลเมตร จากตลาดอำเภอสูงเนิน เดินทางข้ามลำตะคอง และผ่านบ้านหินตั้งไปจนถึงเมืองเสมาเป็น ระยะทางประมาณ 4 กิโลเมตร แผนผังเมืองเสมาเป็นรูปไข่กว้าง 3 กิโลเมตร ยาว 4 กิโลเมตร ปัจจุบันยังเห็นร่องรอยคูเมือง และกำแพงดินล้อมรอบเป็นบางส่วน เมืองนี้เป็นเมืองโบราณสมัย ทวารวดี ตั้งขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 12 และมีพัฒนาการสืบเนื่องมาถึงพุทธศตวรรษที่ 16-17 ภายใต้อิทธิพลของวัฒนธรรมขอมโบราณ บริเวณเมืองเสมามีซากโบราณสถาน ก่อด้วยศิลาแลง และหินทรายหลงเหลืออยู่ มีการขุดค้นพบโบราณวัตถุต่างๆ เป็นจำนวนมาก ที่ได้รับความสนใจ มากที่สุดคือ พระนอนหินทรายและธรรมจักรเก่าแก่ ซึ่งปัจจุบันอยู่ในบริเวณวัดธรรมจักรเสมาราม

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มหาวิรวงศ์

อำเภอเมือง จ.นครราชสีมา

พิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติ มหาวิรวงศ์ ตั้งอยู่ในบริเวณวัดสุทธจินดา ตรงข้ามศาลากลาง จังหวัด จัดแสดงศิลปวัตถุทั้งที่สมเด็จพระมหาวิรวงศ์ อดีตเจ้าอาวาสวัดสุทธจินดารวบรวมไว้ โบราณวัตถุที่กรมศิลปากรได้สำรวจขุดพบในเขตจังหวัดนครราชสีมา ตลอดจนจังหวัดใกล้เคียง และที่มีผู้บริจาค ส่วนใหญ่เป็นพระพุทธรูป มีทั้งพระศิลาสมัยขอม พระพุทธรูปสมัยอยุธยา พระพุทธรูปสัมฤทธิ์ เครื่องเคลือบดินเผา เครื่องใช้สมัยโบราณ ภาพไม้แกะสลัก เปิดให้เข้าชม ระหว่างเวลา 09.00-16.00 น. ในวันพุธถึงวันอาทิตย์ ปิดวันจันทร์ วันอังคารและวันหยุดนักขัต ฤกษ์ อัตราค่าเข้าชม ชาวไทย 5 บาท ชาวต่างประเทศ 10 บาท ติดต่อสอบถามรายละเอียด เพิ่มเติม โทร.0 4424 2958 หรือ www.thailandmuseum.com

ปราสาทนางรำ

อำเภอประทาย จ.นครราชสีมา

ปราสาท นางรำ ตั้งอยู่ที่บ้านนางรำ ตำบลนางรำ ไปตามทางหลวงหมายเลข 2 (นครราชสีมา-ขอนแก่น) ประมาณ 62 กิโลเมตร จนถึงแยกบ้านวัด เลี้ยวขวาเข้าทางหลวง หมายเลข 207 ไปประมาณ 22 กิโลเมตรถึงบ้านหน้าคา (หรือก่อนถึงตัวอำเภอประทาย 11 กิโลเมตร) จากนั้นเลี้ยวซ้ายทางเข้าวัดปราสาทนางรำอีก 4 กิโลเมตร ชื่อ ปราสาทนางรำ มาจากว่า เดิมเคยมีรูปนางรำ เป็นหินสีเขียวทำแบบเทวรูป อยู่ทางทิศตะวันตกของวิหารห่างไป 1.5 กิโลเมตร ปัจจุบันเหลือแต่ร่องรอยของเทวสถานและแท่นหิน ปราสาทนางรำเป็นโบราณสถาน สมัยขอมที่เรียกว่าเป็น อโรคยาศาล (โรงพยาบาล) สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 18 ในสมัย พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ประกอบด้วยกลุ่มโบราณสถาน 2 กลุ่มตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน กลุ่มปราสาทที่ สมบูรณ์กว่าหลังอื่น ประกอบด้วยปราสาทองค์กลาง มีมุขยื่นออกไปข้างหน้าหันหน้าไปทางทิศ

ตะวันออก ส่วนทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของปราสาท มีวิหารก่อด้วยศิลาแลงหันหน้าไปทางทิศตะวันตก มีกำแพงศิลาแลงล้อมรอบ ส่วนซุ้มโคปุระหรือประตูทางเข้าอยู่ทางด้านทิศตะวันออก มีแผนผังเป็นรูปกากบาท นอกกำแพงด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ มีสระน้ำขนาดเล็กก่อด้วยศิลาแลง ถัดจากปราสาทนางรำไปทางทิศใต้ มีปราสาทอีก 3 หลังเรียงกันในแนวเหนือ-ใต้ ซึ่งเหลือเพียงฐานและมีกรอบประตูและทับหลังหินทราย ตั้งแสดงอยู่ มีกำแพงศิลาแลงและคูน้ำรูปเกือกม้าล้อมรอบ

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิมาย

อำเภอพิมาย จ.นครราชสีมา

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิมาย ตั้งอยู่ในตัวอำเภอพิมาย บริเวณเชิงสะพานท่าสงกรานต์ ก่อนถึงปราสาทหินพิมายเล็กน้อย จากตัวเมืองนครราชสีมาเดินทางมาตามทางหลวงหมายเลข 2 (นครราชสีมา-ขอนแก่น) ระยะทาง 50 กิโลเมตรถึงทางแยกตลาดแคเลี้ยวขวาไปตามทางหลวง 206 อีก 10 กิโลเมตร หากใช้บริการรถโดยสารสามารถขึ้นรถได้ที่สถานีขนส่งแห่งที่ 2 ในตัวเมืองนครราชสีมา พิพิธภัณฑสถานแห่งนี้เป็นที่รวบรวมหลักฐานทาง โบราณคดี และจัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับความเจริญรุ่งเรือง ของวัฒนธรรมอีสานในอดีต โดยเฉพาะโบราณวัตถุศิลปวัตถุที่ค้นพบในเขตอีสานตอนล่าง แบ่งการจัดแสดงออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 อาคารจัดแสดงชั้นบน จัดแสดงเรื่องพัฒนาการของสังคมในดินแดนอีสานตอนล่าง แสดงถึงรากฐานการกำเนิด อารยธรรมซึ่งมีมา จากความเชื่อต่าง ๆ ตลอดจนอิทธิพลวัฒนธรรมภายนอก ที่เข้ามามีบทบาทตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงปัจจุบัน ส่วนที่ 2 อาคารชั้นล่าง จัดแสดงโบราณวัตถุศิลปะเขมรในอีสานตอนล่าง ส่วนที่ 3 อาคารโถง จัดแสดงโบราณวัตถุซึ่งเป็นส่วนประกอบสถาปัตยกรรมหินทราย เช่น ทับหลัง เสาประดับกรอบประตู กลีบขนุน บัวยอดปราสาท และปราสาทจำลอง นอกจากนี้ บริเวณรอบอาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย ยังได้จัดแสดงใบเสมาและทับหลังที่สวยงามอีกด้วย พิพิธภัณฑสถานแห่งนี้เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00-16.00 น. ค่าเข้าชม ชาวไทย 10 บาท ชาวต่างประเทศ 30 บาท ติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่ โทร. 0 447 1167

แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท

อำเภอโนนสูง จ.นครราชสีมา

แหล่ง โบราณคดีบ้านปราสาท ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 บ้านปราสาทใต้ ตำบลธารปราสาท จากตัวเมืองใช้ทางหลวงหมายเลข 2 (นครราชสีมา-ขอนแก่น ถึงกิโลเมตรที่ 44 มีทางแยกซ้ายเข้าไปอีก 1 กิโลเมตร หากเดินทางโดยรถประจำทางจากกรุงเทพฯหรือนครราชสีมา ให้นั่งรถสายที่จะไปขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย หรือ กาฬสินธุ์ ลงรถที่กม.44 แล้วต่อรถจักรยานยนต์รับจ้างจากปากทางเข้าหมู่บ้าน บ้านปราสาทนับเป็นแหล่งโบราณคดีแห่งที่สอง ต่อจากบ้านเชียง ที่ได้จัดทำในลักษณะพิพิธภัณฑสถานกลางแจ้ง จากหลักฐานที่ค้นพบสันนิษฐานว่า มีชุมชนอาศัยอยู่ในบริเวณนี้มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ จนถึงสมัยประวัติศาสตร์ มีหลักฐานของกลุ่มวัฒนธรรมแบบทวารวดีและแบบเขมรโบราณ ช่วงระหว่าง 1,500-3,000 ปีมาแล้ว หลุมขุดค้นที่ตกแต่งและเปิดให้

ชม มีทั้งหมด 3 แห่ง คือ หลุมขุดค้นที่ 1 มีโครงกระดูกฝังอยู่ในชั้นดินแต่ละสมัย แต่ละยุคมีลักษณะการฝังที่ต่างกันไป ยุค 3,000 ปี อยู่ในชั้นดินระดับล่างสุดลึก 5.5 เมตร โครงกระดูกจะหันหัวไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ยุค 2,500 ปี หันหัวไปทางทิศตะวันออก ยุค 2,000 ปีหันหัวไปทางทิศใต้ แต่คติในการฝังจะคล้ายกันคือจะนำเครื่องประดับ เช่น กำไลเปลือกหอย ลูกปัดแหวนสำริด กำไลสำริด เครื่องประดับศีรษะทำด้วยสำริดและภาชนะของผู้ตายฝังรวมไปด้วยกับผู้ตาย ในช่วงสามระยะแรกนี้เป็นภาชนะดินเผาเคลือบน้ำดินสีแดง แบบลายเชือกทาบ ลักษณะหลักของภาชนะเป็นแบบคอแคบปากบาน แต่บางใบมีทรงสูงเหมือนคนโท บางชิ้นมีลักษณะเป็นทรงกลมสั้น ต่อมาในยุค 1,500 ปี นั้นลักษณะภาชนะจะเปลี่ยนเป็นแบบพินายดำ คือ มีสีดำ ผิวขัดมัน เนื้อหยาบบาง หลุมขุดค้นที่ 2 ในดินชั้นบนพบร่องรอยของศาสนสถานในพุทธศตวรรษที่ 13-16 เรียกกันว่า “คูธารปราสาท” และพบเศียรพระพุทธรูปในสมัยเดียวกัน ศิลปะทวารวดีแบบท้องถิ่น นอกจากนี้ยังพบรูปปั้นดินเผาผู้หญิงครึ่งตัว เอามือกุมท้องลักษณะคล้ายตั้งครรภ์ และชิ้นส่วนลายปูนปั้นประดับปราสาท หลุมขุดค้นที่ 3 พบโครงกระดูกในชั้นดินที่ 5.5 เมตร เป็นผู้หญิงทั้งหมด เป็นที่น่าสังเกตว่ากระดูกทุกโครงในหลุมนี้ไม่มีศีรษะ และภาชนะนั้นถูกทุบให้แตกก่อนที่จะนำลงไปฝังด้วยกัน นักโบราณคดีสันนิษฐานว่าเป็นโครงกระดูกของผู้หญิง ที่ถูกประหารชีวิตและนำศีรษะไปแห่งประจาน และได้พบส่วนกะโหลกอยู่รวมกันในอีกที่หนึ่ง ซึ่งห่างจากจุดเดิมเพียง 500 เมตร ชาวบ้านปราสาทจะร่วมกันทำบุญอุทิศส่วนกุศลในวันที่ 21 เมษายน ของทุกปี

อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย

อำเภอพิมาย จ.นครราชสีมา

อุทยาน ประวัติศาสตร์พิมาย ตั้งอยู่ในตัวอำเภอพิมาย ประกอบด้วยโบราณสถานสมัยขอม ที่ใหญ่โตและงดงามอลังการนั้นคือ “ปราสาทหินพิมาย” แหล่งโบราณคดีที่ทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ บนพื้นที่ 115 ไร่ วางแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้าง 565 เมตร ยาว 1,030 เมตรชื่อ “พิมาย” น่าจะมาจากคำว่า “วิมาย” หรือ “วิมายปุระ” ที่ปรากฏในจารึกภาษาเขมร บนแผ่นหินตรงกรอบประตูระเบียงคดด้านหน้า ของปราสาทหินพิมาย และยังปรากฏชื่อในจารึกอื่นอีกหลายแห่ง อาจจะเป็นคำที่ใช้เรียกรูปเคารพหรือศาสนสถาน สิ่งที่เป็นลักษณะพิเศษของปราสาทหินพิมาย คือ ปราสาทหินแห่งนี้สร้างหันหน้าไปทางทิศใต้ ต่างจากปราสาทหินอื่นที่มักหันหน้าไปทางทิศตะวันออก สันนิษฐานว่าเพื่อให้หันรับกับเส้นทาง ที่ตัดมาจากเมืองโยธธปุระ เมืองหลวงของอาณาจักรเขมร ซึ่งเข้าสู่เมืองพิมายทางด้านทิศใต้ จากหลักฐานศิลาจารึกและศิลปะการก่อสร้าง บ่งบอกว่าปราสาทหินพิมาย คงจะเริ่มสร้างขึ้นในราวปลายพุทธศตวรรษที่ 16 ในสมัยพระเจ้าสุริยวรมันที่ 1 รูปแบบทางศิลปกรรมของตัวปราสาทเป็นแบบปาปวน ซึ่งเป็นศิลปะที่รุ่งเรืองในสมัยนั้น โดยมีลักษณะของศิลปะแบบนครวัด ซึ่งเป็นที่นิยมในสมัยต่อมาปอนอยู่บ้าง และมาต่อเติมอีกครั้งในราวต้นพุทธศตวรรษที่ 18 สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ซึ่งครั้งนั้นเมืองพิมายเป็นเมืองซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับอาณาจักรเขมร ปราสาทหินแห่งนี้สร้างเป็นศาสนสถานในพุทธศาสนา ลัทธิมหายานมาโดยตลอด เนื่องจากพระเจ้าสุริยวรมันที่ 1 และพระเจ้าชัยวรมันที่ 7

ทรงนับถือพุทธศาสนา ลัทธิมหายาน ปราสาทหินพิมายมีสิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจดังนี้ สะพานนาคราช เมื่อเข้าไปเยี่ยมชมปราสาทหินพิมายจะผ่านส่วนนี้เป็นส่วนแรก จะเห็นสะพานนาคราชและ ประติมากรรมรูปสิงห์ ตั้งอยู่ด้านหน้าของซุ้มประตูด้านทิศใต้ของปราสาทประธาน ซึ่งเป็นส่วนหน้าของปราสาท ทั้งนี้อาจมีจุดมุ่งหมายในการสร้างให้เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงการเชื่อมต่อ ระหว่างโลกมนุษย์กับโลกสวรรค์ ตามคติความเชื่อในเรื่องจักรวาลทั้งในศาสนาฮินดูและศาสนาพุทธ มีลักษณะเป็นรูปกากบาท ยกพื้นขึ้นสูงจากพื้นดินประมาณ 2.50 เมตร ราวสะพานโดยรอบทำเป็น ลำตัวพญานาค ซुकอแม่พังพานเป็นนาคเจ็ดเศียร มีลำตัวติดกันเป็นแผ่น หันหน้าออกไปยังเชิงบันไดทั้งสี่ทิศ ซุ้มประตูและกำแพงชั้นนอกของ ปราสาท ถัดจากสะพานนาคราชเข้ามาเป็นซุ้มประตูหรือที่เรียกว่า โคปุระ ของกำแพงปราสาทด้านทิศใต้ ก่อด้วยหินทราย มีผังเป็นรูปกากบาท และมีซุ้มประตูลักษณะเดียวกันนี้อีก 3 ทิศ คือ ทิศเหนือ ทิศตะวันออก และทิศตะวันตก โดยมี แนวกำแพงสร้างเชื่อมต่อระหว่างกันเป็นผังรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ยาวจากเหนือถึงใต้ 277.50 เมตร และกว้างจากตะวันออกไปตะวันตก 220 เมตร ซุ้มประตูด้านทิศตะวันตกมีทับหลังชั้นหนึ่งสลักเป็นรูปชบวนแห่พระพุทธรูปนาคปรกที่ประดิษฐานอยู่เหนือคานหาม ซุ้มประตูและกำแพงชั้นใน (ระเบียงคด) เมื่อผ่านจากซุ้มประตูและกำแพงชั้นนอกไปแล้ว ก็จะถึงซุ้มประตูและกำแพงชั้นใน ซึ่งล้อมรอบปราสาทประธาน กำแพงชั้นในของปราสาทแตกต่างจากกำแพงชั้นนอก คือ ก่อเป็นห้องยาวต่อเนื่องกันคล้ายเป็นทางเดิน มีหลังคาคลุม อันเป็นลักษณะที่เรียกว่า ระเบียงคด มีผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ความยาวจากเหนือถึงใต้ 80 เมตร และความกว้างจากตะวันออกถึงตะวันตก 72 เมตร มีทางเดินกว้าง 2.35 เมตร เดินทะลุกันได้ตลอดทั้งสี่ด้าน หลังคามุงด้วยแผ่นหิน การบูรณะ ระเบียงคดเมื่อปีพ.ศ 2532 ได้พบแผ่นทองคูลายรูปดอกบัว 8 กลีบ บรรจุไว้ในช่องบนพื้นหินของซุ้มประตูระเบียงคดเกือบจะทุกด้าน แผ่นทองเหล่านี้คงไว้เพื่อความเป็นสิริมงคล เหมือนที่พบในปราสาทอื่นอีกหลายแห่ง ปราสาทประธาน ตั้งอยู่กลางลานภายในระเบียงคด เป็นศูนย์กลางของศาสนสถานแห่งนี้ ปราสาทประธานสร้างด้วยหินทรายสีขาวทั้งองค์ ต่างจากซุ้มประตู(โคปุระ) และกำแพงชั้นในและชั้นนอกที่สร้างด้วยหินทรายสีแดง เป็นหลักมีหินทรายสีขาวเป็นส่วนประกอบบางส่วน เนื่องจากหินทรายสีขาวมีคุณสมบัติคงทนดีกว่าหินทรายสีแดง องค์ปราสาทสูง 28 เมตร ฐานสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุมไม้สิบสองยาวด้านละ 22 เมตร ด้านหน้ามีมณฑปเชื่อมต่อกับองค์ปราสาทโดยมีฉนวนกัน องค์ปราสาทและมณฑปตั้งอยู่บนฐานเดียวกัน ส่วนด้านอื่น ๆ อีกสามด้านมีมุขยื่นออกไปมีบันไดและประตูขึ้นลงสู่องค์ปราสาททั้งสี่ด้าน ปราสาทพรหมทัต ตั้งอยู่ด้านหน้าปราสาทประธานเยื้องไปทางซ้ายสร้างด้วยศิลาแลง มีฐานเป็นรูปสี่เหลี่ยมย่อมุม กว้าง 14.50 สูงประมาณ 15 เมตร สร้างในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ภายในปราสาทพบประติมากรรมหินทรายจำหลัก เป็นรูปประติมากรรมฉลององค์ของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 (จำลอง) ที่เรียกว่า ปราสาทพรหมทัต ก็เพื่อให้เข้ากับตำนานพื้นเมืองเรื่องท้าวพรหมทัตพระเจ้าแผ่นดิน ปัจจุบันกรมศิลปากรได้เก็บรักษาองค์จริง ไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย ปราสาทหินแดง ตั้ง อยู่ทางด้านขวา สร้างด้วยหินทรายสีแดง กว้าง 11.40 เมตร สูง 15 เมตร มีมุขยื่นออกไปเป็นทางเข้าทั้ง

4 ทิศ เหนือกรอบประตูทางเข้าด้านทิศเหนือมีทับหลัง สลักเป็นภาพเล่าเรื่องในมหากาพย์ภารตะ ตอนกรณะสำหุปา ออกจากกระเบื้องคด (กำแพงชั้นใน) มาบริเวณลานชั้นนอกทางด้านทิศ ตะวันตก ล้อมรอบด้วยกำแพงชั้นนอกอีกชั้นหนึ่ง ประกอบด้วยอาคารที่เรียกว่า บรรณาลัย มีสอง หลังตั้งอยู่คู่กันและมีสระน้ำอยู่ทั้งสี่มุม อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 07.30-18.00 น. ค่าเข้าชม ชาวไทยคนละ 10 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 40 บาท มีบริการยว มัคคุเทศก์ซึ่งเป็นนักเรียนจากโรงเรียนพิมายวิทยานำชมสถานที่ฟรี สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ได้ที่โทร. 0 447 1568 โบราณสถานนอกกำแพงปราสาทหินพิมาย มีสิ่งที่น่าสนใจดังนี้ ประตู เมืองและกำแพงเมืองพิมาย สร้างในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 บรรดาประตูเมืองทั้ง 4 ทิศ ประตูชัยด้านทิศใต้ นับเป็นประตูเมืองที่สำคัญที่สุด เพราะรับกับถนนโบราณที่ตัดผ่านมาจากเมือง พระนครเข้าสู่ตัวปราสาทพิมาย หากหยุดยืนที่ช่องประตูเมืองด้านทิศใต้ จะมองเห็นปราสาทหินพิมาย ผ่านช่องประตูเมืองพอดี ลักษณะประตูเมืองมีแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีทางผ่านตลอด กลางประตู ส่วนของหลังคาได้หักพังไปหมดแล้ว เมรุพรหมทัต อยู่นอกกำแพงปราสาทด้านทิศ ตะวันออกเฉียงใต้ เป็นซากโบราณสถานก่อด้วยอิฐ ปัจจุบันเป็นมูลดินทับถมจนเป็นรูปกลมสูง ประมาณ 30 เมตร เส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 59 เมตร ที่เรียกว่าเมรุพรหมทัตเพราะเชื่อว่าเป็นที่ถวายเพลิงพระศพท้าวพรหมทัตตามตำนานนั่นเอง แต่จากลักษณะการก่อสร้างเข้าใจว่า สร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลาย นอกจากนี้ยังมีโบราณสถานทางด้านทิศใต้ได้แก่ ทานางสระผม กุฎิฤๅษี และอโรคยาศาล

อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์

อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ตั้งอยู่ที่บ้านตาเป็ก อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ อยู่ห่างจากตัวเมืองบุรีรัมย์ ประมาณ 77 กิโลเมตร การเดินทางจากนางรอง ใช้ทางหลวงหมายเลข 24 ระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตร ถึงบ้านตะโก จากนั้นมีทางแยกขวามือเป็นถนนลาดยาง ไปจนถึงบ้านตาเป็กจะพบทางแยกซ้ายมือ ขึ้นสู่เขาพนมรุ้ง ระยะทาง 12 กิโลเมตรปราสาทหินพนมรุ้ง เป็นเทวสถานในศาสนาฮินดู ลัทธิไศวนิกาย มีอายุการก่อสร้างและใช้เป็นเทวสถานต่อเนื่องกัน มาหลายสมัย ตั้งแต่ประมาณพุทธศตวรรษที่ 15 ลงมาถึงพุทธศตวรรษที่ 17 จนถึงพุทธศตวรรษที่ 18 พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 แห่งอาณาจักรขอม หันมานับถือศาสนาพุทธ ศาสนาลัทธิมหายาน เทวสถานแห่งนี้ จึงคงได้รับการดัดแปลงเป็นพุทธศาสนาลัทธิมหายานในช่วงนั้น การเดินทางไปปราสาทหินพนมรุ้ง ในกรณีที่ท่านมิได้นำรถยนต์ไปเอง ต้องใช้บริการขนส่งจำกัด รถโดยสารประจำทางสายบุรีรัมย์ - นางรอง แล้วลงที่อำเภอนางรองจะมีรถสองแถวและ รถมอเตอร์ไซด์รับจ้างเหมาขึ้นปราสาทพนมรุ้ง หรือจะเหมารถ มอเตอร์ไซด์รับจ้างจากแยกบ้านตะโก ปราสาทหินพนมรุ้ง - ปราสาทเมืองต่ำก็ได้

ปราสาทหินเมืองต่ำ

อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ปราสาทหินเมืองต่ำ ตั้งอยู่ที่บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ อยู่ห่างจากตัวจังหวัดไปทาง ทิศใต้เป็นระยะทางประมาณ 64 กิโลเมตร กรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 52 ตอนที่ 75 ลงวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2478 และได้เข้ามาทำการบูรณะเมื่อ พ.ศ. 2531 แล้วเสร็จใน พ.ศ. 2539 ทำพิธีเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อ พ.ศ. 2540 โดยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จมาทรงเป็นประธานในพิธีเปิด ปราสาทเมืองต่ำเป็นกลุ่มปราสาทอิฐ 5 องค์ ตั้งอยู่บนศิลาแลงอันเดียวกัน การวางผังปราสาทเมืองต่ำ ค่อนข้างแตกต่างจากปราสาทแห่งอื่น ๆ ที่มีจำนวนองค์ปรangkเท่ากัน ซึ่งนิยมสร้างองค์ปรangkประธานไว้ ตรงกลาง ส่วนองค์ปรangkบริวารที่เหลืออีก 4 องค์ นั้นจะสร้างไว้ที่มุมของทิศทั้งสี่ เช่น ปราสาทศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น แต่ที่ปราสาทเมืองต่ำจะวางตำแหน่งของปรangkอิฐทั้ง 5 องค์ เป็น 2 แถวตามแนว ทิศเหนือใต้ แถวแรกจะมีองค์ปรangkจำนวน 3 องค์ ปรangkองค์กลางมีขนาดใหญ่กว่าปรangkอื่น ๆ

วนอุทยานเขากระโดง

นมัสการพระพุทธรูปใหญ่ ชมวิวนปากปล่องภูเขาไฟ

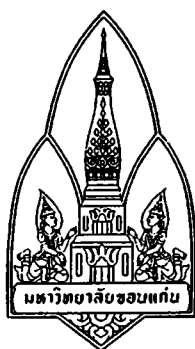
เขากระโดงเป็นภูเขาไฟที่ดับสนิทแล้ว ปากปล่องปะทุเห็นได้ชัดเจน รอบบริเวณแวดล้อมด้วยป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์ป่าขนาดเล็ก โดยเฉพาะนกนานาชนิดบนเขากระโดงยังมีโบราณสถานสมัยขอม รอยพระพุทธรูปจำลอง และพระพุทธรูปขนาดใหญ่เป็นที่เคารพสักการะ ของคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวนิยม ขึ้นไปชมทิวทัศน์ของตัวเมืองบุรีรัมย์ และไหว้พระเพื่อเป็นสิริมงคล

ปรangkกุ้สวนแดง

อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์

ตั้งอยู่ที่บ้านดงยาง ตำบลกุ้สวนแดง อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นปรangkอิฐเรียงกันตามแนวเหนือใต้จำนวน 3 หลัง บนฐานศิลาแลงเดียวกัน มีขนาด 31.76 x 25.40 เมตร หน้าไปทางทิศตะวันออก ปรangkองค์กลางเป็นปรangkประธาน และเป็นองค์เดียวที่มีมุขยื่นออกมาทางด้าน หน้า รับเสากรอบประตูซึ่งเป็นหิน ปรangkทั้ง 3 องค์ มีประตูเข้า - ออก ทางด้านทิศตะวันออก ส่วนอีก 3 ด้าน เป็นประตูหลอก ตามบันทึกของนายเอเดียน เอ็ดมอนด์ ลูเนต์ เดอ ลา จองกีแยร์ นักวิชาการชาวฝรั่งเศส ซึ่งมา ศึกษาศาสนาสนสถานแห่งนี้ เมื่อปี พ.ศ. 2450 มีสระน้ำโบราณ เป็นรูปสี่เหลี่ยม ขนาด 42 x 32 เมตร ล้อมรอบ ด้วยคันดิน อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้จากสถาปัตยกรรมและศิลปกรรม แสดงให้เห็นว่า ได้รับอิทธิพล ศิลปกรรมจากสมัยนครวัดของกัมพูชา ซึ่งมีอายุระหว่าง พ.ศ. 1642 - 1718 เป็นเทวดาในศาสนาฮินดู

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ:
กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์
คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเรื่องของการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ: กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ ของนักศึกษาระดับปริญญาโท วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งแบบสอบถามนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ: กรณีศึกษาโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อ โดยเลือกคำตอบที่ท่านพอใจมากที่สุดและมีประโยชน์ต่อท่านเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยข้อมูลจะถูกสรุปผลโดยภาพรวม

แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์

ส่วนที่ 4 ความต้องการและปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ

โปรด ✓ ใน () ให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือกรอกข้อมูลลงในคำตอบแต่ตอน ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดสละเวลาอันมีค่าของท่านตอบแบบสอบถาม
ขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวศรินยา จันทร์ประโคน

ชุดที่

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องวงเล็บ () หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 15 ปี () 2. 16 - 25 ปี () 3. 26 - 35 ปี
() 4. 36 - 45 ปี () 5. 46 - 60 ปี () 6. 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หม้าย/หย่า

4. วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุด

- () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
() 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () 4. อนุปริญญาตรี/ปวส.
() 5. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า () 6. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. พนักงานเอกชน
() 3. ข้าราชการ () 4. ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ
() 5. แม่บ้าน () 6. อื่น ๆ

6. รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

- () 1. ไม่เกิน 5,000 บาท () 2. 5,001-10,000 บาท
() 3. 10,001-15,000 บาท () 4. 15,001-20,000 บาท
() 5. 20,001-25,000 บาท () 6. 25,001-30,000 บาท
() 7. 30,001-35,000 บาท () 8. 35,001 บาท ขึ้นไป

7. ที่อยู่ปัจจุบัน จังหวัด.....

ส่วนที่ 2: ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องวงเล็บ () หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

8. ท่านเคยทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชมโบราณ โบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ จากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|-----------------------|--------------------------------|
| () 1. หนังสือพิมพ์ | () 2. เพื่อน |
| () 3. ญาติ | () 4. โทรทัศน์ |
| () 5. บริษัทนำเที่ยว | () 6. อินเทอร์เน็ต |
| () 7. แผ่นพับใบปลิว | () 8. ป้ายโฆษณา |
| () 9. วิทยุ | () 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

9. จุดประสงค์หลักในการเดินทาง

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| () 1. ท่องเที่ยว/พักผ่อน | () 2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน |
| () 3. ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ | () 4. ประชุม/สัมมนา |
| () 5. การศึกษา/การกีฬา | () 6. เป็นทางผ่านในการเดินทาง |
| () 7. อื่น ๆ ระบุ..... | |

10. ในการมาท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่ท่านมักจะมาในช่วงใด

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| () 1. วันธรรมดา | () 2. วันหยุดสุดสัปดาห์ |
| () 3. วันหยุดตามเทศกาล | () 4. วันหยุดพักร้อน |
| () 5. อื่น ๆ ระบุ..... | |

11. ท่านเดินทางมาเที่ยวครั้งนี้กับใคร

- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| () 1. คนเดียว | () 2. ครอบครัว/ญาติ |
| () 3. เพื่อน | () 4. บริษัทนำเที่ยว |
| () 5. อื่น ๆ ระบุ..... | |

12. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางครั้งนี้

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| () 1. รถยนต์ส่วนตัว | () 2. รถโดยสารประจำทาง |
| () 3. รถนำเที่ยว | () 4. เครื่องบิน |
| () 5. อื่น ๆ ระบุ..... | |

15. ในการมาเที่ยวครั้งนี้ท่านพักค้างคืนหรือไม่

- () 1. ค้าง () 2. ไม่ค้าง (ข้ามไปทำข้อ 16)

16. ท่านพักค้างคืนที่ใด

- () 1. บ้านญาติ/บ้านเพื่อน () 2. โรงแรม
() 3. รีสอร์ท () 4. บ้านรับรองของอุทยาน
() 5. อื่น ๆ ระบุ.....

17. จำนวนวันที่ท่านมาท่องเที่ยว.....วัน

18. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนเท่าใด

- () 1. ต่ำกว่า 1,000 บาท () 2. 1,001-2,000 บาท
() 3. 2,001-3,000 บาท () 4. 3,001-4,000 บาท
() 5. 4,001-5,000 บาท () 6. 5,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 3: ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว โบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมา (โปรดใส่เครื่องหมาย \surd ลงในช่องที่เป็นคำตอบของท่าน)

19. ปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมโบราณ โบราณสถานในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ของท่านในครั้งนี้มากน้อยเพียงใด (โปรดตอบทุกข้อ)

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยว					
- โบราณสถาน โบราณวัตถุ					
- ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต					
- ความเป็นมิตรไมตรี					
- แหล่งจำหน่ายของที่ระลึก					
- ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว					

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ					
- แผ่นพับ ใบปลิว					
- หนังสือพิมพ์					
- วิทยุ					
- โทรทัศน์					
- การบอกต่อจากคนใกล้ชิดรู้จัก					
- อินเทอร์เน็ต					
- ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์					
3.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว					
4.ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว					
5.การเตรียมความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว					
6.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างเดินทางท่องเที่ยว					
7.โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว					
- สภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
- ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์					
- สาธารณูปโภคอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ					
8.สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว					
- ความสะดวกสบายด้านที่พัก					
- ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน					
- ความสะดวกสบายด้านความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและบริการจากแหล่งท่องเที่ยว					



ส่วนที่ 4 ความต้องการและปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องวงเล็บ () หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

20. ท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวอีกหรือไม่

- () 1. กลับ () 2. ไม่กลับ

21. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านอยากจะทำกลับมาท่องเที่ยวอีก

- () 1. โบราณสถาน โบราณวัตถุ () 2. สภาพแวดล้อม
 () 3. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี () 4. การให้บริการ
 () 5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
 () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

22. สิ่งที่คุณต้องการพัฒนาปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

- () 1. ถนน () 2. ความสะอาด
 () 3. พาหนะเดินทาง () 4. ความปลอดภัย
 () 5. ที่พัก () 6. การอนุรักษ์ธรรมชาติ
 () 7. แหล่งท่องเที่ยว () 8. เอกสาร
 () 9. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ
 () 10. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

23. ข้อเสนอแนะ

- 1.....
 2.....
 3.....
 4.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

นางสาวศรินยา จันทรประโคน เกิดเมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2526 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจการเงิน จากคณะวิทยาเขตหนองคาย มหาวิทยาลัยขอนแก่น เมื่อปีการศึกษา 2549 เข้าศึกษาในระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เมื่อปี พ.ศ. 2550