

## รายงานการวิจัย

พฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ  
อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

นางสาวจิราพร ชำนาญ และคณะ

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2552

มิถุนายน พ.ศ. 2552

พฤติกรรมการณ์เลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ  
อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ผู้ร่วมวิจัย

นางสาวจันทร์เพ็ญ	จันทกา	รหัสนักศึกษา 4941001101
นางสาวจิราพร	ชาสันเทียะ	รหัสนักศึกษา 4941001102
นางสาวจุไรรัตน์	คำพุดกลาง	รหัสนักศึกษา 4941001104
นางสาวอรนุช	บอนขุนทด	รหัสนักศึกษา 4941001111
นายฉัตรชัย	เปี้ยกระโทก	รหัสนักศึกษา 4941001112
นายธีรพงษ์	สนธิพงศ์	รหัสนักศึกษา 4941001114
นายศรายุทธ	ศรีสุวรรณ	รหัสนักศึกษา 4941001117

โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2552

มิถุนายน พ.ศ. 2552

หัวข้อวิจัย	พฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
คณะผู้วิจัย	จันทร์เพ็ญ จันทกา, จิราพร ชาสันเทียะ, จุไรรัตน์ กำพุฒกลาง, อรนุช บอนขุนทด, นัทรชัย เบี้ยกระโทก, ชีรพงษ์ สนธิพงศ์, ศรายุทธ ศรีสุวรรณ
นักศึกษา	โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
อาจารย์ที่ปรึกษาผศ. ศศิธร นิธิปรีชา	

### บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา (2.) เพื่อศึกษาลักษณะของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา (3.) เพื่อศึกษาต้นทุนของการผลิตและผลตอบแทนจากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอโนนสูง ที่ได้ทำการขุดค้นมี 5 แห่ง คือ บ้านธารปราสาท, บ้านโนนวัด, บ้านหลุมข้าว, โนนเมืองเก่าและเนินอุโลก ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา โดยการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาใช้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและสถิติอ้างอิงใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows พร้อมทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ (1.) เป็นการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหลุมข้าวกับองค์การบริหารส่วนตำบลพลสงครามและผู้ใหญ่บ้านพร้อมลูกบ้าน (2.) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบ้านธารปราสาท จำนวน 200 ชุด เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสินค้าที่ระลึกจำหน่ายเพียงแหล่งเดียวของ อำเภอโนนสูง

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 35 ปี และเพศหญิงซื้อสินค้าที่ระลึกมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรีจะซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.5 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท ซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.5 สินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อมากที่สุดคือหมวกคิดเป็นร้อยละ 14 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาซื้อเพราะรูปแบบสวยสะดุดตา คิดเป็นร้อยละ 28.8 ต้นทุนเฉลี่ยราคาสินค้าที่ระลึกที่มีการจัด

จำหน่ายซึ่งเป็นสินค้า OTOP ที่ผลิตเอง ณ บ้านธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา มีต้นทุนเฉลี่ยรายการละ 83 บาท ต้นทุนเฉลี่ยราคาสินค้าที่ระลึกที่มีการจัดจำหน่ายซึ่งเป็นสินค้า OTOP ที่ส่วนใหญ่รับมาจาก อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา มีต้นทุนเฉลี่ยรายการละ 76 บาท รายได้สูงสุดในการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 200 บาทต่อวัน รายได้ต่ำสุดในการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 40 บาทต่อวัน รายได้เฉลี่ยในการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 100 บาทต่อวัน ช่วงระยะเวลาที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกได้มากที่สุด คือ ช่วงเทศกาลต่างๆ

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการเลือกชื่อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา นี้ได้รับทุนอุดหนุนจาก คณะวิทยาการจัดการของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประจำปีงบประมาณ 2551 ขอขอบคุณ คณะวิทยาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ที่ได้ให้โอกาสจัดสรรทุนอุดหนุนในการทำวิจัยและที่ได้ช่วยเหลืออำนวยความสะดวกในการทำวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ขอขอบคุณ ท่านอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผศ. ศิริพร หงษ์พันธ์ุ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา และเจ้าหน้าที่ทุกท่านของสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่ได้ให้โอกาสให้ความกระจ่างและชี้แนะแนวทางการทำให้การทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านอุปสรรคทุกประการไปได้

ขอขอบคุณนายชยาคมน์ ศรีเสมอ นักวิชาการศึกษาศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหลุมข้าว นายสุน กลิ่นโนนสูง เลขานายก , รองผู้ใหญ่บ้านบ้านหลุมข้าว นายสมหมาย คำเกิดกลาง ผู้ใหญ่บ้านบ้านโนนเมืองเก่า

ขอขอบคุณนางศิริพร โหม่งกลาง นักวิชาการศึกษาศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลพลสงคราม , นายมิตรชัย จงคล้ายกลาง ผู้ใหญ่บ้านหนองนาตุน , นางวอย แก้วกลาง ชาวบ้านโนนวัด อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ขอขอบคุณนายกิตติศักดิ์ เลากกลาง นักวิชาการศึกษาศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านปราสาท , นายเทียม ละอองกลาง ผู้ใหญ่บ้านปราสาท ,นางประนอม ละอองกลาง ภรรยาผู้ใหญ่บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ที่อนุเคราะห์อำนวยความสะดวกให้คณะวิจัยได้เข้าไปเก็บข้อมูล

ขอขอบคุณอาจารย์ศศิธร นิธิปรีชา ที่ช่วยแนะนำแนวทางและให้คำปรึกษาในการดำเนินการวิจัยตลอดจนการจัดทำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ต่างๆ รวมไปถึงให้คำแนะนำในการเก็บข้อมูลด้านการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมาโดยตลอดจนการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาที่อำนวยความสะดวกในการทำวิจัยจนการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้วิจัย

จิราพร ชาสันเทียะและคณะ

ตุลาคม 2552

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญ	ง
สารบัญรูปภาพ	จ
สารบัญตาราง	ซ
<b>บทที่1 บทนำ</b>	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย	1
1.2 ปัญหาวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
<b>บทที่2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	5
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัย	6
<b>บทที่3 วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	9
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	9
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	10
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	10
<b>บทที่4 ผลการศึกษา</b>	11
<b>บทที่5 บทสรุป</b>	
5.1 สรุปผลการวิจัย	54
5.2 อภิปรายผล	56
5.3 ข้อเสนอแนะ	57
<b>บรรณานุกรม</b>	59
<b>ภาคผนวก</b>	60
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	80

## สารบัญรูปลูกภาพ

รูป		หน้า
รูปที่ 1	แสดงเพศของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา	17
รูปที่ 2	แสดงอายุของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ	18
รูปที่ 3	แสดงระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวฯ	20
รูปที่ 4	แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ	20
รูปที่ 5	แสดงระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ	21
รูปที่ 6	แสดงสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ	22
รูปที่ 7	แสดงการนับถือศาสนาของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวฯ	23
รูปที่ 8	แสดงลักษณะกลุ่มเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวฯ	24
รูปที่ 9	แสดงจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยวฯ	25
รูปที่ 10	แสดงพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้มาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวฯ	26
รูปที่ 11	แสดงจำนวนครั้งที่มาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวฯ	27
รูปที่ 12	แสดงจุดหมายปลายทางในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวฯ	28
รูปที่ 13	แสดงจุดมุ่งหมายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวฯ	28
รูปที่ 14	แสดงระยะเวลาการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวฯ	29
รูปที่ 15	แสดงแหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ	30
รูปที่ 16	แสดงค่าใช้จ่ายสำหรับเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวฯ	31

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูป		หน้า
รูปที่ 17	แสดงการกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ	32
รูปที่ 18	แสดงสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด	33
รูปที่ 19	การซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ	34
รูปที่ 20	แสดงสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อ	35
รูปที่ 21	แสดงเหตุผลในการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว	36
รูปที่ 22	แสดงจุดประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว	37
รูปที่ 23	แสดงถึงนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อใคร	38
รูปที่ 24	แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามเพศ	39
รูปที่ 25	แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบจากการศึกษา	40
รูปที่ 26	แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบจากอาชีพ	41
รูปที่ 27	แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบจากรายได้	42
รูปที่ 28	แสดงเพศของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา	43
รูปที่ 29	แสดงอายุของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่ง ท่องเที่ยวฯ	43
รูปที่ 30	แสดงระดับการศึกษาของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่ง ท่องเที่ยวฯ	45
รูปที่ 31	แสดงอาชีพของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่ง ท่องเที่ยวฯ	45
รูปที่ 32	แสดงระดับรายได้ของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่ง ท่องเที่ยวฯ	46



## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูป		หน้า
รูปที่ 33	แสดงสถานภาพของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึก ในแหล่งท่องเที่ยวฯ	47
รูปที่ 34	แสดงการนับถือศาสนาของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึก ในแหล่งท่องเที่ยวฯ	48
รูปที่ 35	แสดงลักษณะการขายสินค้าที่ระลึกของผู้ประกอบการ ที่จัดจำหน่ายในแต่ละร้าน	49
รูปที่ 36	แสดงลักษณะการขายสินค้าที่ระลึกของผู้ประกอบการ จำนวนสินค้าที่ขายได้มากที่สุดในแต่ละร้าน	50
รูปที่ 37	แสดงรายได้สูงสุดต่อวันของผู้ประกอบการจากการจำหน่ายของที่ระลึก	51
รูปที่ 38	แสดงรายได้ต่ำสุดต่อวันของผู้ประกอบการจากการจำหน่ายของที่ระลึก	51
รูปที่ 39	แสดงรายได้เฉลี่ยต่อวันของผู้ประกอบการจากการจำหน่ายของที่ระลึก	52

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงเพศ อายุ ของนักท่องเที่ยว	17
ตารางที่ 2	แสดงการศึกษา อาชีพและรายได้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ อำเภอ โนนสูง จังหวัดนครราชสีมา	19
ตารางที่ 3	แสดงสถานภาพ และศาสนาของนักท่องเที่ยว	22
ตารางที่ 4	แสดงการใช้พาหนะของนักท่องเที่ยว	23
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยว	24
ตารางที่ 6	แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว	25
ตารางที่ 7	แสดงจำนวนครั้งที่มาเที่ยว	26
ตารางที่ 8	แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวและจุดมุ่งหมายการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว	27
ตารางที่ 9	แสดงระยะเวลาในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว	29
ตารางที่ 10	แสดงแหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยว	30
ตารางที่ 11	แสดงค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว	31
ตารางที่ 12	แสดงการกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว	31
ตารางที่ 13	แสดงสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด	32
ตารางที่ 14	แสดงการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว	33
ตารางที่ 15	แสดงสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อ	34
ตารางที่ 16	แสดงเหตุผลในการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว	36
ตารางที่ 17	แสดงจุดประสงค์ในการเลือกซื้อและซื้อสินค้าสำหรับใคร	37
ตารางที่ 18	แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบตามเพศ	38
ตารางที่ 19	แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบจากการศึกษา	39
ตารางที่ 20	แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบจากอาชีพ	40
ตารางที่ 21	แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบจากรายได้	41

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 22	แสดง เพศ อายุ ของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกใน แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา	42
ตารางที่ 23	แสดงการศึกษา อาชีพ และรายได้ ของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึก	44
ตารางที่ 24	แสดงสถานภาพและศาสนาของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึก	47
ตารางที่ 25	แสดงลักษณะการขายสินค้าที่ระลึกของผู้ประกอบการ ที่จัดจำหน่ายในแต่ละร้าน	48
ตารางที่ 26	แสดงลักษณะการขายสินค้าที่ระลึกของผู้ประกอบการ จำนวนสินค้าที่ขายได้มากที่สุดในแต่ละร้าน	49
ตารางที่ 27	แสดงรายได้สูงสุดต่อวัน รายได้ต่ำสุดต่อวัน และรายได้เฉลี่ยต่อวัน ของผู้ประกอบการจากการจำหน่ายของที่ระลึก	50
ตารางที่ 28	แสดงราคาสินค้าที่ระลึกที่จัดจำหน่ายที่สำคัญซึ่งเป็นสินค้า OTOP ที่ผลิตเอง ที่บ้านธารปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา	52

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

“กินของไทยใช้ของไทย เงินไม่รั่วไหลไปต่างประเทศ” คำขวัญดังกล่าวเป็นนโยบายของรัฐที่ต้องการณรงค์และสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนคนไทยได้ตระหนักถึงการท่องเที่ยวภายในประเทศ จากที่ผ่านมามคนไทยส่วนใหญ่มักนิยมไปเที่ยวต่างประเทศและซื้อสินค้าอย่างฟุ่มเฟือย ทำให้เงินรั่วไหลไปต่างประเทศ จากรายงานประจำปี (2543,ข) ระบุว่าในปี พ.ศ. 2543 มีคนไทยเดินทางออกนอกประเทศทั้งสิ้น 1.95 ล้านคน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 15 คน ดังที่กล่าวมา มีการใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนมากจึงมีคำขวัญนี้ขึ้นมาเพื่อรณรงค์ให้คนไทยเที่ยวในเมืองไทย กินของไทย ใช้ของไทย เพื่อให้เงินได้หมุนเวียนอยู่ภายในประเทศในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่ประเทศไทยประสบอยู่ เป็นการช่วยเหลือประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งคำขวัญนี้ก็สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2541)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศให้มีช่วงพำนักในประเทศไทยนานขึ้น และให้มีการบริการด้านแหล่งจำหน่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวรวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย และปลูกฝังจิตสำนึกในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความรักและห่วงใยในทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้กับคนไทย นอกจากนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ซึ่งประกาศใช้ระหว่างปี 2545-2549 ได้ประกาศยึดต่อจากแผนฉบับที่ 8 ในด้านวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักว่า “เพิ่มรายได้การท่องเที่ยวโดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 7-8 เปอร์เซ็นต์ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี” และได้กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวว่า “พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงทางอ้อมให้ได้มาตรฐานและเพียงพอ ส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์การชุมชนในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบวงจร รวมทั้งสนับสนุนให้มีการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและบริการในท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว” (คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2545) ในด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมาซึ่งได้ชื่อว่ามีแหล่งท่องเที่ยวมากแห่งหนึ่งของจังหวัด จึงมีประชาชนให้ความสนใจมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดนครราชสีมา พบว่ามีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน 2,863,561 คน , 4,967,023 คน และ 5,429,119 คน ในปี พ.ศ. 2547 , พ.ศ. 2549 และ พ.ศ. 2550 ตามลำดับ (สถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา , 2549-2550 ) จากสถิติดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเป็น โอกาสอันดีที่แหล่งท่องเที่ยวได้เพิ่มรายได้จากที่ชาวบ้านได้ขายของที่ระลึกและงานหัตถกรรม

## ให้นักท่องเที่ยว

จากการศึกษาเอกสารข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในเขต อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น สร้างโอกาสในการผลิต และจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในลักษณะต่างๆเพิ่มมากขึ้น ในช่วงเวลาที่ผ่านมาผู้ผลิตและผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ยังขาดประสบการณ์ทางการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างแท้จริง เช่นการออกแบบในด้าน รูปทรง สี วัสดุ และบรรจุภัณฑ์ ความเหมาะสมของราคาสินค้าจากต้นทุนที่เกิดขึ้น และการประชาสัมพันธ์สินค้าให้นักท่องเที่ยวรู้จักอย่างแพร่หลาย เพื่อที่จะทำให้สินค้าเป็นที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ปัญหาดังกล่าวเหล่านี้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาปัญหาความพร้อมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า อำเภอโนนสูง ยังขาดสินค้าที่ระลึกหรือหัตถกรรมพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งที่มีงานหัตถกรรมบางอย่างที่น่าส่งเสริมและพัฒนาได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ไม่มีข้อมูลพื้นฐานที่จะใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนให้สอดคล้องกับความสนใจของผู้บริโภค ซึ่งเปลี่ยนไปตามยุคตามสมัยและความนิยมจึงทำให้รายได้ที่ได้จากการขายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอโนนสูง ครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าของที่ระลึก และยังเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการผลิตต่อไป

### 1.2 ปัญหาวิจัย

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เป็นอย่างไร
2. ลักษณะของสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เป็นอย่างไร
3. ต้นทุนของการผลิตและผลตอบแทนจากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เป็นอย่างไร

### 1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาลักษณะของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาต้นทุนของการผลิตและผลตอบแทนจากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
2. ทำให้ทราบถึงลักษณะ ของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
3. ทำให้ทราบถึงต้นทุน ของการผลิตและผลตอบแทน จากการจำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
4. ทำให้ทราบถึงสถิติข้อมูลของผู้นำท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
5. ผู้ผลิตสินค้าที่ระลึก จะได้นำข้อมูลต่างๆ ไปพัฒนาปรับปรุงสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ ผู้นำขาย จะได้ข้อมูลจากงานวิจัย ทำให้สามารถเลือกหาสินค้าที่ระลึกที่มี คุณภาพมาจำหน่ายได้ตรงตามความสนใจของผู้ซื้อ
6. สถาบันการศึกษา ที่เปิดสอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบของที่ระลึก จะได้นำผลการวิจัยไปพัฒนา และจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับสภาพความจริงทางการตลาด
7. อำเภออื่นที่มีปัญหาใกล้เคียงกัน จะได้นำข้อมูล ไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาสินค้าที่ระลึกของตนทำให้เกิดการซื้อขายเพิ่มขึ้น
8. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมการพัฒนาชุมชน รวมทั้งองค์กรเอกชนที่ผลิตสินค้าที่ระลึก จะได้นำผลการวิจัยไปกำหนดนโยบายและส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอำเภอโนนสูง ให้สอดคล้องกับผลการวิจัย เช่น จัดฝึกอบรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ให้กว้างขวางและบังเกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของอำเภอ

#### 1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้จะทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ปัจจัยทางด้านสินค้า ต้นทุนของการผลิตและผลตอบแทนจากการจำหน่ายของที่ระลึก และข้อเสนอเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้าที่ระลึกในทัศนะของผู้ซื้อ ในสถานที่ท่องเที่ยวของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ประชากรที่ศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

พื้นที่วิจัย คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 5 แห่ง ดังนี้

(1) บ้านปราสาท ตั้งอยู่ที่หมู่ 7 บ้านปราสาทใต้ ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เป็นชุมชนสมัยก่อนประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ในเขตตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง บนเนินดินที่มีรูปร่างยาวรี มีลำธารปราสาทไหลผ่านทางตอน

เหนือ มีร่องน้ำเก่าโอบล้อม 1 ชั้น ก่อนการขุดค้นโดยกรมศิลปากรเมื่อปี พ.ศ. 2526-2527

(2) **บ้านหลุมข้าว** ตั้งอยู่ตำบลหลุมข้าว อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เป็นชุมชนสมัยก่อนประวัติศาสตร์เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา ลักษณะของบ้านหลุมข้าวเป็นหมู่บ้านตั้งบนเนินดินขนาดย่อม มีลำธารปราสาทไหลผ่านทางตอนเหนือ การขุดค้นที่บ้านหลุมข้าวระหว่าง พ.ศ. 2538-2539

(3) **โนนเมืองเก่า** อยู่ในเขตบ้านคงพลอง ตำบลหลุมข้าว อำเภอโนนสูงปัจจุบันเป็นเนินดินร้างครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 330 ไร่ มีร่องน้ำเก่าโอบล้อม 2 ชั้น กรมศิลปากร และมหาวิทยาลัยโอทาโก ประเทศนิวซีแลนด์ ดำเนินการขุดค้น 1 หลุม เมื่อปี พ.ศ. 2538-2540

(4) **เนินอุโลก** อยู่ในเขตของบ้านหนองนาดูน ตำบลพลสงคราม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในเขตบ้านหนองนาดูน ตำบลพลสงคราม อำเภอโนนสูง เป็นเนินดินที่ตั้งอยู่กลางทุ่งนา มีแนวร่องน้ำเก่าล้อมรอบอยู่ราว 5 ชั้น กรมศิลปากรขุดค้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2539

(5) **แหล่งโบราณคดีโนนวัด** อยู่ในเขตหมู่ 11 ตำบลพลสงคราม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ตัวหมู่บ้านตั้งอยู่บนเนินดิน แหล่งโบราณคดีมีคูน้ำล้อมรอบ 3 ชั้น การขุดค้นทางโบราณคดีที่บ้านโนนวัด เป็นโครงการความร่วมมือของกรมศิลปากรและมหาวิทยาลัยโอทาโก ประเทศนิวซีแลนด์ดำเนินการขุดค้นระหว่างปี พ.ศ. 2545-2547 พบหลักฐานทางโบราณคดี ในชั้นดินล่างสุดเป็นสมัยแรกที่เข้ามาอยู่อาศัยในแต่ละบริเวณไม่พร้อมกัน โดยบริเวณหลุมขุดค้นที่เก่าแก่ที่สุด เริ่มตั้งแต่รกรากสมัยหินใหม่ หลุมขุดค้นที่สอง มีอายุสมัยหินใหม่ตอนปลาย ตำริดตอนต้น และหลุมที่สามเป็นอายุสมัยสำริดตอนต้น ยุคเหล็ก (ศศิธร นิธิปริษา : 2547)

## 1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขต อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
2. พฤติกรรมการเลือกซื้อ หมายถึง การแสดงออก การกระทำหรือการปฏิบัติในสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วมีผลให้ปรากฏออกมา ซึ่งในที่นี้ได้แก่ การเลือกซื้อหรือการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึก
3. สินค้าที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่มีการซื้อขายกันเพื่อเป็นเครื่องหมายแสดงถึงความนึกถึง คิดถึง หรือเคยมา หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น และวางขายอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขต อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีการสื่อสารสะท้อน ความเป็นมาของสังคม วัฒนธรรม และ โบราณคดีทางประวัติศาสตร์ของชุมชนท้องถิ่นในเขต อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5 แหล่ง คือ บ้านปราสาท, บ้านหลุมข้าว, โนนเมืองเก่า, เนินอุโลก และแหล่งโบราณคดีบ้านโนนวัด

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

##### ทฤษฎีอุปสงค์

**อุปสงค์ (Demand)** จะมีความหมายแตกต่างกับคำว่า ความต้องการ (want) ที่ใช้กันอยู่ทั่วไป อุปสงค์ที่บุคคลมีต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง จะหมายถึงจำนวนสินค้านั้นๆที่บุคคลนั้นทำการซื้อ ณ ระดับราคาที่เป็นอยู่ในช่วงเวลาหนึ่งๆซึ่งอาจจะเป็น 1 วัน 1 สัปดาห์ หรือ 1 เดือน มิใช่เพียงแต่ความปรารถนาที่จะซื้อเท่านั้น ดังนั้น อุปสงค์จึงมีความหมายถึงความเต็มใจที่จะซื้อ (willingness) ร่วมกับความสามารที่จะซื้อ (ability) พร้อมๆกันไป การมีความปรารถนาที่จะซื้อสิ่งนั้นโดยปราศจากอำนาจซื้อหนุนหลังในความหมายทางเศรษฐศาสตร์จะเป็นแค่ want มิใช่ demand อย่งไรก็ตามความต้องการซื้อที่ปราศจากกำลังเงินหนุนหลัง หรือกำลังเงินที่ยังไม่มีความปรารถนาที่จะซื้อสินค้านั้นๆก็มีโอกาสเปลี่ยนมาเป็นอุปสงค์ในความหมายข้างต้นได้ เมื่อระยะเวลาผ่านไปในบางครั้งจึงมีการแยกเรียกความพร้อมทั้งความต้องการและกำลังซื้อว่า effective demand และเรียกความต้องการที่ขาดกำลังซื้อ หรือมีกำลังซื้อแต่ยังขาดความต้องการว่า potential demand การศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง จะมีปัจจัยต่างๆเข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย เมื่อก้าวถึงฟังก์ชันอุปสงค์จึงหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับปัจจัยต่างๆทุกตัวที่มีส่วนในการกำหนดปริมาณการเสนอซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยที่ผลกระทบต่ออุปสงค์สามารถแบ่งได้หลายแบบ เช่น ปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ และปัจจัยอื่นๆที่ไม่ใช่ทางเศรษฐศาสตร์

##### ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์

ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์มีผลกระทบต่ออุปสงค์ คือ รายได้ของผู้บริโภคและราคาสินค้าประเภทอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่สำคัญต่อการซื้อขายสินค้า เพราะสะท้อนให้เห็นถึงกำลังซื้อของผู้บริโภค ถ้าไม่มีรายได้ ผู้บริโภคก็จะไม่สามารถซื้อสินค้าได้ในระบบตลาด ในกรณีที่ผู้บริโภครายได้สูงขึ้น อุปสงค์ต่อสินค้าประเภทหนึ่งของเขาจะเพิ่มขึ้น ถ้าผู้บริโภคนั้นพิจารณาว่าสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ โดยเขาจะซื้อสินค้านี้ในปริมาณที่สูงขึ้นทุกๆระดับราคา เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณที่ซื้อก่อนที่จะมีรายได้เพิ่ม เราเรียกสินค้านี้ว่าสินค้าปกติ (normal goods)

ในกรณีที่ผู้บริโภคนั้นพิจารณาว่าสินค้าที่กล่าวถึงบริโภคเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods) ซึ่งก่อนที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้น เขามีความจำเป็นต้องซื้อสินค้าบริโภคในปริมาณระดับหนึ่ง เนื่องจากไม่มีกำลังซื้อสินค้าอื่นที่มีคุณภาพสูงกว่า แต่มีรายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ต่อสินค้าด้อยคุณภาพเหล่านี้ก็จะลดลง เพราะผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนไปซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า ยกตัวอย่างเช่น ผู้ที่มี



รายได้ต่ำจะลดปริมาณการบริโภคข้าวที่มีคุณภาพต่ำ โดยเปลี่ยนไปบริโภคข้าวที่มีคุณภาพสูงกว่า เมื่อเขามีรายได้สูงขึ้น

ราคาอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงในราคาของสินค้าอื่นต่อสินค้าที่กำลังพิจารณา ขึ้นอยู่กับในกับสายตาของผู้บริโภคเหล่านี้เป็นสินค้าที่ต้องใช้ร่วมกัน (Substitute) ในกรณีที่สินค้าอื่นสามารถใช้ทดแทนสินค้าที่กำลังพิจารณาได้ เช่น ถ้าเนื้อไก่ใช้แทนเนื้อหมูได้ เมื่อไก่มีราคาสูงขึ้น (ลดลง) ก็จะมีผลกระทบต่อปริมาณบริโภคเนื้อหมู โดยการเพิ่ม (ลด) อุปสงค์ต่อเนื้อหมู

ในกรณีสินค้าที่กำลังพิจารณาเป็นสินค้าที่ใช้ร่วมกับสินค้าอื่น เช่น ไม้เทนนิสและลูกเทนนิส ถ้าไม้เทนนิสมีราคาสูงขึ้น (ลดลง) ก็จะมีผลกระทบต่อการใช้ลูกเทนนิส โดยทำให้อุปสงค์ต่อลูกเทนนิสลดลง (เพิ่มขึ้น) ก็จะซื้อลูกเทนนิสน้อยลง (เพิ่มขึ้น) ด้วย ซึ่งตรงกันข้ามกับกรณีของกลุ่มสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้

### ปัจจัยทางด้านอื่นๆที่ไม่ใช่ทางด้านเศรษฐศาสตร์

ปัจจัยที่ไม่ใช่ทางเศรษฐศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนซื้อสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคปรารถนาจะซื้อ ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการซื้อเล็กน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคน ได้แก่ ความคิดเห็น, ความเชื่อ

- ปัจจัยทางด้านประชากร ได้แก่ เพศ, อายุ, จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ฯลฯ
- ปัจจัยทางด้านสังคม ได้แก่ อาชีพ, ระดับการศึกษา, ศาสนา ฯลฯ

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัย

อรณี บุญมีนิมิต (2540) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ประชากรจำนวน 400 คน ผลของการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-35 ปี ส่วนใหญ่เป็น นักเรียน นักศึกษา มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง มีรายได้ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ต่อเดือน ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่แล้วมากกว่า 5 ครั้ง มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่ระลึกร้อยละ 75.75 ประเภทของสินค้าที่ระลึก ได้แก่ สินค้าประเภทสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์จากไม้ เครื่องเงินและเครื่องประดับเงินตามลำดับ โดยใช้เงินเพื่อการซื้อสินค้าที่ระลึกระหว่าง 500-1,000 บาท โดยรู้จักสินค้าที่ระลึกจากคำบอกเล่าของเพื่อนญาติ และจากการเคยได้รับเป็นของฝาก มีสิ่งจูงใจในการซื้อสินค้าที่ระลึกเนื่องจากเป็นสินค้าพื้นเมืองและเป็นวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อเป็นของฝาก โดยทำการซื้อสินค้าจากร้านค้าศูนย์รวมของฝากของจังหวัด จากการศึกษพบว่าเพศและอายุเป็นปัจจัยที่มีผลต่อประเภทของสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อ อาชีพและรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าที่ระลึก ปัจจัยที่มีผล

ต่อสิ่งจูงใจในการซื้อสินค้าที่ระลึก ของนักท่องเที่ยวคืออายุและอาชีพ ปัจจัยที่มีผลต่อสถานที่ซื้อสินค้าที่ระลึกคืออายุ

**นันทิยา ตันตราสืบ (2545)** ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวไทยจากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลประชากรจำนวน 265 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาเป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุดโดยเน้นในเรื่องความรู้สึกปลอดภัย รองลงมาเป็นปัจจัยส่วนบุคคลคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค ส่วนปัจจัยทางด้านสังคมมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าน้อยที่สุด โดยกลุ่มเพื่อนร่วมงานเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลมากกว่าบุคคลอื่น ปัจจัยด้านตลาด ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้ามากที่สุด รองลงมาเป็นคือปัจจัยด้านการส่งเสริมตลาดในเรื่องของการจัดแสดงสินค้าตัวอย่างในร้านที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้ามากกว่าด้านอื่น ในด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของสินค้ามากที่สุด และปัจจัยด้านการช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความเห็นในเรื่องของการจัดสินค้าภายในร้านเป็นหมวดหมู่มีผลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกมากกว่าด้านอื่น

**วนิดา แก้วเนตร (2545)** ได้ศึกษาปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลประชากรจำนวน 384 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึก ตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจในรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านของภาคเหนือมากกว่าราคาสินค้า และพบว่าพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านนั้น ส่วนใหญ่เดินทางเพื่อเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากเป็นสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านนำไปใช้ส่วนตัวมากกว่าการนำไปใช้เป็นของฝาก

**วิบูล จันทรย์แย้ม (2545)** ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัดลพบุรี โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ประชากรจำนวน 352 คน ผลการศึกษาพบว่า เพศหญิงซื้อสินค้าที่ระลึกมากกว่าเพศชาย ผู้ซื้อมีอายุเฉลี่ย 32 ปี วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อตนเองและฝากผู้อื่นมากกว่าวัตถุประสงค์อื่นๆพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกมีความแตกต่างกัน โดยซื้อ ส้มฝัก เพราะเห็นว่าเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง ซื้อปลาสาม หมูสาม ไช้เค็มดินสอพอง และวุ้นน้ำมะพร้าว เพราะมีความพอใจกับขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ เลือกซื้อผ้าพื้นเมืองและผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นเมือง เพราะสีและลวดลายสวยงาม ดินสอพองซื้อเพราะเห็นว่าเป็นวัตถุธรรมชาติ ส่วนเครื่องจักสาน เครื่องทองเหลือง พระปรางค์สามยอดจำลองและลิงจำลองซื้อเพราะมีรูปทรงสวยงาม เปรียบเทียบพฤติกรรม

การเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของแต่ละวัย พบว่าวัยรุ่นและวัยหนุ่มสาวเลือกซื้อสัมผัเพราะสินค้ามีชื่อเสียง วัยผู้ใหญ่ซื้อเพราะสินค้านั้นมีขนาดพอเหมาะ ไข่เค็มดินสอพองผู้ซื้อทุกวัยเลือกซื้อเพราะสินค้านั้นมีขนาดพอเหมาะ ผ้าพื้นเมืองและผลิตภัณฑ์จากพื้นเมืองพบว่าส่วนใหญ่ซื้อเพราะสินค้านั้นมีรูปทรงสวยงาม ดินสอพองผู้ซื้อทุกวัยเลือกซื้อเพราะเป็นวัฒนธรรมชาติ เครื่องทองเหลืองผู้ซื้อทุกวัยเลือกซื้อเพราะสินค้านั้นมีรูปทรงสวยงาม พระปรางค์สามยอดจำลองและลิงจำลองผู้ซื้อทุกวัยเลือกซื้อเพราะสินค้านั้นมีรูปทรงสวยงาม

ศศิธร นิธิปรีชา (2547) ได้ศึกษาเรื่องบ้านปราสาทกับการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนโดยการสัมภาษณ์หัวหน้าครัวเรือน หมู่ที่ 7,17 จำนวน 100 ครัวเรือน จากจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 261 ครัวเรือน ผลการศึกษาพบว่า ครัวเรือนร้อยละ 75 มีการเข้าร่วมกิจกรรม โดยกิจกรรมที่ครัวเรือนส่วนใหญ่เข้าร่วมคือ พัฒนาทำความสะอาดหมู่บ้านร้อยละ 71 รองลงมาก็คือ กิจกรรมโฮมสเตย์ในหมู่บ้าน ร้อยละ 27 กิจกรรมร้านค้าของที่ระลึก ร้อยละ 22 กิจกรรมกลุ่มแม่บ้านทำอาหารและขนม ร้อยละ 9 อื่นๆ ร้อยละ 35 ครัวเรือนที่มีรายได้จากแหล่งท่องเที่ยวร้อยละ 51 โดยมีรายได้เฉลี่ยจากแหล่งท่องเที่ยว 22,941.46 บาท/คน/ปี รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวจากแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันมาก ต่ำสุดอยู่ที่ 3,000 บาท/คน/ปี สูงสุดอยู่ที่ 240,000 บาท/คน/ปี จากข้อมูลที่ได้พบว่าการกระจายรายได้เป็นลักษณะกระจุกตัวอยู่กลุ่มหนึ่ง ในส่วนความคิดเห็นของชุมชน จากการเปิดแหล่งท่องเที่ยวพบว่าผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อการเปิดแหล่งท่องเที่ยว เพราะการเปิดแหล่งท่องเที่ยวทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น และมีทัศนคติเชิงบวกต่อนักท่องเที่ยว ส่วนการจัดการท่องเที่ยวควรเป็นชาวบ้านเอง กรมศิลปากร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและผู้นำชุมชน

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

##### 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ประชากรวิจัย หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมาและผู้จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

การสุ่มตัวอย่าง จะทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงไปที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ระหว่างช่วงเวลา วันที่ 1 กันยายน ถึง 30 กันยายน 2552 จำนวน 200 คน และสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายของที่ระลึก 6 คน

##### กรอบแนวคิดวิจัย

ในการศึกษานี้ มีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้

(3.1.1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา โดยทำการศึกษาจากตัวแปร เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้, สัญชาติ, อาชีพ, สถานภาพ, ลักษณะสินค้า, ประโยชน์ที่ใช้สอยและจุดประสงค์ของการซื้อ

(3.1.2) ศึกษาลักษณะของสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขต อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5 แห่ง คือ บ้านปราสาท, บ้านหลุมข้าว, โนนเมืองเก่า, เนินอุโลก และแหล่งโบราณคดีบ้านโนนวัด โดยทำการศึกษาจากตัวแปร ปัจจัยด้านสินค้า ได้แก่ รูปทรง วัสดุ สีบรรจุภัณฑ์ และราคา

(3.1.3) วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการจำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเปรียบเทียบข้อมูลต้นทุนของการผลิตและผลตอบแทนจากการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

##### 3.2 เครื่องมือในการศึกษา

ประกอบไปด้วย แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ชุด

(3.2.1) แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมและเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

(3.2.2) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

(3.2.3) แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง

จังหวัดนครราชสีมา

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูล แบ่งได้เป็น 2 วิธี

(3.3.1) จัดเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เข้าชม,แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าที่ระลึกและแบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

(3.3.2) ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้า รวมถึงสถิติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถิติการท่องเที่ยวใน จังหวัดนครราชสีมา

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

(3.4.1) การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา เป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อ บอกให้ทราบถึงลักษณะสภาพพื้นฐานต่างๆ ไปของนักท่องเที่ยว และข้อมูลสินค้าที่ระลึกและข้อมูลเชิงคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขต อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ด้วย จำนวน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

(3.4.2) ระยะเวลาในการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ช่วงระยะเวลา	งบประมาณ
1. จัดทำข้อเสนอโครงการ	1 มกราคม - 31 มีนาคม 2552	ค่าถ่ายเอกสารที่เกี่ยวข้อง =100 บาท
จัดทำเครื่องมือในการวิจัย 2.1 แบบสอบถาม นักท่องเที่ยว 2.2 แบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ 2.3แบบสัมภาษณ์ผู้นำ	1 พฤษภาคม – 30 มิถุนายน 2552	1. ค่าถ่ายเอกสารแบบสอบถาม $200*6*0.5=600$ บาท 2. ค่าถ่ายเอกสารแบบ สัมภาษณ์= $25*6*0.5=75$ 3. ค่าแผ่นดิส $10*3=30$ 4. ค่าดินสอ $5*5=25$
3.จัดเก็บข้อมูลภาคสนาม 5 แหล่งแหล่งละ 5 วัน	1 กรกฎาคม -30 กันยายน 2552	1. ค่ารถ $25*15*6=2,250$ บาท 2.ค่าอาหาร $30*10*6=1,800$ บาท
4.วิเคราะห์ผล	1 - 10 ตุลาคม 2552	ค่าพิมพ์ $100*1=100$ บาท
5.จัดทำรายงานผลการวิจัย ฉบับสมบูรณ์	15 ตุลาคม 2552	1. ค่าพิมพ์ $150*0.5=75$ บาท 2. ค่าเข้าเล่มเล่มละ 40 บาท 10 เล่มคือ $40*10=400$ บาท

รวมงบประมาณในการดำเนินงานทั้งหมดเท่ากับ 5,630 บาท

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

จากการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา โดยการออกไปสัมภาษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชนตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง ดังนี้

### บ้านปราสาท

**ผู้ให้ข้อมูล :** นายกิตติศักดิ์ เลขากลาง นักวิชาการศึกษา อบต.บ้านปราสาท , ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง , นางประนอม ละอองกลาง ภรรยาผู้ใหญ่บ้าน โทร 089-5817870

**ปัจจุบัน :** แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 บ้านปราสาทใต้ ตำบลธารปราสาท จากตัวเมืองใช้ทางหลวงหมายเลข 2 (นครราชสีมา-ขอนแก่น) ถึงกิโลเมตรที่ 44 มีทางแยกซ้ายเข้าไปอีก 1 กิโลเมตร หากเดินทางโดยรถประจำทางจากกรุงเทพฯหรือนครราชสีมา ให้นั่งรถสายที่จะไป ขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย หรือ กาศสินธุ์ ลงรถที่กม.44 แล้วต่อรถจักรยานยนต์รับจ้างจากปากทางเข้าหมู่บ้าน บ้านปราสาทนับเป็นแหล่งโบราณคดีแห่งที่สองต่อบ้านเชียง ที่ได้จัดทำในลักษณะพิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง จากหลักฐานที่ค้นพบสันนิษฐานว่า มีชุมชนอาศัยอยู่ในบริเวณนี้มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงสมัยประวัติศาสตร์ มีหลักฐานของกลุ่มวัฒนธรรมแบบทวารวดีและแบบเขมรโบราณ ช่วงระหว่าง 1,500-3,000 ปีมาแล้ว หลุมขุดค้นที่ตักแต่งและเปิดให้ชม มีทั้งหมด 3 แห่ง คือ

- หลุมขุดค้นที่ 1 มีโครงกระดูกฝังอยู่ในชั้นดินแต่ละสมัย แต่ละยุคมีลักษณะการฝังที่ต่างกัน ไป ยุค 3,000 ปี อยู่ในชั้นดินระดับล่างสุดลึก 5.5 เมตร โครงกระดูกจะหันหัวไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ยุค 2,500 ปี หันหัวไปทางทิศตะวันออกยุค 2,000 ปี หันหัวไปทางทิศใต้ แต่คติในการฝังจะคล้ายกันคือจะนำเครื่องประดับ เช่น กำไลเปลือกหอย ลูกปัด แหวนสำริด กำไลสำริด เครื่องประดับศีรษะทำด้วยสำริดและภาชนะของผู้ตายฝังรวมไปด้วยกับผู้ตาย ในช่วงสามระยะแรกนี้เป็นภาชนะดินเผาเคลือบน้ำดินสีแดง แบบลายเชือกทาบ ลักษณะหลักของภาชนะเป็นแบบคอแคบปากบาน แต่บางใบมีทรงสูงเหมือนคนโท บางชิ้นมีลักษณะเป็นทรงกลมสั้น ต่อมาในยุค 1,500 ปี นั้นลักษณะภาชนะจะเปลี่ยนเป็นแบบพิมายดำ คือ มีสีดำ ผิวขัดมัน เนื้อหยาบบาง

- หลุมขุดค้นที่ 2 ในดินชั้นบนพบร่องรอยของศาสนสถานในพุทธศตวรรษที่ 13-16 เรียกกันว่า “คูธารปราสาท” และพบเศียรพระพุทธรูปในสมัยเดียวกัน ศิลปะทวารวดีแบบท้องถิ่น นอกจากนี้ยังพบรูปปั้นดินเผาผู้หญิงครึ่งตัวเอามือกุมท้องลักษณะคล้ายตั้งครรภ์ และชิ้นส่วนลายปูนปั้นประดับปราสาท

- หลุมขุดค้นที่ 3 พบโครงกระดูกในชั้นดินที่ 5.5 เมตร เป็นผู้หญิงทั้งหมด เป็นที่น่าสังเกตว่ากระดูกทุกโครงในหลุมนี้ไม่มีศีรษะ และ ภาชนะนั้นถูกทุบให้แตกก่อนที่จะนำลงไปฝังด้วยกัน นักโบราณคดีสันนิษฐานว่าเป็น โครงกระดูกของผู้หญิงที่ถูกประหารชีวิตและนำศีรษะไปแห่งประจาน

และได้พบส่วนกะโหลกอยู่รวมกันในอีกที่หนึ่ง ซึ่งห่างจากจุดเดิมเพียง 500 เมตร ชาวบ้านปราสาทจะร่วมกันทำบุญอุทิศส่วนกุศลในวันที่ 21 เมษายน ของทุกปี โสมสเดย์บ้านปราสาท (แหล่งพักผ่อนชนบ้านปราสาท) ตำบลปราสาทประกอบด้วยหมู่บ้านปราสาทเหนือและบ้านปราสาทใต้ซึ่งอยู่ติดกัน แต่ชุมชนที่ทำโสมสเดย์คือ บ้านปราสาทใต้กิจกรรมนี้เริ่มจากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำชาวต่างชาติไปพักค้างแรมเป็นครั้งคราวและทำเป็นกิจกรรมต่อเนื่องอย่างจริงจังเมื่อปี พ.ศ. 2539 จนปัจจุบันบ้านปราสาทเป็นตัวอย่างสำหรับหมู่บ้านอื่นทั่วประเทศ นิยมมาศึกษาดูงานเพื่อนำไปปรับใช้กับหมู่บ้านของตนเป็นการเพิ่มรายได้และพัฒนาความเป็นอยู่ในชุมชน ช่วงเวลาที่เหมาะแก่การมาพักคือระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม ซึ่งอากาศกำลังเย็นสบาย ชาวบ้านปราสาทก็เหมือนกับหมู่บ้านอีสานทั่วไปที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมทำนา โดยทำนากันเพียงปีละครั้ง ยามว่างชาวบ้านมักประกอบอาชีพทำหัตถกรรมเสริมรายได้ บ้างสานเสื่ออก สานหมวก หรือสานรองเท้าวางเท้า กระเป่า บางบ้านเลี้ยงไหมทอผ้า บ้างทำเครื่องดนตรีไทยประเภทเครื่องสาย มีทั้งซออู้และซออด้วง บรรยากาศโดยรอบของหมู่บ้านจะเป็นทุ่งนา มีธารปราสาทที่เชื่อว่าเป็นแม่น้ำศักดิ์สิทธิ์ไหลผ่านแบ่งเขตแดนบ้านปราสาทเหนือและใต้ เป็น 1 ในแม่น้ำ 9 สายที่นำไปใช้ในพิธีกรรมในราชสำนักแม่น้ำสายนี้จะไหลไปรวมกับแม่น้ำมูล ชาวบ้านได้อาศัยจับปลาจากแม่น้ำมาเป็นอาหาร

**อนาคต :** กำลังมีโครงการการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวของบ้านปราสาทให้ดีขึ้นโดยการทำให้สะอาดขึ้นและเพิ่มร้านอาหารให้มีขึ้นพร้อมห้องน้ำให้สอดคล้องความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบกับกำลังมีการเรียนวิชาชีพแผนโบราณกันอีกในกลุ่มแม่บ้านของบ้านปราสาทอีกด้วย

#### **ข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูล**

1. อยากให้สถานที่ท่องเที่ยวของบ้านปราสาทไม่ต้องอยู่ร่วมกับบ้านของประชาชนเพราะดูแล้วไม่สะอาด
2. อยากให้ทำสถานที่ให้น่าสนใจมากขึ้น
3. ในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวน่าจะมีเครื่องมือทางเทคโนโลยีมาแนะนำสถานที่ทันสมัยขึ้นเพื่อให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

#### **บ้านโนนวัด**

**ผู้ให้ข้อมูล :** นางศิริพร โหม่มกลาง นักวิชาการศึกษา อบต. บ้านพลสงคราม , นางวอย แก้วกลาง เจ้าของสถานที่จุดค้น

**อดีต :** การจุดค้นทางโบราณคดี ณ บ้านโนนวัด พบเมล็ดข้าวที่ผ่านการเผาพบในภาชนะดินเผา โครงกระดูกมนุษย์ยุคหินใหม่ ที่นักโบราณคดีทั่วโลกกำลังให้ความสนใจ เป็นครั้งแรกที่โครงกระดูกมนุษย์ถูกบรรจุในภาชนะดินเผา โครงกระดูกมนุษย์ยุคหินใหม่ อยู่ในลักษณะนอนงอเข้าชันเข้า โครงกระดูกมนุษย์ยุคสำริด คาดว่าน่าจะเป็นผู้นำชุมชน ดูจากสิ่งที่ประดับไว้กับโครงกระดูกจำนวนมาก ภาชนะดินเผาที่ค้นพบ ณ บ้านโนนวัด มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ บ่งบอกถึงความชำนาญด้านงานช่าง การจุดค้นทางโบราณคดี ณ บ้านโนนวัด

โครงการขุดค้นทางโบราณคดีที่บ้านโนนวัด ต.พลสงคราม อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา ทำการขุดค้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ

**โครงการช่วงที่ 1. The Origins of the Civilization of Angkor** โดย ศาสตราจารย์ชาร์ล ไฮแอม จากมหาวิทยาลัยโอทาโก นิวซีแลนด์ เมืองพระนครหรือเมืองหลวงของอาณาจักรเขมรเคยเป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรือง ยิ่งใหญ่ทางวัฒนธรรมทางแถบศูนย์สูตร มีความน่าสนใจเทียบเท่ากับอาณาจักรของชนเผ่ามาซาในประเทศกัวตมาลาและ เม็กซิโก แต่ยังไม่มียุควิชาการใด ได้ศึกษาอย่างจริงจัง การศึกษาความเจริญรุ่งเรืองในอดีตของอาณาจักรใดต้องศึกษาจากจารึกและ โบราณ วัตถุหรือ โบราณสถานของอาณาจักรนั้นนครวัดเป็นหลักฐานที่ดียิ่งในการแสดงให้เห็นความเจริญรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมของ อาณาจักรเขมร ได้เป็นอย่างดี ในอดีตการศึกษาร่องรอย อารยะธรรมของเขมรไม่สามารถดำเนินการได้ในประเทศกัมพูชาด้วยปัญหาทางการเมือง นักวิจัยจึงได้เข้ามาศึกษาแหล่งโบราณคดีเนินอุโลก และบ้านโนนวัด จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นแหล่ง โบราณคดีในยุคเดียวกันซึ่งได้รับอิทธิพลจากอารยะธรรมเขมร โดยได้รับอนุญาตจากกรมศิลปากรให้เข้ามาขุดค้นแหล่งโบราณคดีดังกล่าว จากการขุดค้นในครั้งนั้นทำให้ทราบว่าแหล่ง โบราณคดีบ้านโนนวัดเป็นการตั้งรกราก ของชุมชนก่อนประวัติศาสตร์ที่บ้านโนนวัด จังหวัดนครราชสีมา แหล่งขุดค้นนี้มีความสำคัญมากที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย เนื่องจากเป็นที่ตั้งรกรากของสังคมเกษตรกรรมสังคมแรกมีอายุราว 2,100 – 1,250 ปี ก่อนประวัติศาสตร์ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ยุคสัมฤทธิ์ ยุคเหล็ก จนถึงยุคประวัติศาสตร์ตอนต้น ซึ่งมีประวัติศาสตร์ยาวนานคล้ายบ้านเชียง แต่สิ่งที่ขุดค้นได้จากแหล่งประวัติศาสตร์บ้านโนนวัดมีมากกว่าบ้านเชียง และยังคงสภาพความสมบูรณ์ไว้ได้ มีประโยชน์ต่อการศึกษาความต่อเนื่องของวัฒนธรรมโบราณ ซึ่งยังไม่เคยปรากฏขึ้นในประเทศไทย

**โครงการช่วงที่ 2. Environment Change and Society before Angkor: Ban Non Wat and the upper Mun River Catchment in Prehistory** โดย ดร.ไนเจล ซาง มหาวิทยาลัยเจมส์คุก ประเทศออสเตรเลีย เนื่องจากนักวิจัยได้ร่วมขุดค้นแหล่ง โบราณคดีบ้านโนนวัด อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ได้ค้นพบข้อมูลก่อนประวัติศาสตร์มากมายที่แสดงถึงวิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปในรอบ 5,000 ปีนักวิจัยจึงประสงค์จะขุดค้นเพิ่มเติมอย่างละเอียดที่บ้านโนนวัด และสำรวจชั้นดินในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดนครราชสีมาโดยมีประเด็นที่จะศึกษาดังนี้

1. ขุดค้นแหล่ง โบราณคดีแห่งใหม่ที่บ้านโนนวัด เพื่อหาหลักฐานเกี่ยวกับอาชีพและประเพณีการฝังศพในยุคต่าง ๆ
2. สำรวจ และศึกษาวิเคราะห์ทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยา และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่รับน้ำที่อยู่เหนือบ้านโนนวัด ที่มีผลต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในอดีตของบ้านโนนวัด
3. สร้างฐานข้อมูลสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เกี่ยวกับบ้านโนนวัดซึ่งกรมศิลปากรสามารถเข้าไปใช้ข้อมูลได้



4. ตำรวจและขุดค้นชั้นดิน (columns of soil) เพื่อ วิเคราะห์วิวัฒนาการของพืช และการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมในหมื่นปี ของบริเวณต่าง ๆ ในพื้นที่ชุ่มน้ำในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเทียบเคียงกับบ้านโนนวัด

#### การดำรงชีวิตของชุมชนโบราณที่แหล่งโบราณคดีบ้านโนนวัด

กล่าวโดยสรุป ชุมชนโบราณที่แหล่งโบราณคดีบ้านโนนวัดมีการดำรงชีวิต หรือความเป็นอยู่โดยการเลี้ยงสัตว์จำพวก วัว ควาย หมู และสุนัข ลำสัตว์และดักสัตว์จำพวกวัวป่า หมู ป่า กวางป่า เนื้อสัตว์ ไข่ / ไข่ต้ม เนื้อสัตว์ กุ้ง และสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมขนาดเล็ก จับสัตว์น้ำและสัตว์ ครึ่งน้ำครึ่งบก จำพวกปลา หอย เต่า และตะพาบน้ำ การบริโภคสัตว์นิยมกินไขกระดูก โดยการทุบวาง กระดูก (diaphysis) นอกจากนี้ยังมีการเพาะปลูกข้าวและการแลกเปลี่ยนสินค้ากับชุมชนภายนอก สภาพแวดล้อมรับแหล่งโบราณคดีเป็นที่ราบน้ำท่วมขังและมีแม่น้ำ ลำน้ำสาขา คลอง สระ หนอง ส่วน ป่าพื้นที่โคกเด่นคือป่าเบญจพรรณ ป่าโปร่ง ป่าแดง หรือป่าเต็งรัง เพราะป่าเหล่านี้เป็นที่อยู่อาศัยของ สัตว์ที่พบจากแหล่งโบราณคดีแห่งนี้

#### จุดเด่นบ้านโนนวัด

1. แหล่งโบราณคดีที่มีความต่อเนื่องทางวัฒนธรรมที่ยาวนานที่สุดของไทย
2. หลุมขุดค้นที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
3. มีโอกาสได้รับการพิจารณาให้เป็น “แหล่งมรดกโลกบ้านโนนวัด” ใน อนาคต
4. มีความเก่าแก่อยู่ในยุคหินใหม่ ประมาณ 4,500 ปีมาแล้ว เก่าแก่กว่าบ้าน เชียงถึงประมาณ 1,000 ปี
5. มีลวดลายที่ปรากฏบนภาชนะดินเผา เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่บ้านโนนวัด
6. ครั้งแรกของประเทศไทยที่พบว่าเป็นศพผู้ใหญ่ที่ถูกนำบรรจุใส่ในโอ่ง ขนาดใหญ่มีอายุราว 4,000 ปี

**ปัจจุบัน :** ตอนนี้ยังอยู่ในช่วงการปิดหลุมไว้เพื่อทำการขุดค้นต่อไปเพราะผู้ที่ทำการขุดค้นกลับประเทศประกอบกับ โครงกระดูกสิ่งของโบราณต่างๆที่ขุดพบได้ทำการส่งไปเก็บไว้ที่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอินทร์บุรีหรือแหล่งท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอินทร์บุรีที่ส่งไปกลับมาที่โนนวัดเหมือนเดิมและจะทำการเปิดหลุมอีกครั้งในเดือนธันวาคม พ.ศ.2552- มีนาคม พ.ศ.2553

**อนาคต :** อยู่ในขั้นตอนเริ่มออกแบบอาคาร ซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากผู้แทนราษฎร ในท้องถิ่น จังหวัดนครราชสีมา และรัฐบาล ซึ่งถ้าเสร็จสมบูรณ์เมื่อใดก็พร้อมจะเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้ในอนาคตพร้อมของที่ระลึก

### บ้านหลุมข้าว

**ผู้ให้ข้อมูล :** นายชยากรณ์ ศรีเสมอ นักวิชาการศึกษา อบต. บ้านหลุมข้าว

โทร 080-4695616 , นายสุน์ กลิ่นโนนสูง ตำแหน่งเลขานายก โทร 084-4101383

**อดีต :** เป็นชุมชนสมัยก่อนประวัติศาสตร์เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา ตำบลหลุมข้าว อำเภอโนนสูง ลักษณะของบ้านหลุมข้าวเป็นหมู่บ้านตั้งบนเนินดินขนาดย่อม มีลำธารปราสาทไหลผ่านทางตอนเหนือ การขุดค้นที่บ้านหลุมข้าวระหว่าง พ.ศ. 2538-2539 ในพื้นที่ดินของนายเชื้อม และนางสุด ชนะภักดี พบโครงกระดูก 110 ศพ เป็นศพของผู้ใหญ่เพศชาย เพศหญิง เด็กและทารก ศพของทารกมักถูกฝังในเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่มีฝาปิดในหลุมศพพบสิ่งของที่ฝังลงไปด้วย เช่น เครื่องประดับจำพวกกำไลข้อมือ ทำจากเปลือกหอยทะเล กำไลหินอ่อน ขวานหินขัด เปลือกหอยทะเล และหินอ่อน รวมทั้งเครื่องปั้นดินเผาที่มีลักษณะเหมือนกัน กับที่พบที่บ้านปราสาท ในเขตตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง สันนิฐานว่าน่าจะเป็นชุมชนที่มีอายุเก่าแก่ประมาณ 3,500 ปี มาแล้ว เป็นชุมชนที่มีการตั้งรกรากทำการปลูกข้าว เลี้ยงวัว สุนัข หมู และน่าจะมีการล่าสัตว์ป่าขนาดใหญ่ จำพวกวัวป่า ควายป่า จับสัตว์น้ำ จำพวกเต่า กบ หอยโข่ง หอยขม ปลาชนิดต่างๆ จำพวกปลาช่อน ปลาดุก ปลาหมอ ปลาไหล

เครื่องประดับจำพวกเปลือกหอยทะเลที่พบที่บ้านหลุมข้าว เป็นของที่ไม่มีในท้องถิ่น จึงน่าจะเป็นสินค้าที่มีการเคลื่อนย้ายแลกเปลี่ยนจากชุมชนอื่นที่มีการค้าขายแลกเปลี่ยนที่ห่างไกลออกไป บ้านหลุมข้าวมีการเข้าอยู่อาศัยในระยะหนึ่งและถูกทิ้งร้างไปราว 2,500 ปี ก่อนที่จะเข้าสู่สมัยยุคเหล็ก

**ปัจจุบัน :** ตอนนี้ได้ทำการปิดหลุมและไม่สามารถเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ประกอบกับไม่สามารถขุดได้เพราะเป็นที่ส่วนบุคคลไปแล้วและอีกส่วนก็ได้สร้างเป็นศาลาประชาคมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

### โนนเมืองเก่า

**ผู้ให้ข้อมูล :** นายชยากรณ์ ศรีเสมอ นักวิชาการศึกษา อบต. บ้านหลุมข้าว

โทร 080-4695616 , นายสมหมาย คำเกิดกลาง ผู้ใหญ่บ้านดงพลอง โทร 086-2507160 , นายเสมอ บุญกลาง ชาวบ้าน

**อดีต :** อยู่ในเขตบ้านดงพลอง ตำบลหลุมข้าว อำเภอโนนสูงปัจจุบันเป็นเนินดินร้างครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 33 ไร่ มีร่องน้ำเก่าโอบล้อม 2 ชั้น กรมศิลปากร และมหาวิทยาลัยโอทาโก ประเทศนิวซีแลนด์ ดำเนินการขุดค้น 1 หลุม เมื่อปี พ.ศ. 2538-2540 พบหลักฐานเข้าอยู่อาศัยระหว่าง 2,150-1,600 ปีมาแล้ว ในยุค เหล็ก โบราณวัตถุที่พบ ได้แก่ โครงกระดูกมนุษย์ จำนวน 9 ศพ พร้อมเครื่องมือเครื่องใช้ และเครื่องประดับที่ทำมาจากสำริด สำริดปนเหล็ก ลูกปัดทำจากแก้ว อะเกตคาร์เนเลียน บางโครงถูกฝังในหลุมศพที่ฉาบด้วยดินเหนียวภาชนะที่ฝังลงไปกับศพเป็นภาชนะดินเผา แบบ

พินัยคำ และพบซีแร่เหล็กจำนวนมากกระจายทั่วไปตามผิวหน้าดิน เป็นหลักฐานสำคัญสนับสนุนว่ามีการผลิตเหล็กที่โนนเมืองเก่านี้ด้วย

**ปัจจุบัน :** ตอนนี้ได้ทำการปิดหลุมและไม่ได้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประกอบกับไม่สามารถขุดได้เพราะเป็นที่ของกรมศิลป์

#### **ข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูล**

อยากให้เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเนื่องจากอำเภอโนนสูงมีแหล่งอารยธรรมมากมาย ถ้าเปิดที่โนนเมืองเก่าเป็นแหล่งเรียนรู้โบราณคดีอีกทีก็จะทำให้มีแหล่งเรียนรู้ทางโบราณคดีเพิ่มอีก 1 ที่ นอกจากนี้ชาวบ้านยังมีรายได้จากการทำของที่ระลึกประจำสถานที่หรือ OTOP ของหมู่บ้านออกมาขาย เพื่อเป็นรายได้ช่องทาง

#### **เนินอุโลก**

**ผู้ให้ข้อมูล :** นางศิริพร โหม่กลาง นักวิชาการศึกษา อบต. บ้านพลสงคราม , นายมิตรชัย จงคล้ายกลาง ผู้ใหญ่บ้าน โทร 086-9748830

**อดีต :** เนินอุโลก อยู่ที่บ้านหนองนาตุ้ม ตำบลพลสงคราม อำเภอโนนสูง เป็นเนินดินอยู่กลางทุ่งนา มีแนวคูน้ำล้อมอยู่ 5 ชั้น ชั้นดินล่างสุดลึกประมาณ 5 เมตร อยู่ในสมัยสำริดตอนปลายจากระดับความลึก 4 เมตรถึงผิวดิน อยู่ในสมัยเหล็ก มีอายุประมาณ 2,500 ปีมาแล้ว จากการขุดพบโครงกระดูกผู้ชาย ผู้หญิง เด็กและทารกลักษณะการฝังซ้อนทับกันเป็นกลุ่ม สพบารกมกฝังในภาชนะดินเผาขนาดใหญ่ มีการฝังสิ่งของต่าง ๆ ให้กับผู้ตายได้แก่ ภาชนะดินเผาแบบพินัยคำ ใใส่เครื่องประดับตั้งแต่ศิระะถึงเท้าทำจากสำริด เหล็ก แก้ว เป็นตุ้มหู เครื่องประดับศิระะ ห่วงเอวสำริด กำไลข้อมือ กำไลข้อมือ แหวนนิ้วมือ และนิ้วเท้า และลูกปัดที่ทำจากหินมีค่า

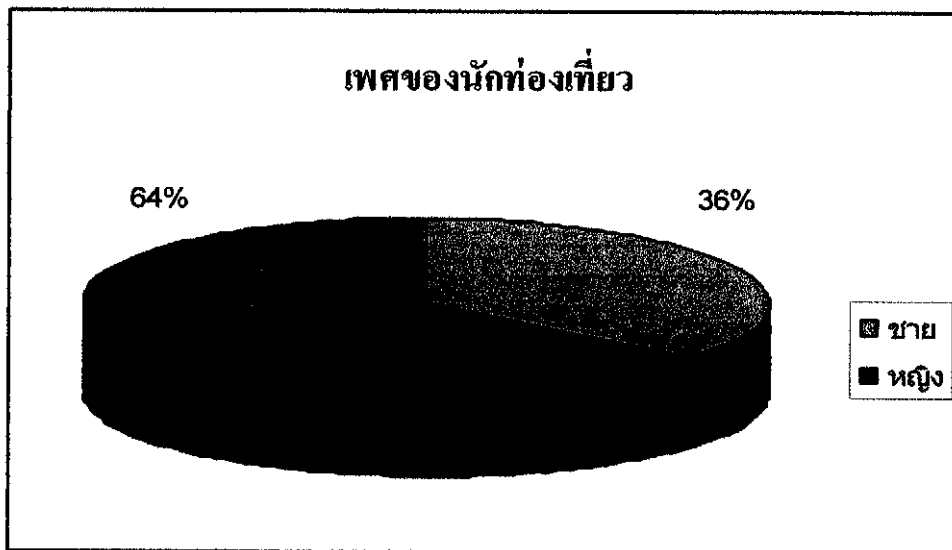
**ปัจจุบัน :** ตอนนี้ได้ทำการปิดหลุมและไม่ได้มีการขุดค้นต่ออีกเพราะเมื่อขุดพบสิ่งใดก็จะนำไปเก็บไว้ที่พิพิธภัณฑ์พินัยและไม่นำกลับมาที่โนนวัดอีกดังนั้นจึงไม่มีการขุดต่อจนกว่าจะมีสถานที่เก็บสิ่งของโบราณที่ค้นพบ

**อนาคต :** อยู่ในขั้นตอนการดำเนินโครงการของงบประมาณทำสถานเก็บสิ่งของโบราณพร้อมเปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวด้วย

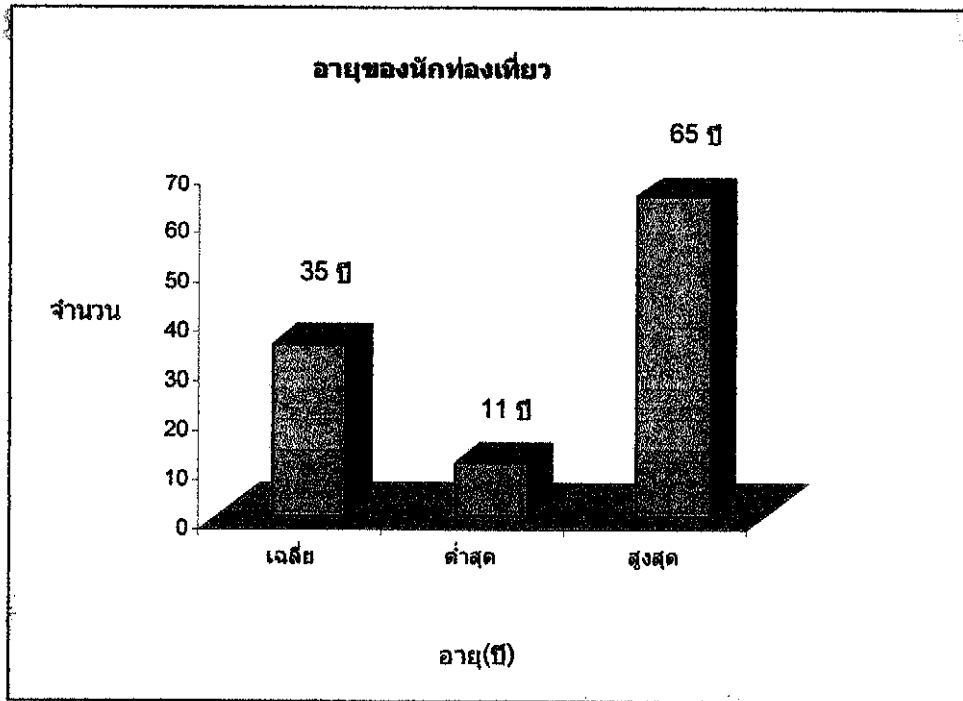
เนื่องจากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชนและองค์การบริหารส่วนตำบลพบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา มีเพียงบ้านปราสาทที่เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวและมีการจัดจำหน่ายของที่ระลึก คณะผู้จัดทำจึงใช้แบบสอบถามทำการสัมภาษณ์เพียงนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในบ้านปราสาทเป็นจำนวน 200 ชุด และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในบ้านปราสาททั้งหมดจำนวน 6 ราย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงเพศ อายุ ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	72	36
หญิง	128	64
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>อายุ (ปี)</b>		
เฉลี่ย	35	
ต่ำสุด	11	
สูงสุด	65	



รูปที่ 1 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

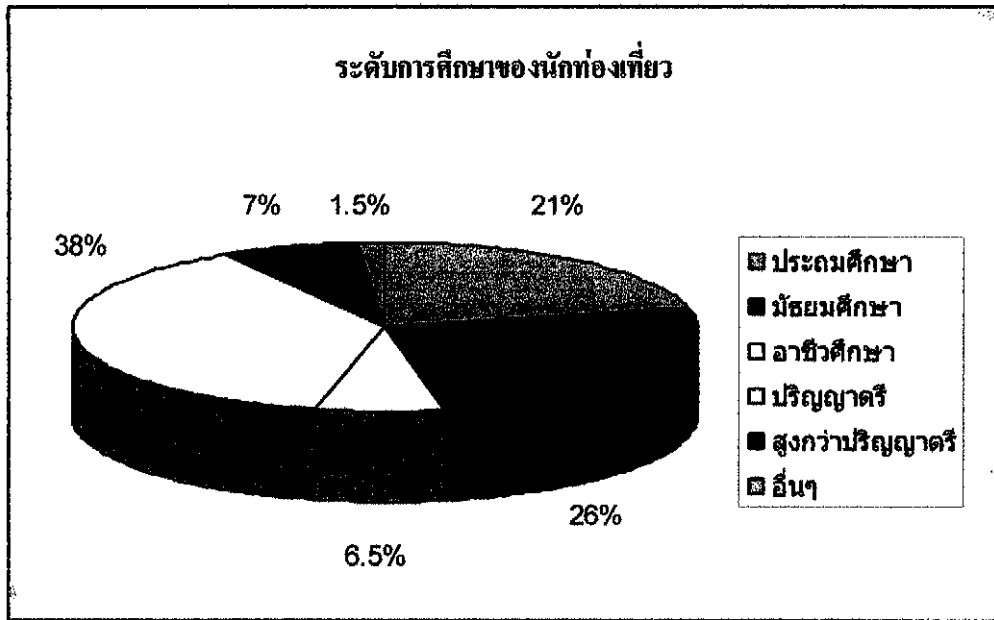


รูปที่ 2 แสดงอายุของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

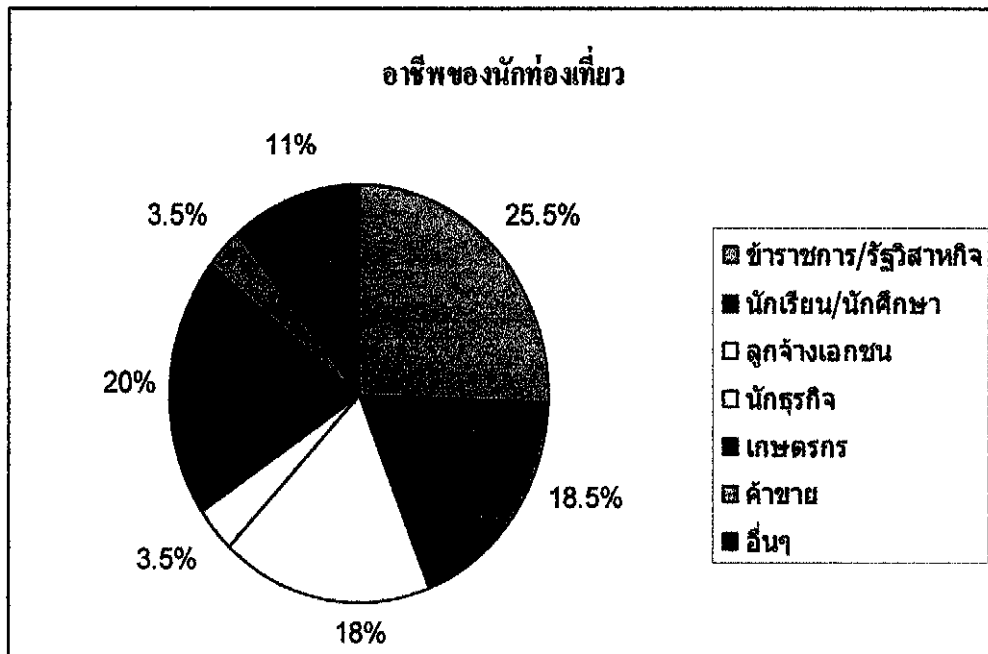
จากตารางที่ 1 และรูปที่ 1, 2 แยกนักท่องเที่ยวตามเพศ เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 64 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 36 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 35 ปี และนักท่องเที่ยวมีอายุน้อยที่สุดคือ 11 ปี และมีอายุมากที่สุด 65 ปี

ตารางที่ 2 แสดงการศึกษา อาชีพ และรายได้ ของนักท่องเที่ยงที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

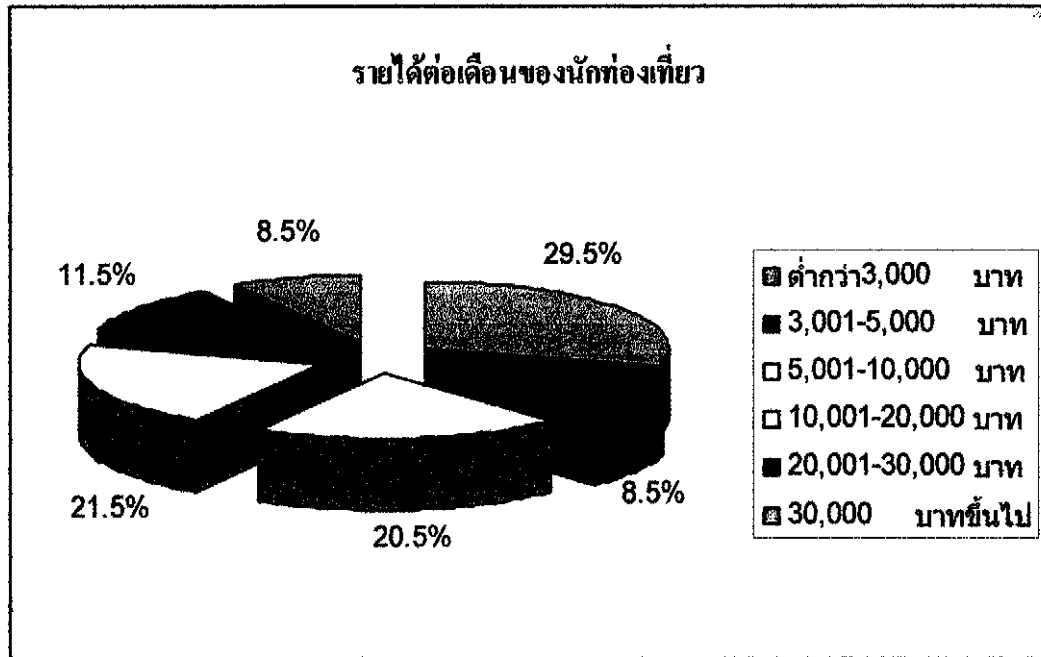
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
การศึกษา	ประถมศึกษา	42	21
	มัธยมศึกษา	52	26
	อาชีวศึกษา	13	6.5
	ปริญญาตรี	76	38
	สูงกว่าปริญญาตรี	14	7
	อื่นๆ	3	1.5
<b>รวม</b>		<b>200</b>	<b>100</b>
อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	51	25.5
	นักเรียน/นักศึกษา	37	18.5
	ลูกจ้างเอกชน	36	18
	นักธุรกิจ	7	3.5
	เกษตรกร	40	20
	ค้าขาย	7	3.5
	อื่นๆ	22	11
<b>รวม</b>		<b>200</b>	<b>100</b>
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 3,000 บาท	59	29.5
	3,001 – 5,000 บาท	17	8.5
	5,001 – 10,000 บาท	41	20.5
	10,001 – 20,000 บาท	43	21.5
	20,001 – 30,000 บาท	23	11.5
	30,001 บาทขึ้นไป	17	8.5
<b>รวม</b>		<b>200</b>	<b>100</b>



**รูปที่ 3** แสดงระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



**รูปที่ 4** แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



**รูปที่ 5** แสดงระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

จากตารางที่ 2 และรูปที่ 3, 4 และ 5 แสดงถึงการศึกษาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26 และระดับประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 21

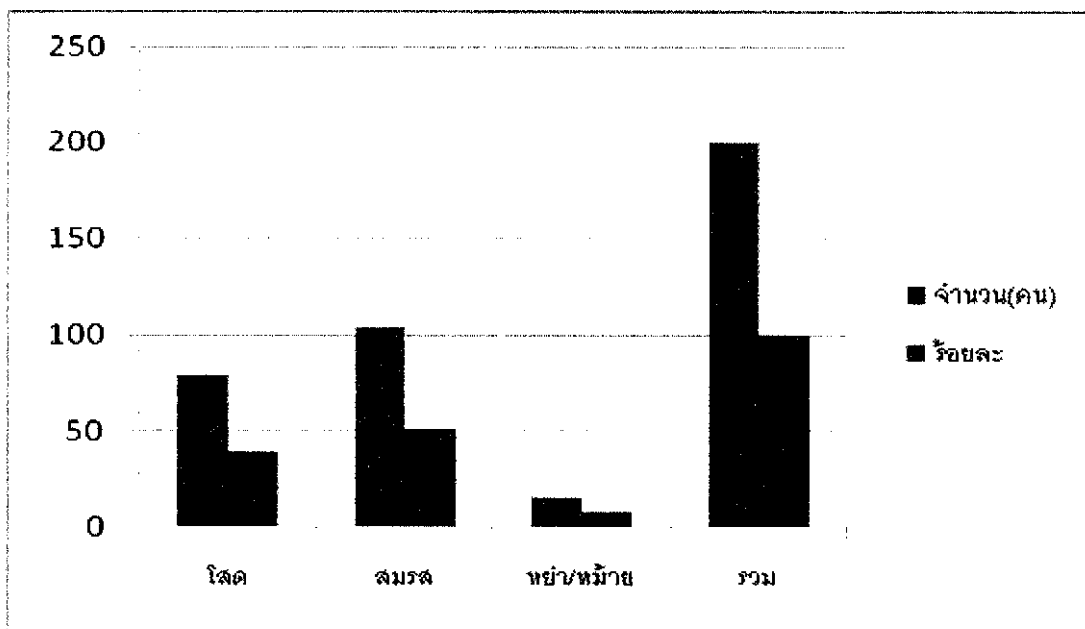
มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 20 และนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.5 ส่วนกลุ่มอื่นๆจะเป็นแม่บ้านและผู้ว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 11

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.5 และมีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5

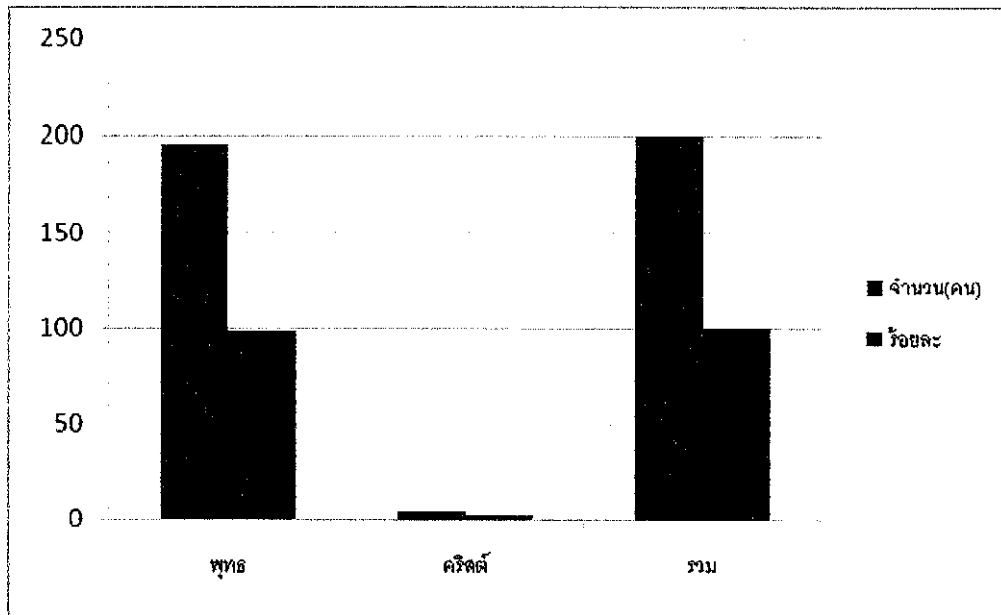


**ตารางที่ 3** แสดงสถานภาพ และศาสนาของนักท่องเที่ยว

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	80	40
หย่า/หม้าย	16	8
อื่น ๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>ศาสนา</b>		
พุทธ	196	98
คริสต์	4	2
อิสลาม	0	0
ฮินดู	0	0
อื่น ๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>



**รูปที่ 6** แสดงสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



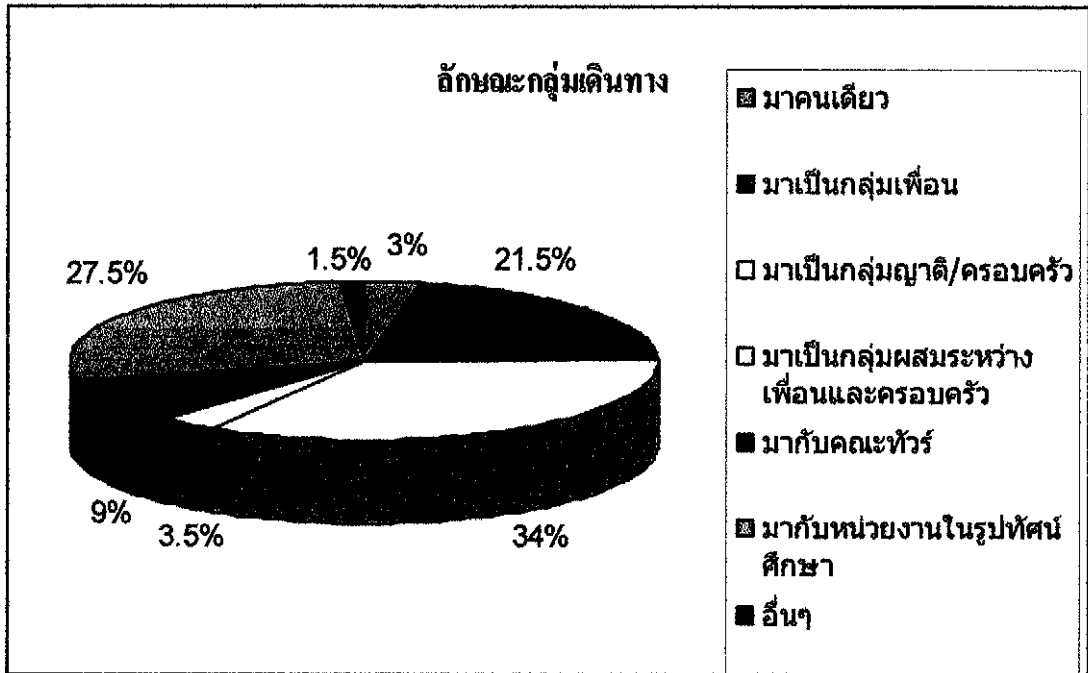
รูปที่ 7 แสดงการนับถือศาสนาของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

จากตารางที่ 3 และรูปที่ 6, 7 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนหย่า/หม้ายคิดเป็นร้อยละ 8

สำหรับในด้านการนับถือศาสนา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 98 รองลงมานับถือศาสนาคริสต์ คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางที่ 4 แสดงการใช้พาหนะของนักท่องเที่ยว

ลักษณะกลุ่มการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาคนเดียว	6	3
มาเป็นกลุ่มเพื่อน	43	21.5
มาเป็นกลุ่มญาติ/ครอบครัว	68	34
มาเป็นกลุ่มผสมระหว่างเพื่อนและครอบครัว	7	3.5
มากับคณะทัวร์	18	9
มากับหน่วยงานในรูปแบบทัศนศึกษา	55	27.5
อื่น ๆ	3	1.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

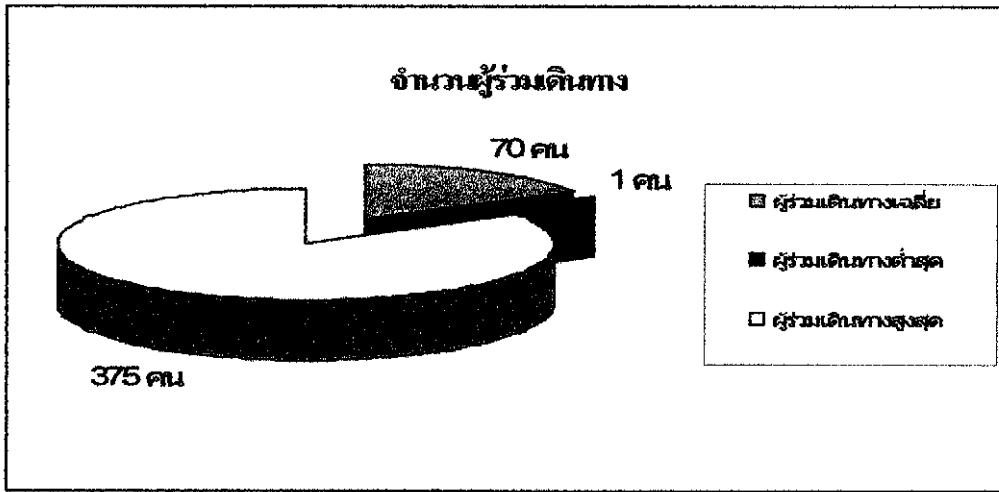


**รูปที่ 8** แสดงลักษณะกลุ่มเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

จากตารางที่ 4 และรูปที่ 8 พบว่าลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นกลุ่มญาติและครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาจะเดินทางมากับหน่วยงานในรูปแบบทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27.5

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวนผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยว

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)
ผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย	70
ผู้ร่วมเดินทางต่ำสุด	1
ผู้ร่วมเดินทางสูงสุด	375

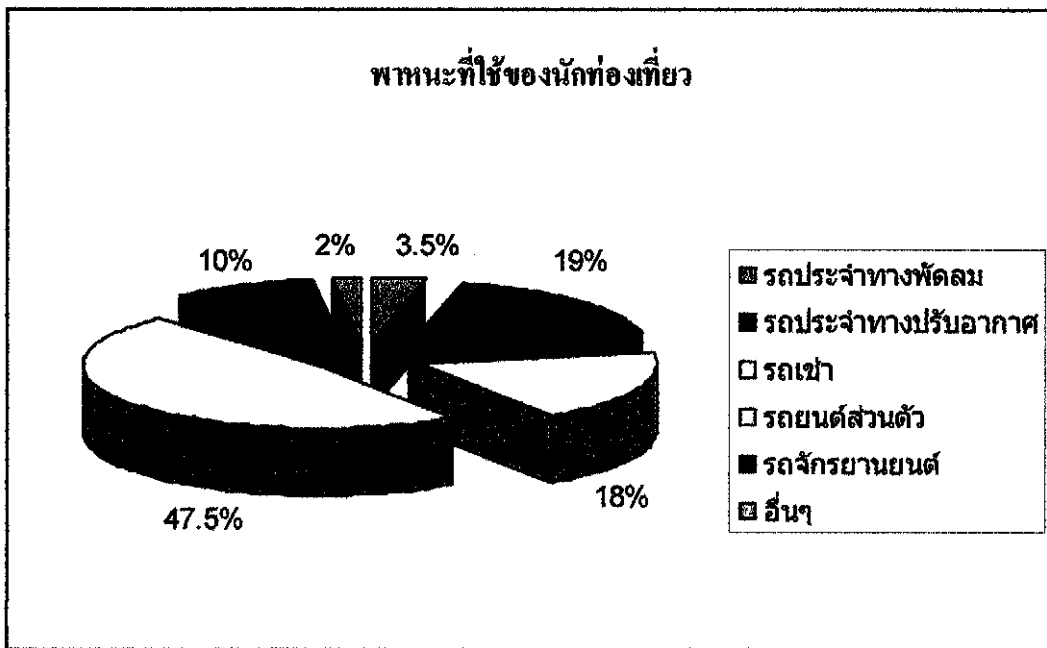


รูปที่ 9 แสดงจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวฯ

จากตารางที่ 5 และรูปที่ 9 ในการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวพบว่าผู้ร่วมเดินทางมาเที่ยวเป็นจำนวนเฉลี่ยอยู่ที่ 70 คน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวน้อยที่สุดเป็นจำนวน 1 คน คือมาเที่ยวคนเดียว และเดินทางมาเที่ยวมากที่สุดเป็นจำนวน 375 คน มาในรูปแบบทัศนศึกษา

ตารางที่ 6 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

พาหนะที่ใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถประจำทางพัดลม	7	3.5
รถประจำทางปรับอากาศ	38	19
รถเช่า	36	18
รถยนต์ส่วนตัว	95	47.5
รถจักรยานยนต์	20	10
อื่น ๆ	4	2
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

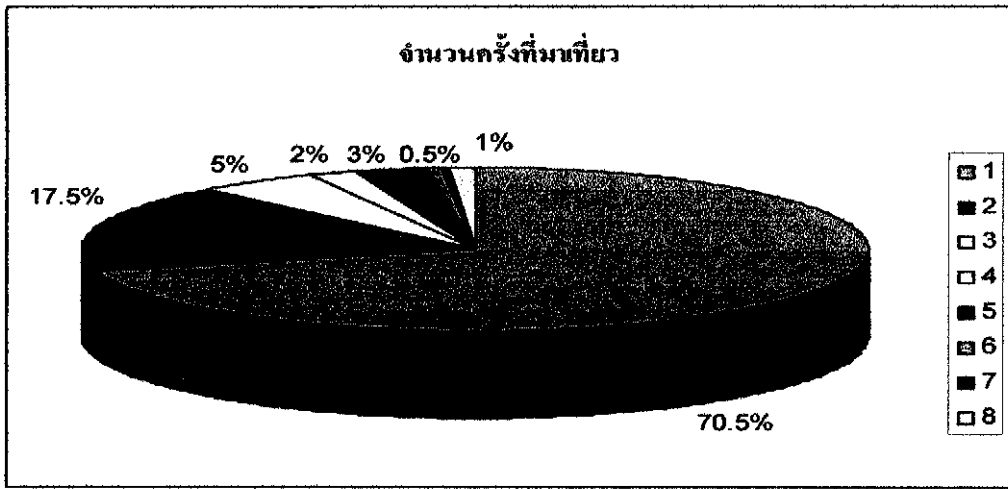


รูปที่ 10 แสดงพาหนะที่ใช้มาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวฯ

จากตารางที่ 6 และรูปที่ 10 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ รถประจำทางปรับอากาศ คิดเป็นร้อยละ 19

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนครั้งที่มาเที่ยว

ครั้งที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	141	70.5
2	35	17.5
3	10	5
4	4	2
5	6	3
6	1	0.5
7	1	0.5
8	2	1
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

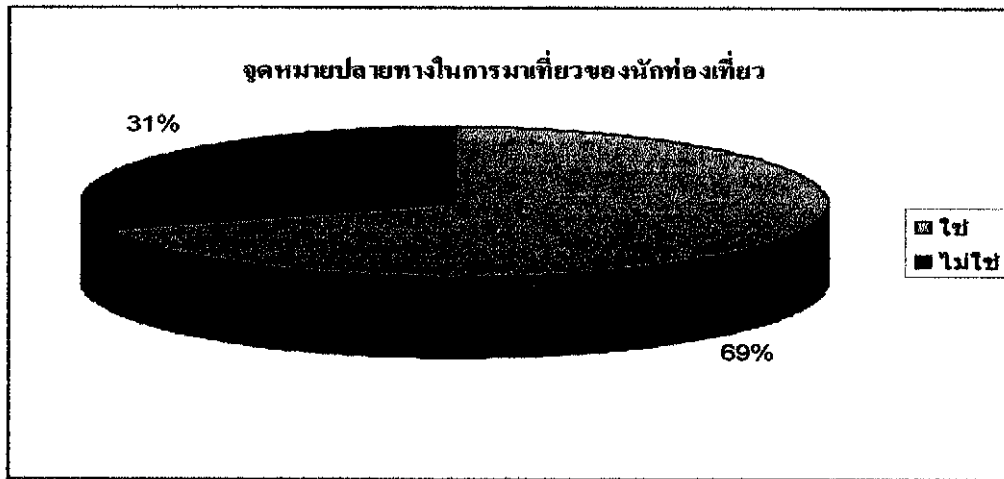


รูปที่ 11 แสดงจำนวนครั้งที่มาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวฯ

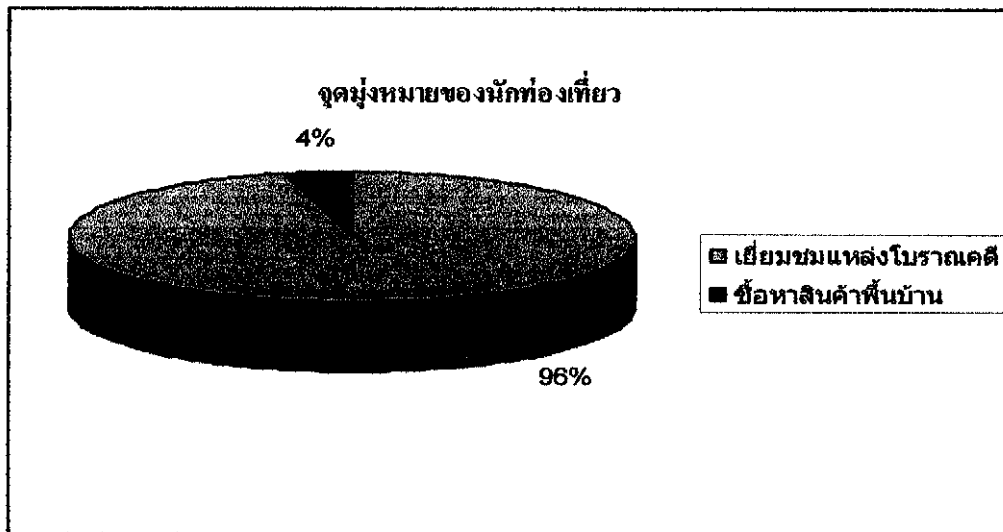
จากตารางที่ 7 และรูปที่ 11 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมาเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 17.5 ,มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 5, มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 2, มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 3, มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 0.5, มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 7 คิดเป็นร้อยละ 0.5 และผู้ที่มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 10 คิดเป็นร้อยละ 1 เนื่องจากผู้ที่มาเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจึงมาเที่ยวเป็นประจำ

ตารางที่ 8 แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวและจุดมุ่งหมายการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เป็นจุดหมายปลายทางหลัก</b>		
ใช่	138	69
ไม่ใช่	62	31
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>จุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยว</b>		
เยี่ยมชมแหล่งโบราณคดี	192	96
ซื้อหาสินค้าพื้นบ้าน	8	4
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>



รูปที่ 12 แสดงจุดหมายปลายทางในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวฯ



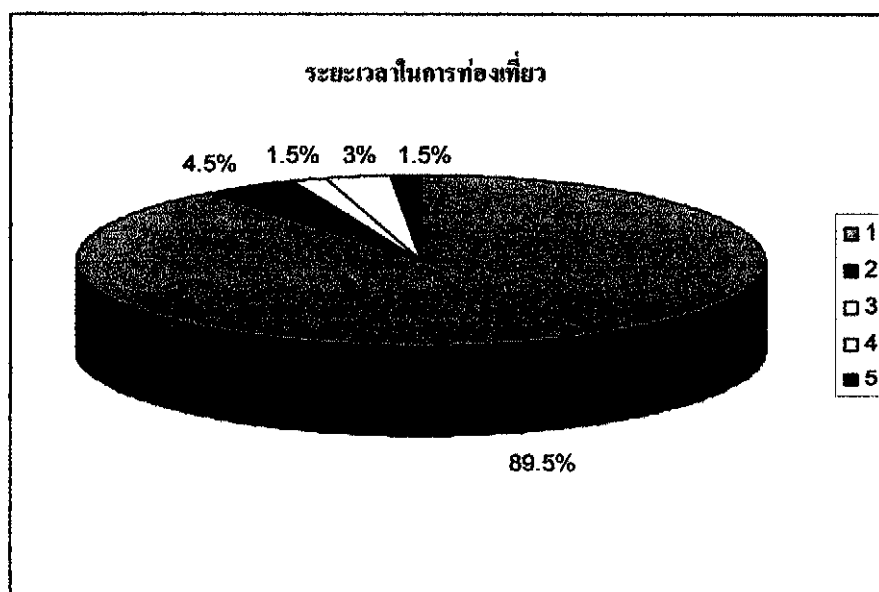
รูปที่ 13 แสดงจุดมุ่งหมายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ

จากตารางที่ 8 และรูปที่ 12 , 13 พบว่าเป็นจุดมุ่งหมายปลายทางหลักในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 69 และ ไม่ใช่จุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 31

นักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายเพื่อเยี่ยมชมแหล่งโบราณคดี คิดเป็นร้อยละ 96 และเพื่อหาสินค้าพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 9 แสดงระยะเวลาในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ระยะเวลา (วัน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	179	89.5
2	9	4.5
3	3	1.5
4	6	3
5	3	1.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>



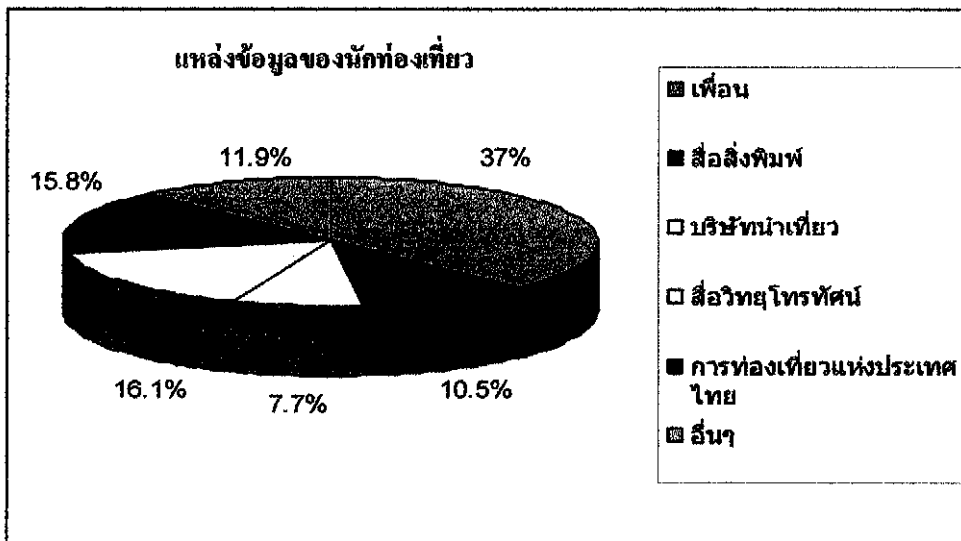
รูปที่ 14 แสดงระยะเวลาการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

จากตารางที่ 9 และรูปที่ 14 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลา มาเที่ยว 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 89.5, ระยะเวลา มาเที่ยว 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 4.5, ระยะเวลา มาเที่ยว 3 วัน คิด เป็นร้อยละ 1.5, ระยะเวลา มาเที่ยว 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 3, ระยะเวลา มาเที่ยว 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 10 แสดงแหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



แหล่งข้อมูล	ร้อยละ
เพื่อน	37.9
สื่อสิ่งพิมพ์	10.5
บริษัทนำเที่ยว	7.7
สื่อวิทยุโทรทัศน์	16.1
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	15.8
อื่นๆ	11.9
<b>รวม</b>	<b>100</b>

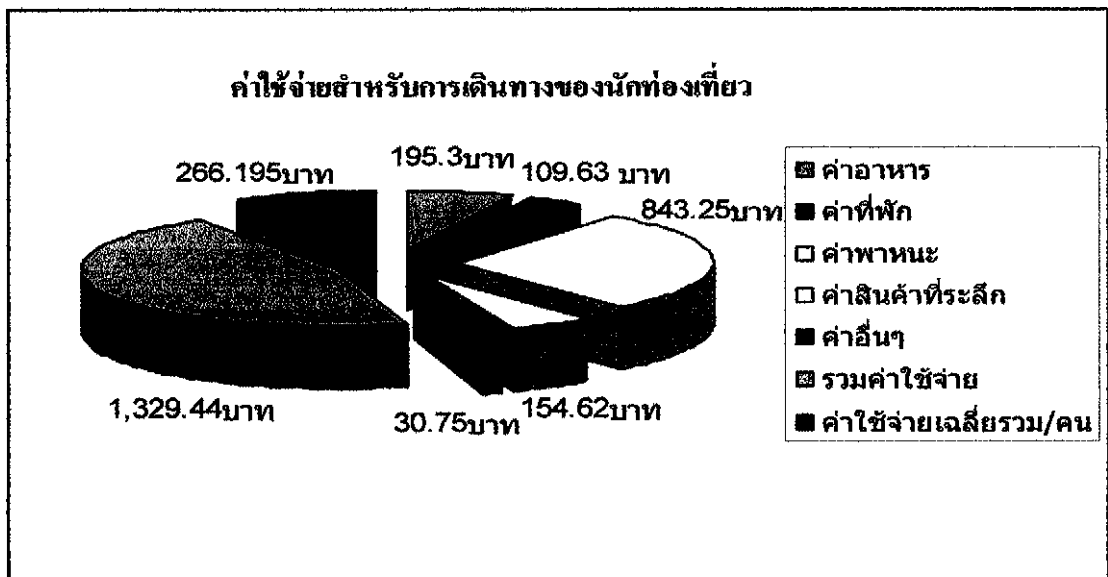


รูปที่ 15 แสดงแหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ

จากตารางที่ 10 และรูปที่ 15 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาทราบข้อมูลจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 16.1, ทราบข้อมูลจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 15.8, ทราบข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 11.9, ทราบข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 10.5, ทราบข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตารางที่ 11 แสดงค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่าย	ค่าอาหาร	ค่าที่พัก	ค่าพาหนะ	ค่าสินค้าที่ระลึก	ค่าอื่นๆ	รวมค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรวม/คน
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	195.3	109.63	843.25	154.62	30.75	1329.44	266.195
ค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด	0	0	0	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายมากที่สุด	2,500	2,800	11,000	2,000	2,000	14,600	2,920

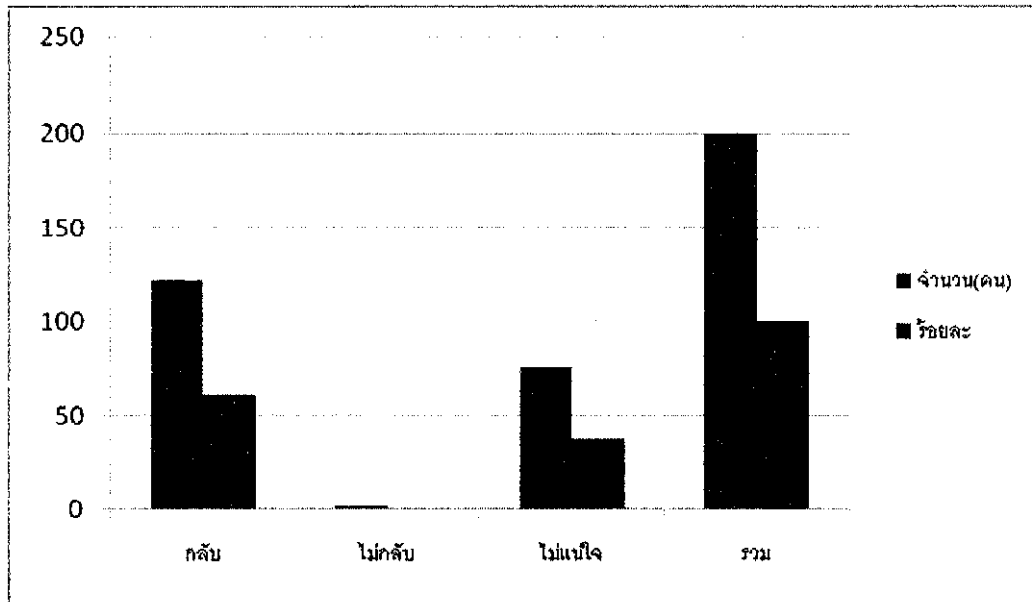


รูปที่ 16 แสดงค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ

จากตารางที่ 11 และรูปที่ 16 พบว่านักท่องเที่ยวเสียค่าพาหนะมากที่สุดโดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 843 บาท รองลงมาเป็นค่าอาหารอยู่ที่ 195 บาท, ค่าสินค้าที่ระลึกอยู่ที่ 155 บาท, ค่าที่พักอยู่ที่ 110 บาท ดังนั้น นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการมาเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 266 บาท

ตารางที่ 12 แสดงการกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลับ	122	61
ไม่กลับ	2	1
ไม่แน่ใจ	76	38
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>



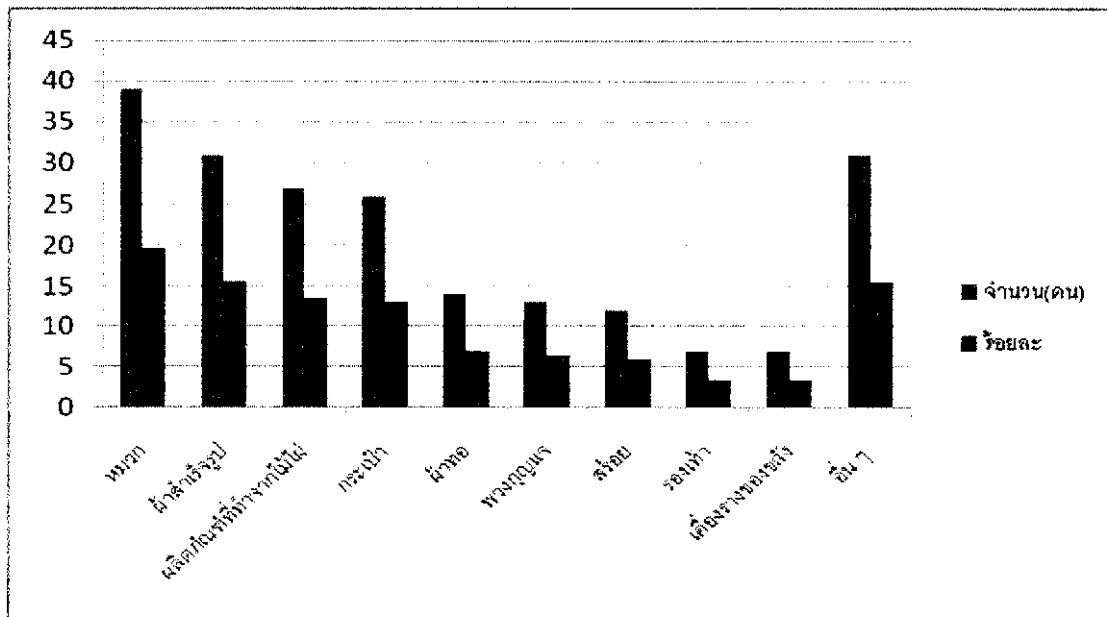
รูปที่ 17 แสดงการกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ

จากตารางที่ 12 และรูปที่ 17 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่คิดว่าจะกลับมาเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมา ไม่แน่ใจคิดเป็นร้อยละ 38 และไม่กลับมา คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางที่ 13 แสดงสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด

ชนิดสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หมวก	39	19.7
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้	31	15.7
กระเป๋า	27	13.6
ผ้าทอ	26	13.1
พวงกุญแจ	14	7.1
สร้อย	13	6.6
รองเท้า	12	6.1
เครื่องรางของขลัง	7	3.5
จักจั่น	7	3.5
ไม้เกาหลัง	5	2.5
ผ้าสำเร็จรูป	5	2.5

ไม้เท้า	4	2
กำไล	4	2
พัด	3	1.5
หมวกเอกสาร	3	1.5
ตะกร้อ	0	0
เสื่อ	0	0
กระเป๋าโทรศัพท์	0	0
กระเป๋าไม้	0	0
อื่นๆ	0	1
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

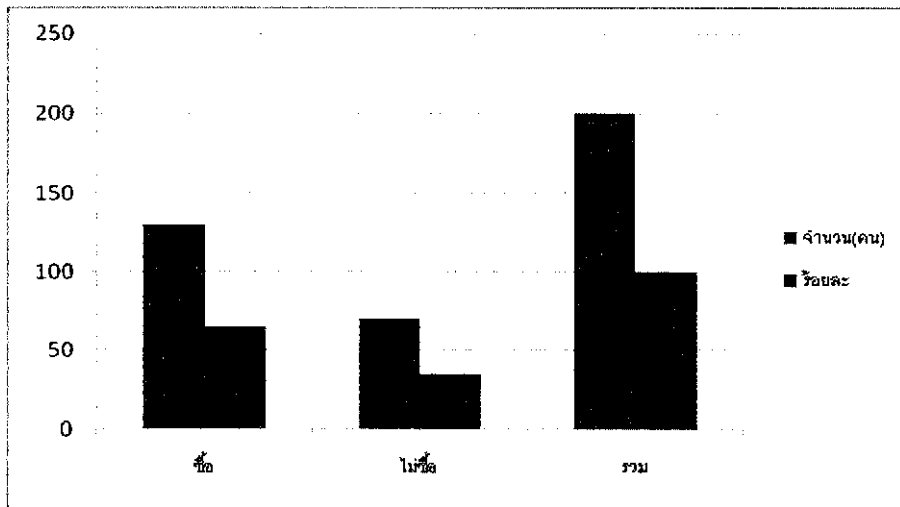


รูปที่ 18 แสดงสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด

จากตารางที่ 13 และรูปที่ 18 พบว่าสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุดคือหมวกคิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมาผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ คิดเป็นร้อยละ 15.5 และกระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 13.5

ตารางที่ 14 แสดงการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อ	130	65
ไม่ซื้อ	70	35
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>



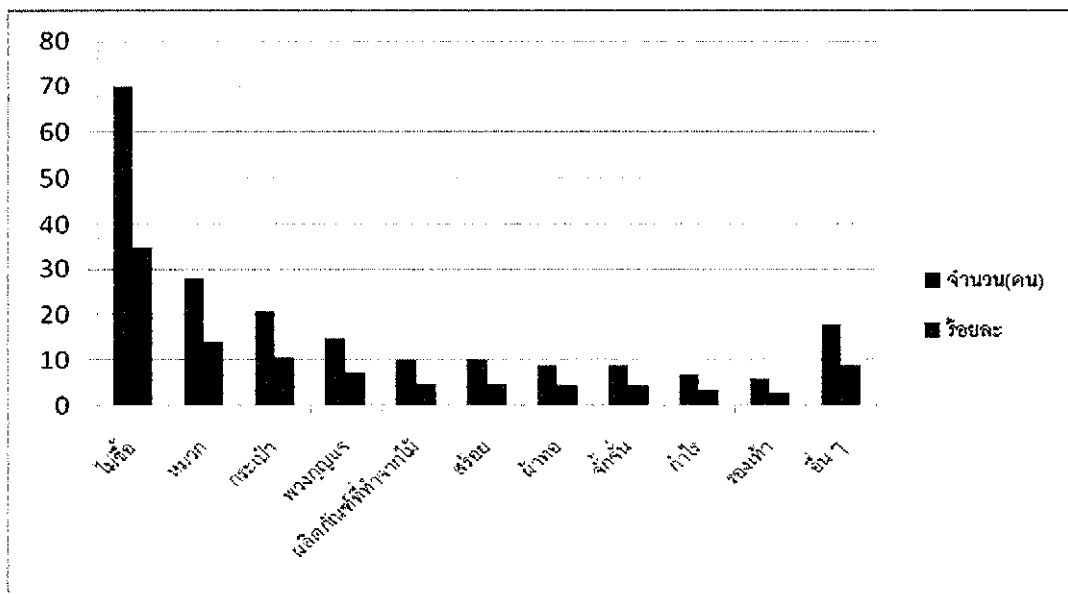
รูปที่ 19 การซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวฯ

จากตารางที่ 14 และรูปที่ 19 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่ระลึกคิดเป็นร้อยละ 65 ไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 35

ตารางที่ 15 แสดงสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อ

ชนิดสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ซื้อ	70	35
หมวก	28	14
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้	10	5
กระเป๋า	21	10.5
ผ้าทอ	9	4.5
พวงกุญแจ	15	7.5
สร้อย	10	5
รองเท้า	6	3
เครื่องรางของขลัง	3	1.5
จี้จัน	9	4.5
ไม้เท้าหลัง	2	1
ผ้าสำเร็จรูป	1	0.5

ชนิดสินค้า		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	กำไล	7	3.5
	พัด	3	1.5
	เพิ่มเอกสาร	2	1
	ตะกร้อ	0	0
	เสื่อ	0	0
	กระเป๋าโทรศัพท์	0	0
	จระเข้ไม้	1	0.5
	อื่น ๆ	3	1.5
<b>รวม</b>		<b>200</b>	<b>100</b>

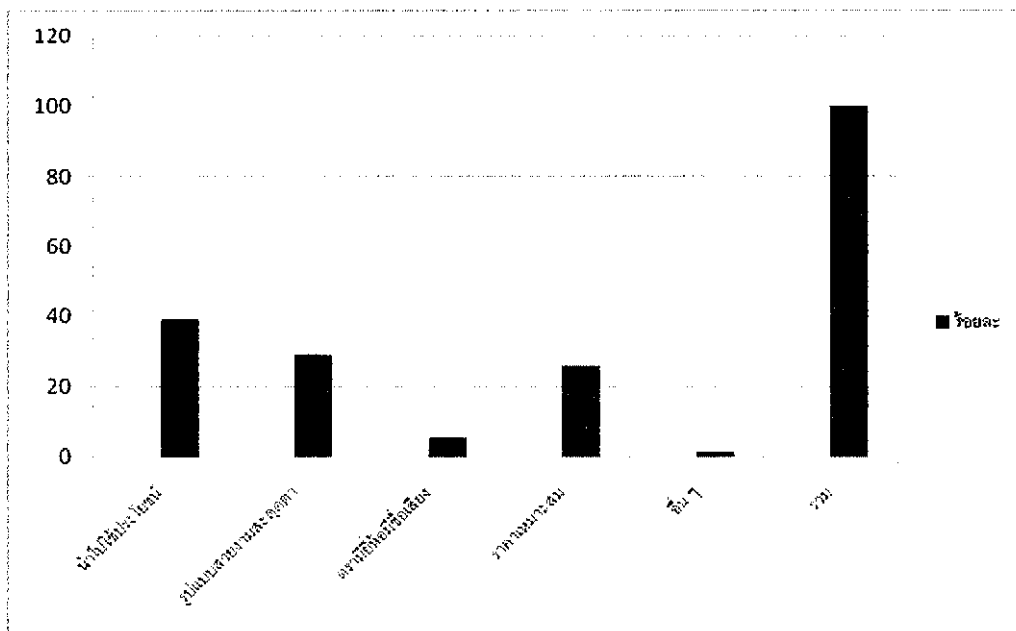


รูปที่ 20 แสดงสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อ

จากตารางที่ 15 และรูปที่ 20 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อหมวก คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมาซื้อกระเป๋าคิดเป็นร้อยละ 10.5 และพวงกุญแจคิดเป็นร้อยละ 7.5

ตารางที่ 16 แสดงเหตุผลในการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว

เหตุผลในการเลือกซื้อ	ร้อยละ
นำไปใช้ประโยชน์	38.8
รูปแบบสวยงามสะดุดตา	28.8
ครามีชื่อเสียงมีชื่อเสียง	5.4
ราคาเหมาะสม	25.8
อื่น ๆ	1.2
<b>รวม</b>	<b>100</b>

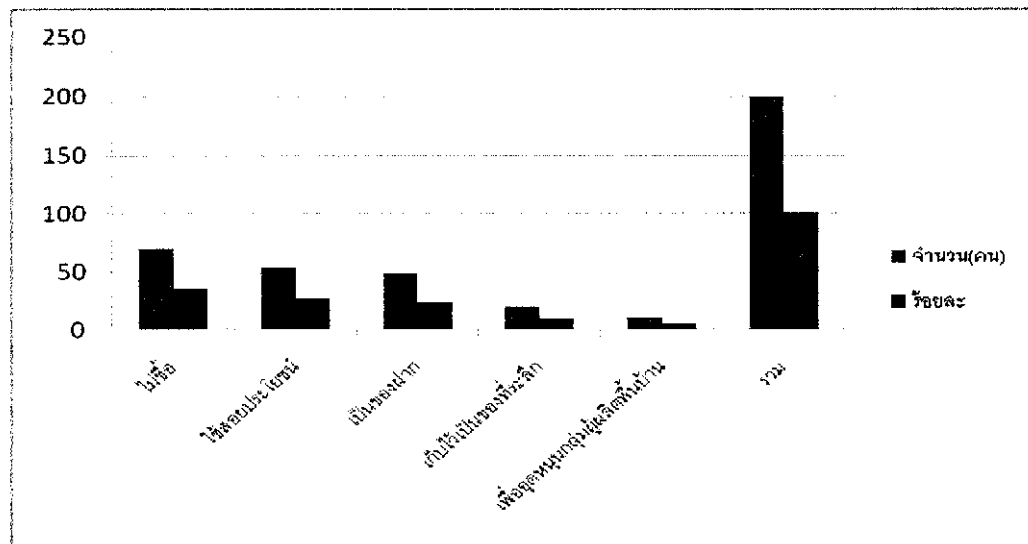


รูปที่ 21 แสดงเหตุผลในการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว

จากตารางที่ 16 และรูปที่ 21 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาซื้อเพราะรูปแบบสวยสะดุดตา คิดเป็นร้อยละ 28.8 และซื้อเพราะราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 25.8

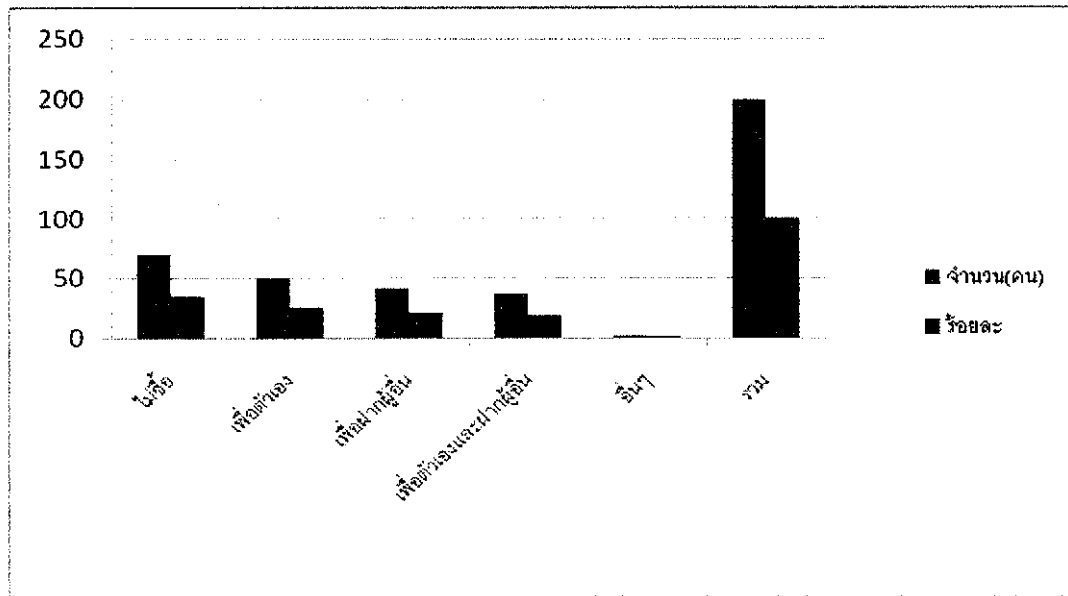
ตารางที่ 17 แสดงจุดประสงค์ในการเลือกซื้อและซื้อสินค้าสำหรับใคร

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>จุดประสงค์การเลือกซื้อ</b>		
ไม่ซื้อ	70	35
ใช้ประโยชน์	53	26.5
เป็นของฝาก	48	24
เก็บไว้เป็นที่ระลึก	19	9.5
เพื่ออุดหนุนผู้ผลิตพื้นบ้าน	10	5
อื่น ๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>ซื้อสำหรับใคร</b>		
ไม่ซื้อ	70	35
เพื่อตัวเอง	50	25
เพื่อฝากผู้อื่น	41	20.5
เพื่อตัวเองและฝากผู้อื่น	37	18.5
อื่น ๆ	2	1
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>



รูปที่ 22 แสดงจุดประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว





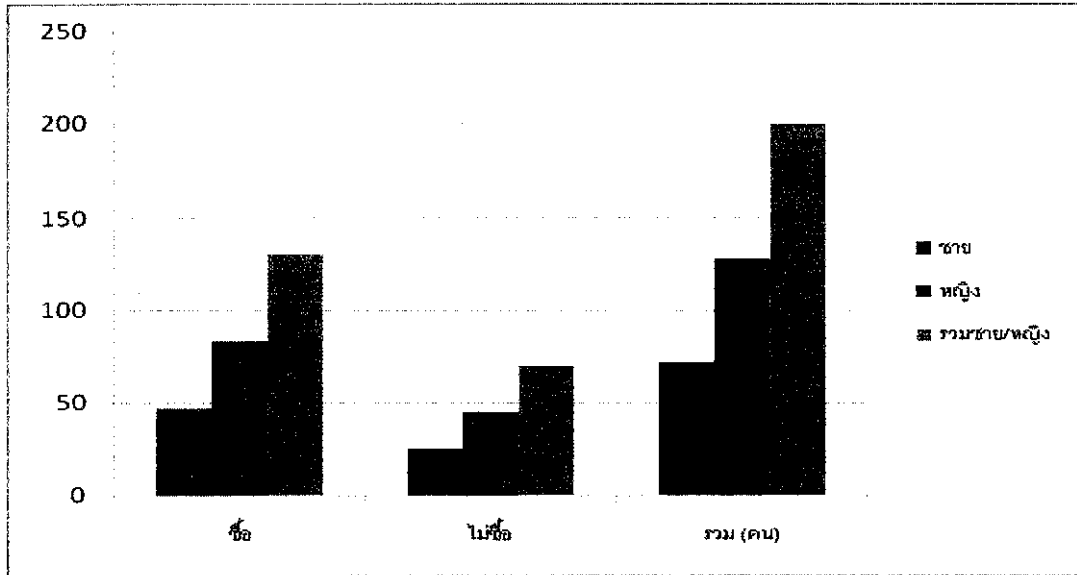
รูปที่ 23 แสดงถึงนักท่องเที่ยวยุคซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อใคร

จากตารางที่ 17 และรูปที่ 22,23 พบว่านักท่องเที่ยวยุคมีจุดประสงค์ในการเลือกซื้อของที่ระลึกส่วนใหญ่เพื่อใช้ประโยชน์คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาซื้อเพื่อเป็นของฝากคิดเป็นร้อยละ 24 และเก็บไว้เป็นที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 9.5

การซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อเพื่อตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาซื้อเพื่อฝากผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 20.5 และซื้อเพื่อตนเอง/ฝากผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 18.5

ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบตามเพศ

เพศ	ซื้อหรือไม่		รวม
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ชาย	47	25	72
หญิง	83	45	128
รวม	130	70	200

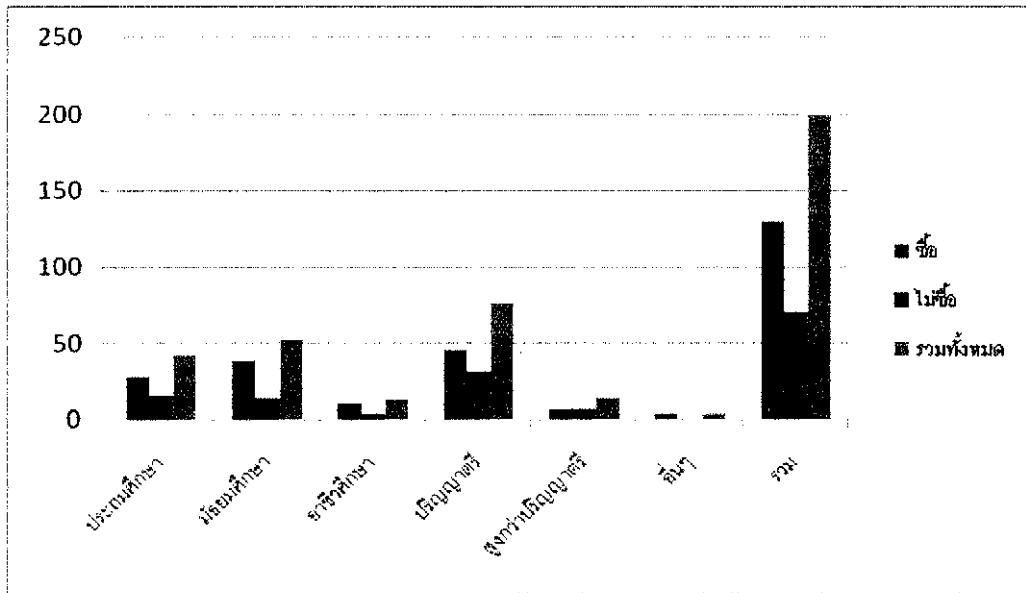


รูปที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบตามเพศ

จากตารางที่ 18 และรูปที่ 24 พบว่าเพศหญิงซื้อสินค้าที่ระลึกมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมาเที่ยว 128 คนซื้อสินค้าที่ระลึก 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ส่วนเพศชายมาเที่ยว 72 คน ซื้อสินค้าที่ระลึกเพียง 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบจากการศึกษา

		ซื้อหรือไม่		รวม
		ซื้อ	ไม่ซื้อ	
การศึกษา	ประถมศึกษา	27	15	42
	มัธยมศึกษา	38	14	52
	อาชีวศึกษา	10	3	13
	ปริญญาตรี	45	31	76
	สูงกว่าปริญญาตรี	7	7	14
	อื่นๆ	3	0	3
รวม		130	70	200

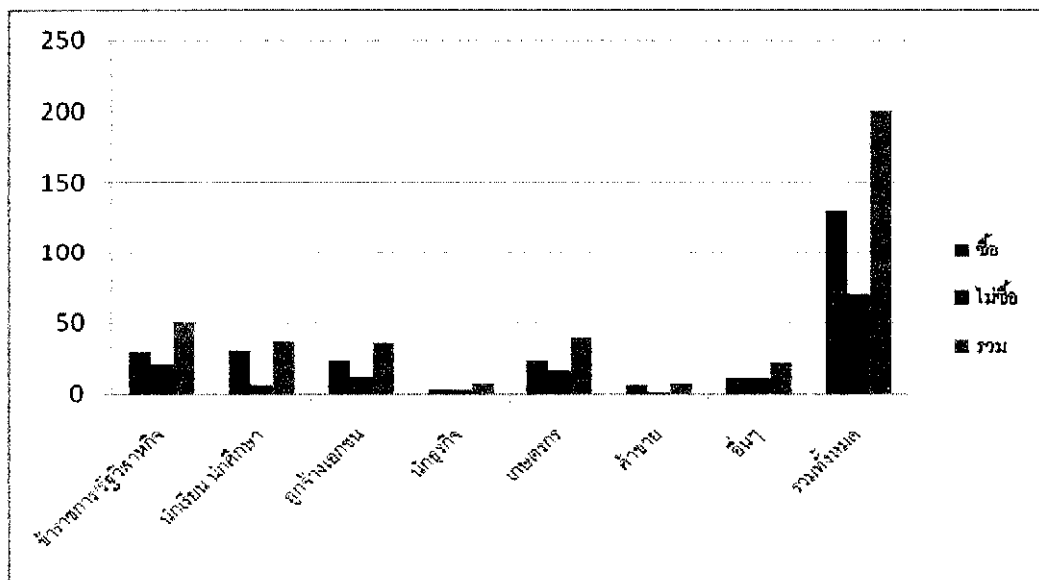


รูปที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบจากการศึกษา

จากตารางที่ 19 และรูปที่ 25 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี จะซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุดเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษา ซื้อสินค้า 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ระดับประถมศึกษา ซื้อสินค้า 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบจากอาชีพ

		ซื้อหรือไม่		รวม
		ซื้อ	ไม่ซื้อ	
อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	30	21	51
	นักเรียน นักศึกษา	31	6	37
	ลูกจ้างเอกชน	24	12	36
	นักธุรกิจ	4	3	7
	เกษตรกร	24	16	40
	ค้าขาย	6	1	7
	อื่นๆ	11	11	22
รวม		130	70	200

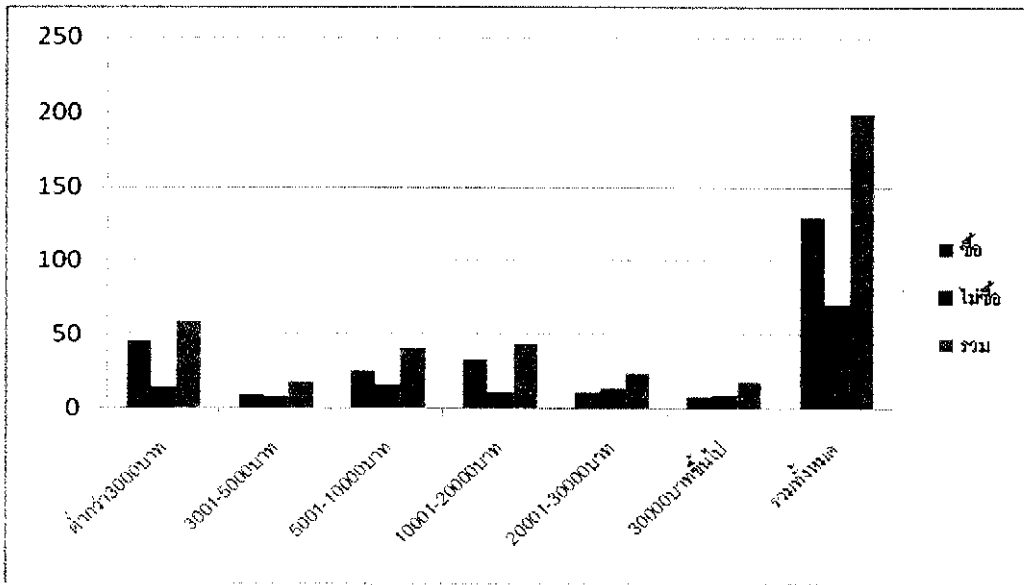


รูปที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจากอาชีพ

จากตารางที่ 20 และรูปที่ 26 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่ อาชีพนักเรียน นักศึกษาจะซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุดจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 รองลงมาเป็นอาชีพข้าราชการ ซื้อสินค้าจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และอาชีพเกษตรกรกับลูกจ้างเอกชนซื้อสินค้าจำนวน 24 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับจากรายได้

		ซื้อหรือไม่		รวม
		ซื้อ	ไม่ซื้อ	
รายได้	ต่ำกว่า3000 บาท	45	14	59
	3001-5000 บาท	9	8	17
	5001-10000 บาท	25	16	41
	10001-20000 บาท	33	10	43
	20001-30000 บาท	10	13	23
	30000 บาทขึ้นไป	8	9	17
	รวม		130	70

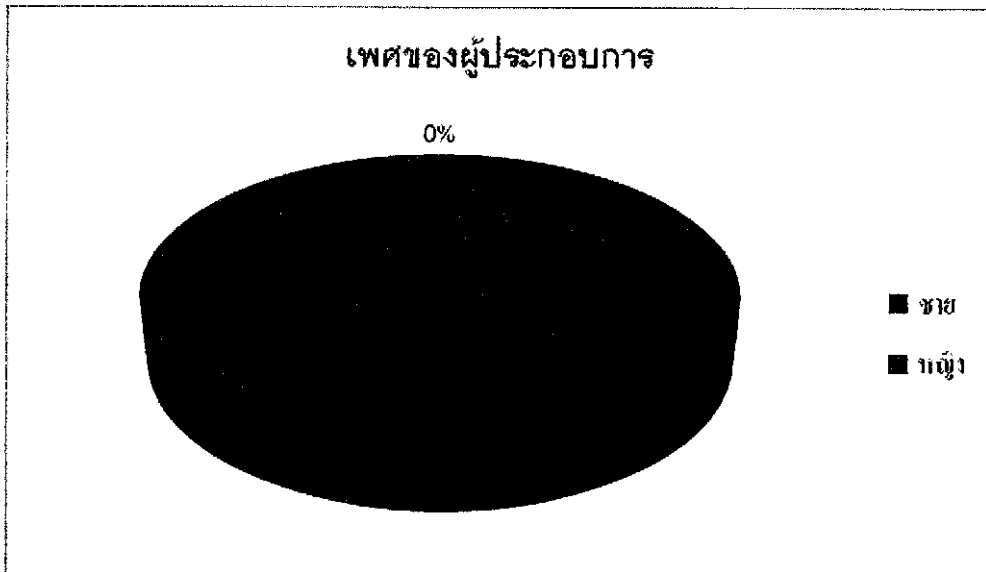


รูปที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบจากรายได้

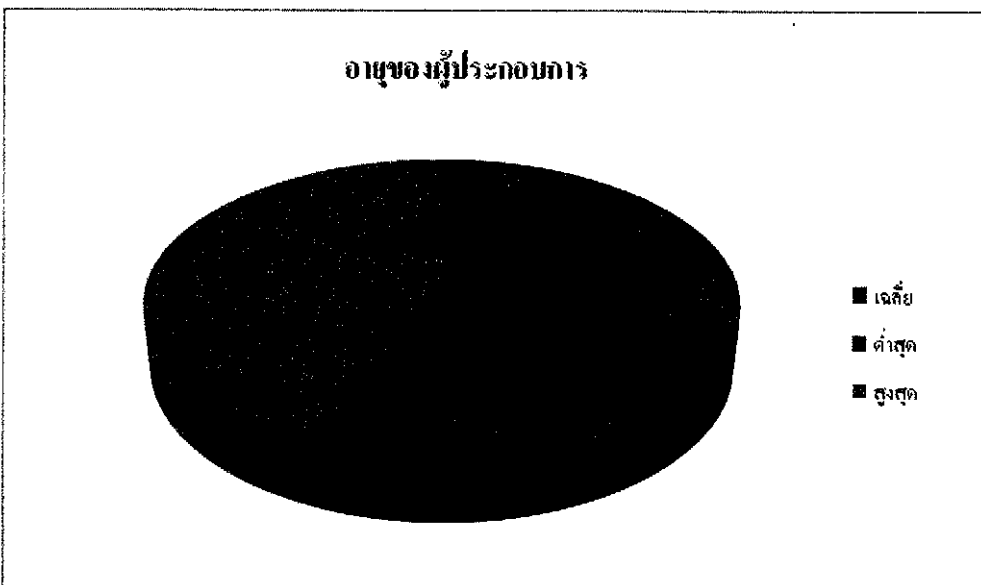
จากตารางที่ 21 และรูปที่ 27 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาท ซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รองลงมาเป็นผู้มีรายได้ในช่วง 3001-5000 บาท ซื้อสินค้าที่ระลึกจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และผู้มีรายได้ในช่วง 5001-1000 บาท ซื้อสินค้าที่ระลึกจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 22 แสดง เพศ อายุ ของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

		จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>			
	ชาย	0	0
	หญิง	6	100
	<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>			
	เฉลี่ย	55	
	ต่ำสุด	35	
	สูงสุด	72	



รูปที่ 28 แสดงเพศของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

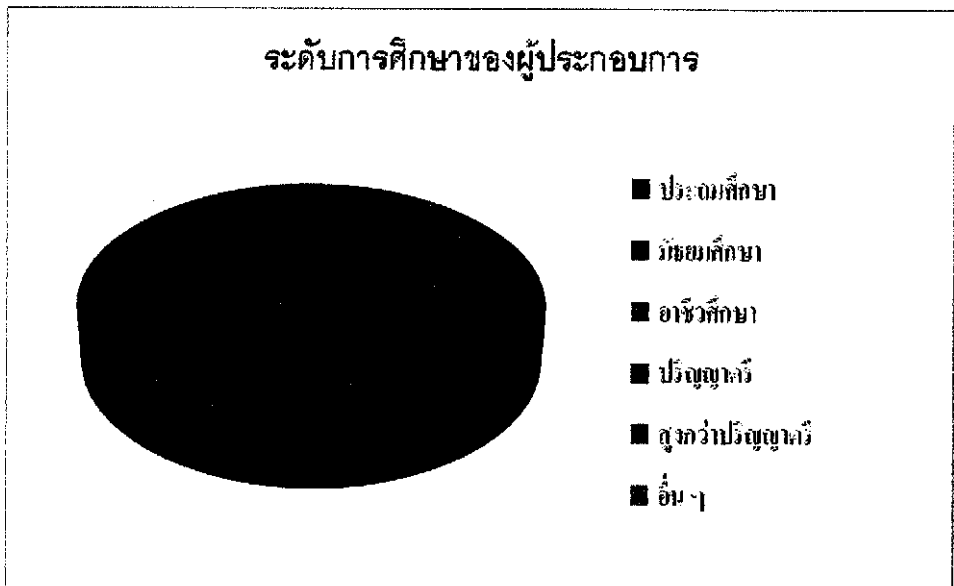


รูปที่ 29 แสดงอายุของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

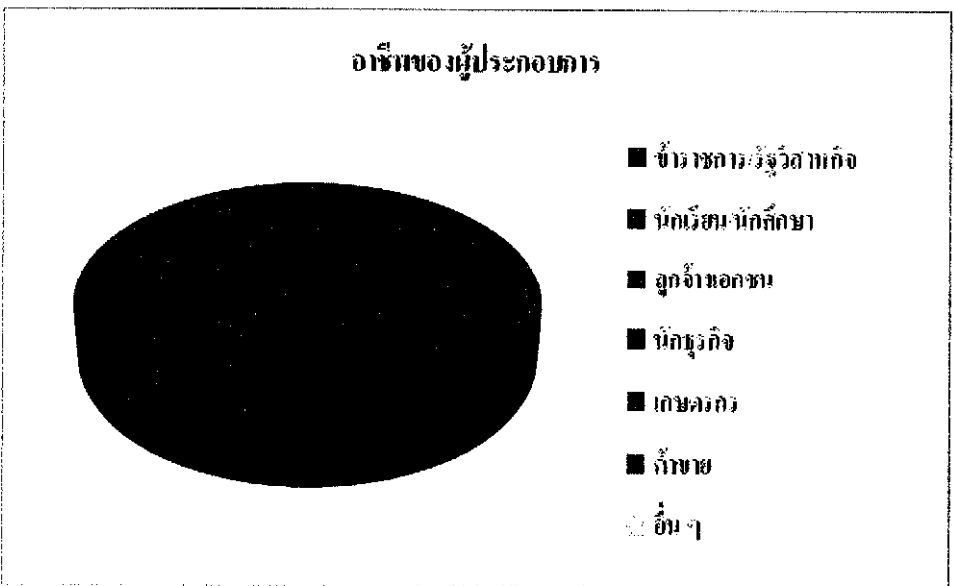
จากตารางที่ 22 และรูปที่ 28,29 ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าที่ระลึกเป็นเพศหญิงทั้งหมด โดยมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 55 ปี อายุน้อยที่สุดคือ 35 ปี และมีอายุมากที่สุดคือ 72 ปี

ตารางที่ 23 แสดงการศึกษา อาชีพ และรายได้ ของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>การศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	4	66.67
มัธยมศึกษา	2	33.33
อาชีวศึกษา	0	0
ปริญญาตรี	0	0
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>100</b>
<b>อาชีพ</b>		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0	0
นักเรียน/นักศึกษา	0	0
ลูกจ้างเอกชน	0	0
นักธุรกิจ	0	0
เกษตรกร	0	0
ค้าขาย	6	100
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>100</b>
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4	66.66
5,001-10,000 บาท	1	16.67
10,001-15,000 บาท	1	16.67
15,001-20,000 บาท	0	0
20,001-25,000 บาท	0	0
25,001 บาทขึ้นไป	0	0
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

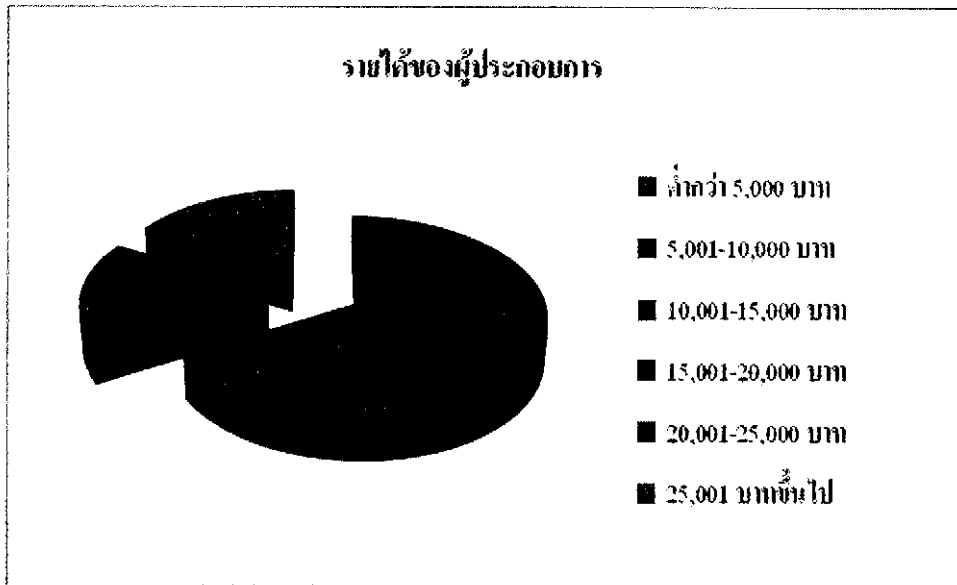


รูปที่ 30 แสดงระดับการศึกษาของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



รูปที่ 31 แสดงอาชีพของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา





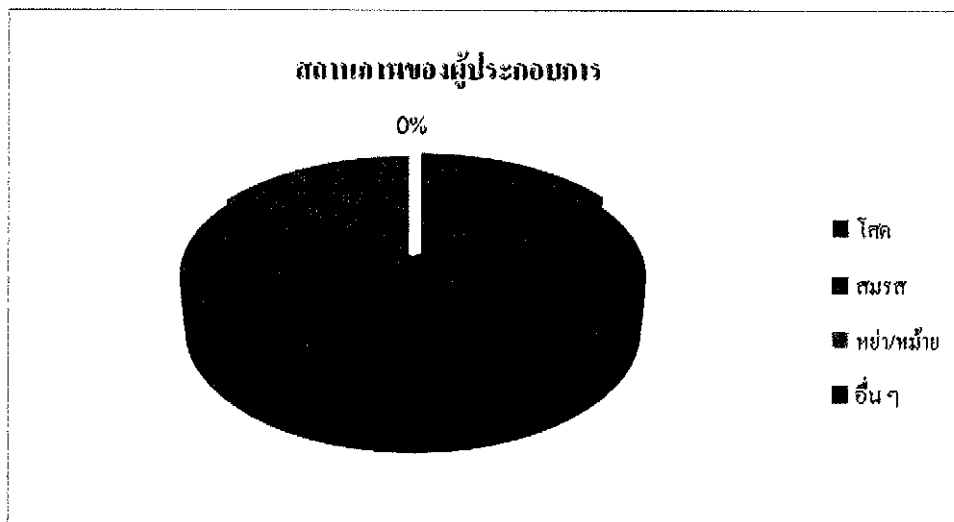
รูปที่ 32 แสดงระดับรายได้ของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

จากตารางที่ 23 และรูปที่ 30, 31 และ 32 แสดงถึงการศึกษาของผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมามีการศึกษาอยู่ที่ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.33

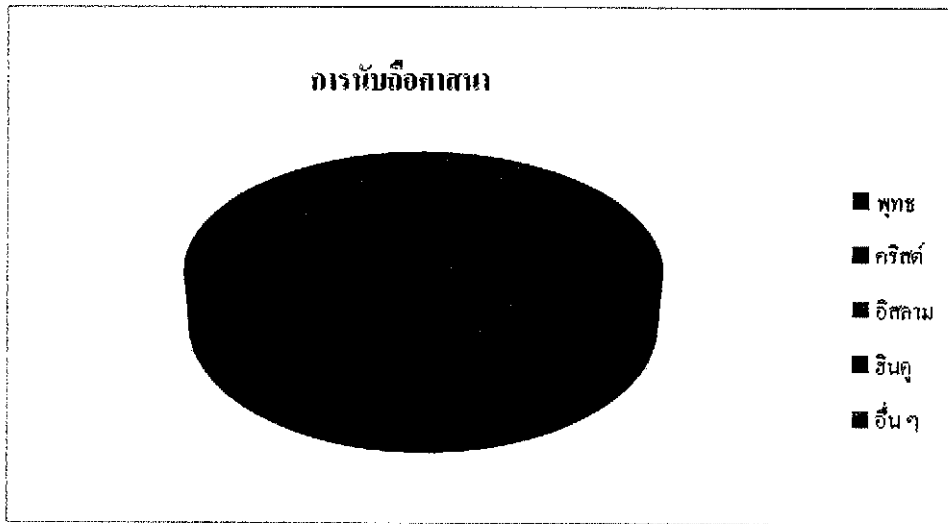
ผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกมีอาชีพ ค้าขายเป็นอาชีพหลักทั้งหมด ผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.66 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67

ตารางที่ 24 แสดงสถานภาพและศาสนาของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึก

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>สถานภาพ</b>		
สมรส	4	66.66
โสด	1	16.67
หย่า/หม้าย	1	16.67
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>100</b>
<b>ศาสนา</b>		
พุทธ	6	100
คริสต์	0	0
อิสลาม	0	0
ฮินดู	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>100</b>



รูปที่ 33 แสดงสถานภาพของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



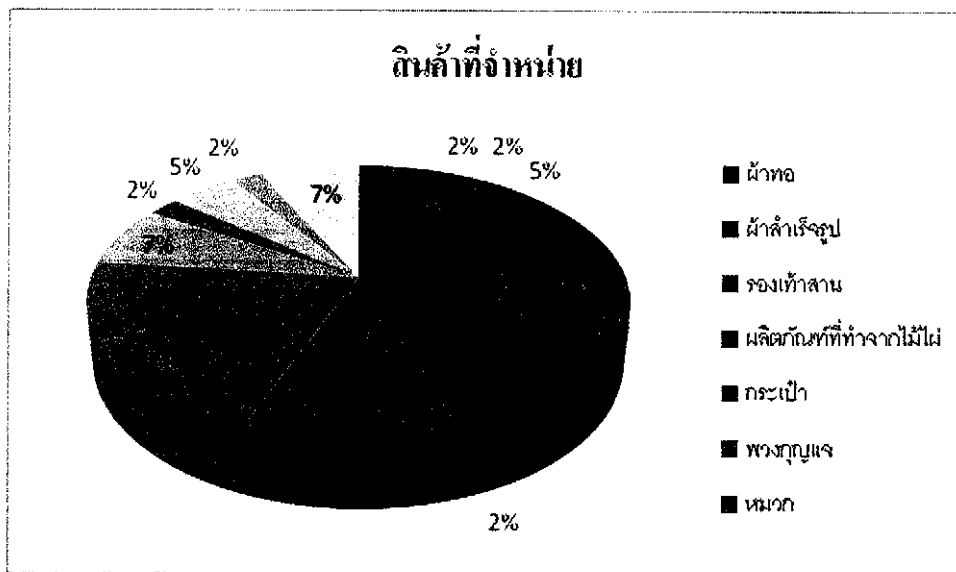
รูปที่ 34 แสดงการนับถือศาสนาของผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

จากตารางที่ 24 และรูปที่ 33,34 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 66.66 รองลงมา มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 16.17 และมีสถานภาพหย่า/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 16.67 และผู้ประกอบการทั้งหมดนับถือศาสนาพุทธ

ตารางที่ 25 แสดงลักษณะการขายสินค้าที่ระลึกของผู้ประกอบการ ที่จัดจำหน่ายในแต่ละร้าน

	จำนวน (สินค้าที่ร้านจัดจำหน่าย)	ร้อยละ
<b>สินค้าที่จำหน่าย</b>		
กระเป๋า	5	11.6
หมวก	4	9.3
สร้อย	4	9.3
พวงกุญแจ	3	7
กำไล	3	7
จี้จั่น	3	7
พัด	3	7
ผ้าทอ	2	4.7
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่	2	4.7
เครื่องรางของขลัง	2	4.7
เสื่อ	2	4.7
ไม้เท้าหลัง	2	4.7
แฟ้มเอกสาร	2	4.7

ผ้าสำเร็จรูป	1	2.3
รองเท้าสาน	1	2.3
ไม้เท้า	1	2.3
ตระกร้อ	1	2.3
กระเป๋าทอศัพท์	1	2.3
จระเข้ไม้	1	2.3
<b>รวม</b>	<b>43</b>	<b>100</b>



รูปที่ 35 แสดงลักษณะการขายสินค้าที่ระลึกของผู้ประกอบการ ที่จัดจำหน่ายในแต่ละร้าน

จากตารางที่ 25 และรูปที่ 35 พบว่าผู้ประกอบการมีสินค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุดคือ กระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 11.6 รองลงมาคือ หมวกและสร้อย คิดเป็นร้อยละ 9.3

ตารางที่ 26 แสดงลักษณะการขายสินค้าที่ระลึกของผู้ประกอบการ จำนวนสินค้าที่ขายได้มากที่สุดในแต่ละร้าน

	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
<b>สินค้าที่ขายได้มากที่สุด</b>		
หมวก	3	50
กระเป๋า	1	16.7
เครื่องรางของขลัง	1	16.7
สร้อย	1	16.7
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>100</b>



รูปที่ 36 แสดงลักษณะการขายสินค้าที่ระลึกของผู้ประกอบการ จำนวนสินค้าที่ขายได้มากที่สุดในแต่ละร้าน

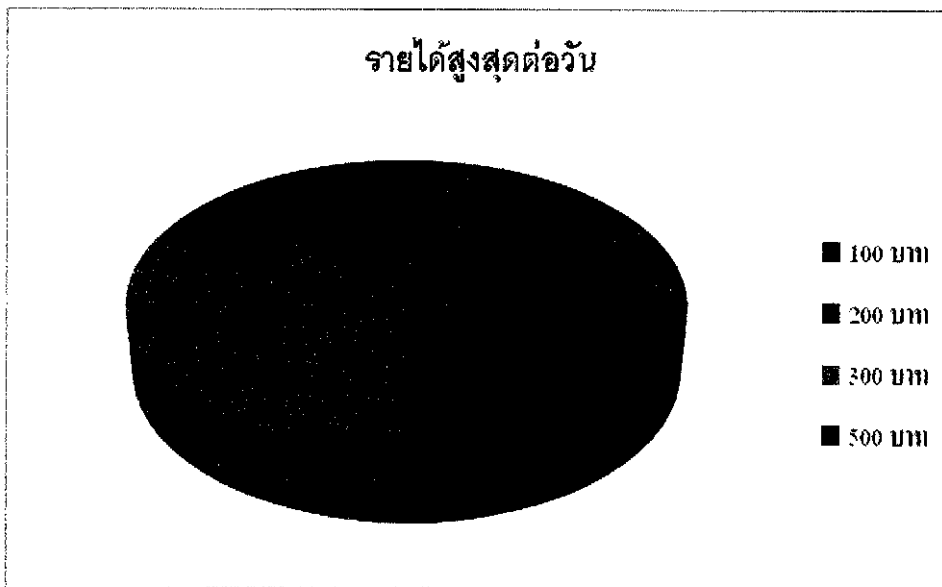
จากตารางที่ 26 และรูปที่ 36 พบว่าสินค้าที่ผู้ประกอบการขายได้มากที่สุดคือ หมวก คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ กระเป๋าสาน, เครื่องรางของขลัง และสร้อย โดยแต่ละชนิดคิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 27 แสดงรายได้สูงสุดต่อวัน รายได้ต่ำสุดต่อวัน และรายได้เฉลี่ยต่อวันของผู้ประกอบการจากการจำหน่ายของที่ระลึก

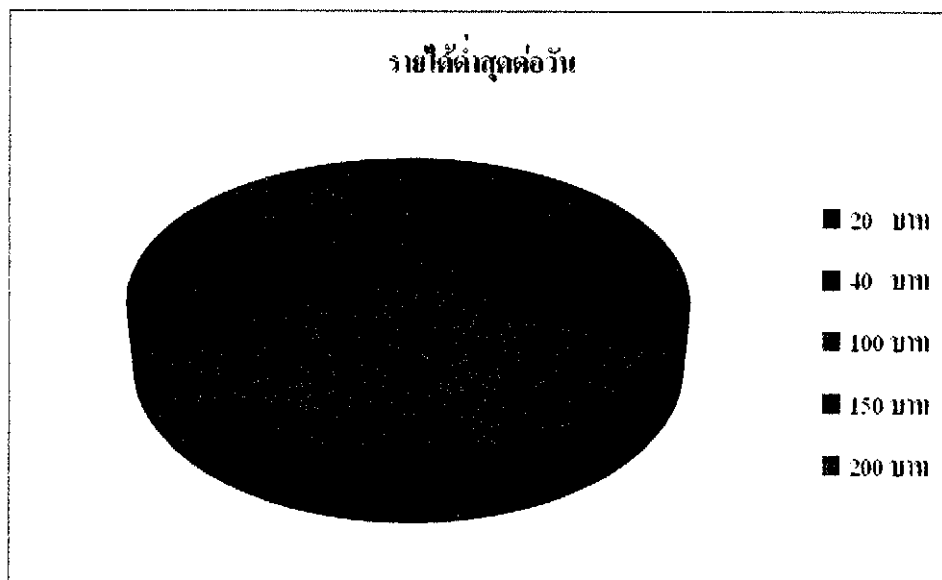
	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
<b>รายได้สูงสุดต่อวัน</b>		
100 บาท	1	16.7
200 บาท	2	33.3
300 บาท	2	33.3
500 บาท	1	16.7
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>100</b>
<b>รายได้ต่ำสุดต่อวัน</b>		
20 บาท	1	16.7
40 บาท	1	16.7
100 บาท	2	33.3
150 บาท	1	16.7
200 บาท	1	16.7
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

**รายได้เฉลี่ยต่อวัน**

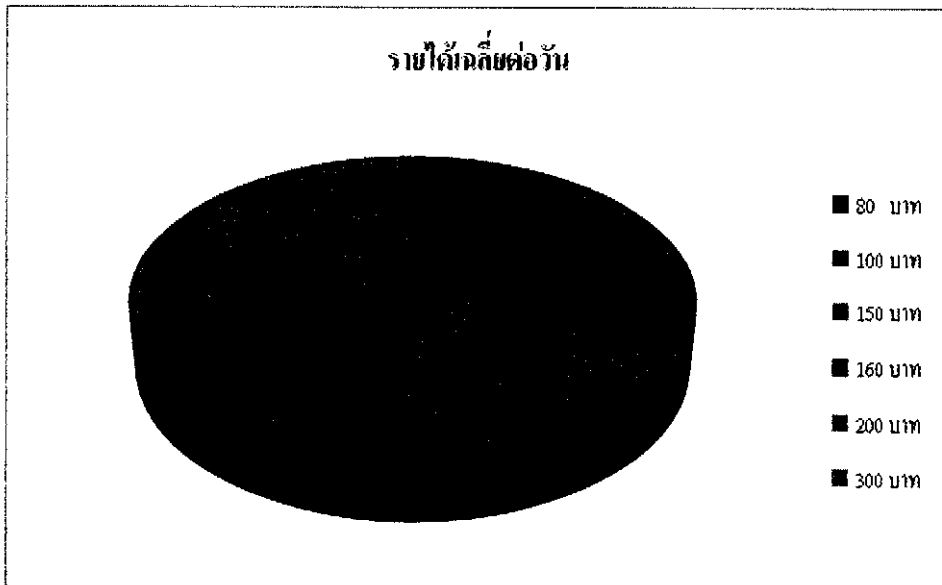
80 บาท	1	16.7
100 บาท	1	16.7
150 บาท	1	16.7
160 บาท	1	16.7
200 บาท	1	16.7
300 บาท	1	16.7
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>100</b>



รูปที่ 37 แสดงรายได้สูงสุดต่อวันของผู้ประกอบการจากการจำหน่ายของที่ระลึก



รูปที่ 38 แสดงรายได้ต่ำสุดต่อวันของผู้ประกอบการจากการจำหน่ายของที่ระลึก



รูปที่ 39 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อวันของผู้ประกอบการจากการจำหน่ายของที่ระลึก

จากตารางที่ 27 และรูปที่ 37,38 และ39 พบว่าผู้ประกอบการที่ขายสินค้าที่ระลึกมีรายได้สูงสุดต่อวัน วันละ 200 และ 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา มีรายได้ วันละ 100 และ 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีรายได้ต่ำสุดต่อวัน วันละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา มีรายได้ 20 บาท, 40 บาท, 150 บาท และ 200 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 16.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อวัน วันละ 80 บาท ถึง 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 28 แสดงราคาสินค้าที่ระลึกที่จัดจำหน่ายที่สำคัญซึ่งเป็นสินค้า OTOP ที่ผลิตเอง ที่บ้านธารปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา มีรายละเอียดดังนี้

ลำดับที่	ชนิดของสินค้า	ราคาที่ได้รับมา	ราคาที่จำหน่าย
1	ผ้าทอ	390	550
2	ผ้าสำเร็จรูป	60	90
3	ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่	30(แล้วแต่ชนิดของสินค้า)	50
4	กระเป๋	130 ,150, 200	190
5	พวงกุญแจ	8	15
6	ไม้เท้า	120	159
7	หมวก	60	100
8	เครื่องรางของขลัง	80	100
9	ตะกร้อ	30	59
10	เสื่อ	160	190

11	แฟ้มเอกสาร	200	230
12	กระเป๋าโทรศัพท์	30	45
13	จ๊กจั่น	5	10
14	ไม้เกาหลัง	20	35
15	จระเข้ไม้	80	100
16	กำไล	20	35
17	สร้อย	20	30
18	พัด	15	25
19	กระดานฉนวน	30	59
20	หมอน	245	250
21	แหวน	10	19
22	หนังสือ	30	59
23	รองเท้าสาน	60	120

ผู้ประกอบการ จากการสำรวจโดยใช้แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกพบว่า มีทั้งหมด 6 ราย ซึ่งมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 55 ปี อายุน้อยที่สุดคือ 35 ปี และอายุมากที่สุดคือ 72 ปี ,ระดับการศึกษาส่วนมากสำเร็จชั้นประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 66.67 และระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.33 ,ผู้ประกอบการมีอาชีพค้าขายเป็นอาชีพหลัก ,รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.66 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67 ,และมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67 ,สถานภาพส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 66.66 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 16.67 และมีสถานภาพหย่า/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 16.67 ซึ่งผู้ประกอบการทั้งหมดนับถือศาสนาพุทธ , สินค้าที่จัดจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ , กระเป๋า , พวงกุญแจ , หมวก , ไม้เท้า , เครื่องรางของขลัง , ตะกร้อ , เสื้อ , แฟ้มเอกสาร , กำไล , สร้อย , จ๊กจั่น , กระเป๋าโทรศัพท์ , ไม้เกาหลัง , จระเข้ไม้ , พัด , ผู้ประกอบการมีสินค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุดคือ กระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 11.6 รองลงมาคือ หมวกและสร้อย คิดเป็นร้อยละ 9.3 , สินค้าที่ผู้ประกอบการขายได้มากที่สุดคือ หมวก คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ กระเป๋า , เครื่องรางของขลัง และสร้อย โดยแต่ละชนิดคิดเป็นร้อยละ 16.7 , ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าที่ระลึกมีรายได้สูงสุดต่อวัน วันละ 200 และ 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมามีรายได้ วันละ 100 และ 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีรายได้ต่ำสุดต่อวัน วันละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมามีรายได้ 20 บาท, 40 บาท, 150 บาท และ 200 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 16.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อวัน วันละ 80 บาท ถึง 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7



## บทที่ 5 บทสรุป

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง : พฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว , ลักษณะของสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว , ต้นทุนของการผลิตและผลตอบแทนจากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบของสินค้าที่ระลึกอีกด้วย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่อำเภอโนนสูง ซึ่งมีอายุเฉลี่ย 35 ปี และเป็นผู้ซื้อสินค้าที่ระลึกต่างๆ ดังนี้ ผ้าทอ , ผ้าสำเร็จรูป , รองเท้าสาน , ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ , กระเป่า , พวงกุญแจ , หมวก , ไม้เท้า , เครื่องรางของขลัง ตะกร้อ , เสื้อ , เข็มเย็บผ้า , กำไล , สร้อย , จักจั่น , กระเป๋าโทรศัพท์ , ไม้เท้า , จระเข้ไม้ , พัด เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบบังเอิญ ผู้ที่ซื้อสินค้าที่ระลึก จำนวน 130 คน ข้อมูลที่ได้ดำเนินการวิเคราะห์และประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าทางสถิติในการตอบปัญหาวิจัย วัตถุประสงค์และข้อมูลทางการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวบ้านปราสาท เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 64 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 36 ซึ่งมีอายุเฉลี่ย 35 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาเป็นการศึกษาที่ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26 และระดับประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 21 นักท่องเที่ยวมีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 20 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมา มีระดับรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.5 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมา มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 98 และเดินทางมาเป็นกลุ่มญาติและครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาเดินทางมากับหน่วยงานในรูปแบบของการมาทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27.5 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ รถประจำทางปรับอากาศ คิดเป็นร้อยละ 19 ส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 70.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาซื้อเพราะรูปแบบสวยสะดุดตา คิดเป็นร้อยละ 28.8 และซื้อเพราะราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 25.8 นักท่องเที่ยวมีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรีจะซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.5 นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษาจะซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท ซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.5

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา พบว่ามีเพียงที่บ้านปราสาทแห่งเดียวเท่านั้นที่ได้จัดจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนประเภทสินค้าที่ระลึกที่จัดจำหน่าย ได้แก่ ประเภทสินค้าสำเร็จรูป จำพวก ผ้าทอ , ผ้าสำเร็จรูป , หมวก , กระเป๋า , รองเท้าสาน , แฟ้มเอกสาร ประเภทสินค้าที่ทำจากไม้ไผ่ , เครื่องรางของขลัง และเครื่องประดับต่างๆ สำหรับสินค้าที่ระลึกที่จัดจำหน่ายที่บ้านปราสาทส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่สหกรณ์ชุมชนของบ้านปราสาทได้ผลิตและจำหน่ายเอง ซึ่งได้แก่ หมวก , กระเป๋า , รองเท้าสาน , แฟ้มเอกสาร , จักจั่น และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ โดยที่หมวกเป็นสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ คิดเป็นร้อยละ 15.5 และกระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 13.5

ในการจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวซื้อจะมีราคาของต้นทุนและผลตอบแทนของสินค้าแต่ละชนิด ดังนี้

ลำดับที่	ชนิดของสินค้า	ราคาที่รับมา	ราคาที่จัดจำหน่าย	ผลตอบแทนที่ได้/ชิ้น
1	หมวก	60	100	40
2	กระเป๋า	150	190	40
3	พวงกุญแจ	8	15	7
4	ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่	ราคาของสินค้าคิดตามความยากง่ายในการผลิต		
5	สร้อย	20	30	10

รายได้สูงสุดในการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 200 บาทต่อวัน รายได้ต่ำสุดในการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 40 บาทต่อวัน รายได้เฉลี่ยในการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 100 บาทต่อวัน ช่วงระยะเวลาที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกได้มากที่สุด คือ ช่วงเทศกาลต่างๆ

นอกจากนี้ประชาชนที่มาเที่ยวอำเภอโนนสูงยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้าที่ระลึก ในสินค้าที่ระลึกประเภทต่างๆ มีข้อเสนอแนะว่า สินค้าควรมีราคาถูก ควรเน้นเรื่องความสะดวกปลอดภัย สินค้าควรมีคุณภาพ ควรผลิตสินค้าให้หลากหลาย บรรจุภัณฑ์สินค้าควรมีความสวยงาม น่าสนใจ ควรพัฒนารูปแบบสินค้าให้เป็นของประจำอำเภอ เป็นสินค้าที่มีประโยชน์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ในการพัฒนารูปแบบสินค้า รูปแบบสินค้าควรมีความแปลกตา น่าสนใจ ควรมีตราของอำเภอประทับอยู่ที่สินค้า ควรพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ สินค้าควรเน้นเรื่องประโยชน์ในการใช้สอย ควรพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและขนาด สินค้าควรมีความแข็งแรง คงทน รูปแบบสินค้าควรเน้นในเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน สินค้าควรมีความสวยงามเป็นวัสดุในการทำสินค้าควรมีความหลากหลาย ควรส่งเสริมให้แต่ละท้องถิ่นผลิตสินค้าที่ระลึก

## 5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องนี้แล้ว ผู้วิจัยเห็นว่า มีประเด็นที่เห็นสมควรนำมาอภิปรายเพื่อเกิดความเข้าใจยิ่งขึ้น เนื่องจากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชนและองค์การบริหารส่วนตำบล พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา มีเพียงบ้านปราสาทที่เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวและมีการจัดจำหน่ายของที่ระลึก คณะผู้จัดทำจึงใช้แบบสอบถามทำการสัมภาษณ์เพียงนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในบ้านปราสาทเป็นจำนวน 200 ชุด และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่จำหน่ายของที่ระลึกในบ้านปราสาททั้งหมดจำนวน 6 ราย มีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวบ้านปราสาทผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอำเภอโนนสูงและเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกเป็นเพศหญิงมากกว่าชาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเพศหญิงเป็นเพศที่มีลักษณะนิสัยในการซื้อของอุปโภคบริโภค และมีความพิถีพิถันในเรื่องการซื้อ เป็นเพศที่รักสวยรักงามชอบการตกแต่งประดับประดา ความประณีต ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นเพศที่ชอบแสวงหาสิ่งของเครื่องใช้เพื่อตนเองและผู้อื่น รวมทั้งชอบสะสมของที่มียุคเก่าและความงามมากกว่าเพศชาย โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ประชากรจำนวน 200 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 35 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าวัยนี้สภาพด้านร่างกายและจิตใจมีความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว มีความเป็นผู้ใหญ่ อยู่ในวัยกำลังศึกษาและสำเร็จการศึกษา มีการตัดสินใจซื้อสูง อีกทั้งยังอยู่ในวัยที่เสาะแสวงหาสินค้าอุปโภคบริโภค

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาเที่ยวอำเภอโนนสูงเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกด้วยวัตถุประสงค์เพื่อจะซื้อไปใช้ประโยชน์และซื้อฝากผู้อื่นด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเมื่อมาเที่ยวอำเภอโนนสูงได้พบเห็นสินค้าที่ระลึกซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นก็มีความอยากทดลองใช้ บางคนอาจจะเคยได้รับทราบถึงชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ มาก่อนเมื่อมาพบเห็นสินค้าที่ถูกต้อง มีรูปทรงที่ชอบ มีขนาดที่พอเหมาะ มีตรารับรอง ก็ตัดสินใจเลือกซื้อ บางคนต้องการหาซื้อสินค้าที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอเพื่อเป็นการสะสม หรือนำไปให้ผู้อื่นเพื่อเป็นของขวัญฝากแสดงให้รู้ว่าตนได้มาเที่ยว อำเภอโนนสูงหรือซื้อหาของที่มียุคเก่าและเป็นสัญลักษณ์ของอำเภอโนนสูงไปมอบให้ผู้อื่นเป็นการแสดงความเคารพหรือเป็นการแสดงความมีน้ำใจต่อผู้อื่น ซึ่งเป็นค่านิยมที่ควรยกย่องของคนไทย ซึ่งเป็นผู้มีน้ำใจไมตรี มีความเอื้ออารี รักพวกพ้องและเป็นผู้ที่มีความกตัญญูรู้บุญคุณคน

ผลการวิจัยพบว่า ประเภทของใช้ นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ หมวก กระเป๋าตามลำดับ เพราะปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบ ฝีมือประณีต สวยงามและสีสวยงาม เครื่องจักสาน มีผู้เลือกซื้อในจำนวนใกล้เคียงกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสินค้าที่ระลึกดังกล่าวเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป ใช้วัสดุหลายอย่างมาทำการสานทำให้มีรูปแบบที่สวยงามแตกต่างกันไป

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านสินค้าอัน ได้แก่ รูปทรง วัสดุ ขนาด สี และบรรจุภัณฑ์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก มีดังนี้

ผลการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ หมวก กระเป๋า สีและลวดลาย ฝีมือในการทำมีผลต่อการเลือกซื้ออย่างมาก ทั้งนี้เพราะสีที่สวยงามและตรงตามรสนิยมของลูกค้าย่อมมีผลในการโน้มน้าวให้ตัดสินใจซื้อได้ดี ส่วนเครื่องจักสานพบว่ารูปทรงมีผลต่อการเลือกซื้ออย่างมาก ทั้งนี้เพราะรูปทรงย่อมเป็นที่ดึงดูดความสนใจ อีกทั้งรูปทรงของเครื่องจักสานยังมีส่วนสัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยอีกด้วย

จากผลการวิจัยพบว่า รูปทรงและสีของสินค้าที่ระลึกมีผลต่อการเลือกซื้อมากกว่าอย่างอื่น รองลงมาได้แก่วัสดุที่ใช้ทำ ทั้งนี้ การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแต่ละวัย ผลการวิจัยพบว่า ในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกเกือบทุกประเภท กลุ่มผู้ซื้อมากที่สุดคือเพศหญิงอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 35 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัยนี้มียานทำงานมีรายได้และมีประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้า จึงทำให้มีการตัดสินใจดีกว่ากลุ่มอื่น อีกทั้งวัยนี้ส่วนใหญ่มีสภาพสมรสหรือมีครอบครัวแล้ว การตัดสินใจซื้อของใช้และของตกแต่งเพื่อใช้ในครัวเรือนจึงเป็นสิ่งจำเป็น สินค้าที่ระลึกประเภทของใช้ ซึ่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ หมวก กระเป๋า พบว่าแต่ละกลุ่มเลือกซื้อด้วยเหตุผล สีและลวดลายสวยงาม ฝีมือการตัดเย็บประณีต รูปทรงของผลิตภัณฑ์สวยงาม ทุกกลุ่มเลือกซื้อเพราะเป็นวัสดุจากธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นลักษณะเด่นอันเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าชนิดนี้ เครื่องจักสาน รูปทรงสวยงาม ฝีมือในการทำประณีต

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1. อำเภอโนนสูงควรส่งเสริมสนับสนุนให้มีการผลิตสินค้าที่ระลึกหลากหลายชนิด ควรมีการประดิษฐ์คิดค้นหาสินค้าแปลกใหม่ โดยพยายามผลิตสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด พร้อมกับมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามทันสมัยเหมาะสมกับสินค้า เพื่อให้สินค้าที่ระลึกมีความน่าสนใจตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ ควรมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า มาตรฐานราคาสินค้า อีกทั้งกำหนดจุดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกทุกประเภทให้อยู่ในแหล่งเดียวกันและมีทุกสถานที่ท่องเที่ยว และควรได้มีการประชาสัมพันธ์ทั้งสินค้าที่ระลึกและแหล่งขายสินค้าที่ระลึกให้ทราบ โดยทั่วกัน

2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีนโยบายในการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อชักชวน โน้มน้าวประชาชนให้มาเที่ยวและซื้อสินค้าที่ระลึกของจังหวัดลพบุรีเพิ่มมากขึ้น ควรเป็นศูนย์ข้อมูลเรื่องสินค้าที่ระลึกและเป็นศูนย์ประสานงานระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งขายแหล่งผลิต เพื่อควบคุมคุณภาพและรูปแบบของสินค้าที่ระลึกให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น

3. ผู้นำระดับท้องถิ่น ควรส่งเสริมสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น มีคุณภาพ ทั้งตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์สินค้าของท้องถิ่นให้แพร่หลาย ควรหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาของสินค้าที่ระลึกแต่ละชนิดมาให้คำแนะนำ เพื่อที่จะปรับปรุงพัฒนาและสร้างสรรค์สินค้าที่ระลึกให้ดีและมีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น

4. กลุ่มผู้ผลิตของชุมชน ควรพัฒนาปรับปรุงฝีมือเพื่อผลิตสินค้าที่ระลึก ให้มีมาตรฐานในด้านคุณภาพ หรือพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น ควรคิดสร้างสรรค์หาสินค้าแปลกใหม่เพื่อขยายตลาด มีการรวมกลุ่มกันผลิตสินค้าเพื่อให้มีปริมาณเพียงพอต่อการจำหน่าย และควรมีการไปศึกษาดูแหล่งขายแหล่งผลิตสินค้าที่ระลึกในท้องถิ่นอื่นๆ เพื่อจะได้แนวคิดและเปรียบเทียบในการพัฒนาสินค้าของท้องถิ่นให้ก้าวหน้าต่อไป

5. ผู้ขาย ควรเลือกสรรสินค้าที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย มีความแปลกใหม่ สินค้ามีความงามน่าสนใจมาจำหน่าย จากงานวิจัยพบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยรุ่นและวัยหนุ่มสาว ดังนั้นควรหาสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อมาจำหน่าย นอกจากนั้นแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึกควรอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเพื่อสะดวกในการซื้อ และควรมีการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ระลึกให้ทราบอย่างกว้างขวาง

6. ผู้ผลิต ควรนำข้อมูลความต้องการในลักษณะต่างๆ ของ ผู้ซื้อ ไปพัฒนาปรับปรุงสินค้าของตนเพื่อให้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น ควรพัฒนาสินค้าที่ระลึกให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลพบุรี พัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามน่าสนใจเหมาะสมกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์ควรแสดงรายละเอียด บอกวันที่ผลิต วันหมดอายุของสินค้าด้วย

7. ผู้สอนด้านการออกแบบ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบของที่ระลึก ฯลฯ ควรนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากงานวิจัยอันได้แก่เรื่อง รูปทรง สี วัสดุ บรรจุภัณฑ์ ไปพัฒนาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงทางการตลาด รวมทั้งควรให้นักศึกษาได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติจากประสบการณ์ตรงในท้องถิ่น เพื่อเตรียมตัวออกไปประกอบอาชีพในภายหน้า

8. ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ระหว่างคนภาคกลางกับคนภาคอื่นๆ

9. งานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปพัฒนาได้ โดยให้หน่วยงานในท้องถิ่นหาแนวทางที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านปราสาทให้เป็นที่รู้จักกันมากขึ้น โดยการพัฒนาสินค้าที่ระลึกให้เป็นที่ดึงดูดใจมากขึ้น เป็นต้น

## บรรณานุกรม

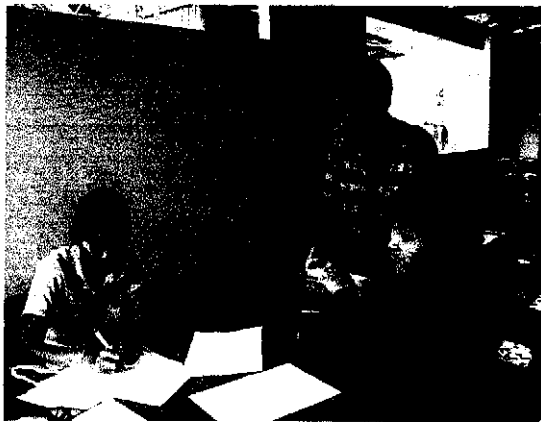
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543 ข). ผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2542 และแผนปฏิบัติการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2543. กรุงเทพฯ คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2544). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ครุสภา.
- นราทิพย์ ชูดวงศ์ หลักเศรษฐศาสตร์ 1. จุลเศรษฐศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539
- นันทิยา ตันตราสืบ. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภค ชาวไทยจากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประเสริฐ ศีลรัตนนา. (2531). ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ปวีณา โทณแก้ว. (2542). ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พลศิริ กลายสุข. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วนิดา แก้วเนตร. (2545). ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาบ้านอวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิบูล จันท์เข้ม.(2545). พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัด ลพบุรี. ลพบุรี:สถาบันราชภัฏเทพสตรี.
- ศศิธร นิธิปรีชา.(2547).บ้านปราสาทกับการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.สำนักงานการอุดมศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิถีพัฒนา.
- อรณี บุญนิมิตร. (2540). พฤติกรรมในการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

# ภาคผนวก

**ภาพแสดงกิจกรรมการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้นำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ  
อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา**



ภาพแสดงการสัมภาษณ์ คุณประนอม ตะอองกลาง ภรรยาผู้ใหญ่บ้านปราสาท เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2552



ภาพแสดงการสัมภาษณ์ คุณสุน กลิ่นโนนสูง อดีตผู้ใหญ่บ้านหลุมข้าว เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2552



ภาพแสดงการสัมภาษณ์ คุณตาเสมอและผู้ใหญ่บ้าน โนนเมืองเก่า เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2552



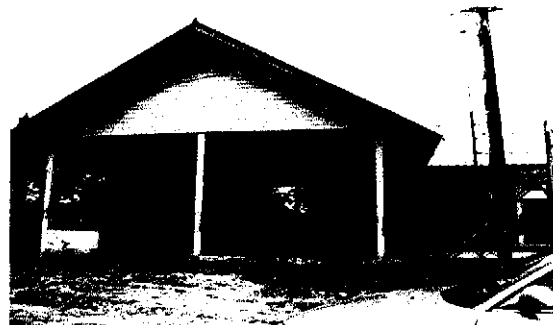


ภาพแสดงการสัมภาษณ์ คุณมิตรชัย จงคล้ายกลาง ผู้ใหญ่บ้านเนินอุโลก เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2552



ภาพแสดงการสัมภาษณ์ คุณยายวอย แก้วกลาง เจ้าของสถานที่ที่ทำการขุดค้น เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2552

### ภาพแสดงความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน



ภาพปัจจุบันของบ้านหลุมข้าว



ภาพปัจจุบันของบ้านโนนเมืองเก่า

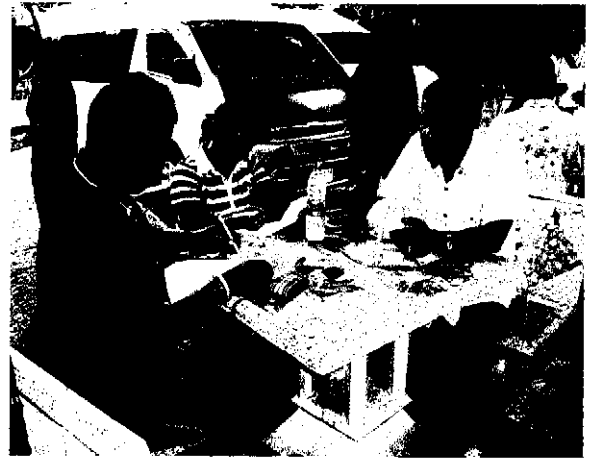


ภาพปัจจุบันของบ้านเนินอุโลก



ภาพปัจจุบันของบ้านโนนวัด

ภาพแสดงกิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลของนักท่งที่เกี่ยวข้องที่แหล่งท่องเที่ยว  
เชิงวัฒนธรรมบ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



## รูปแสดงการชุดค้นที่บ้านโนนวัด



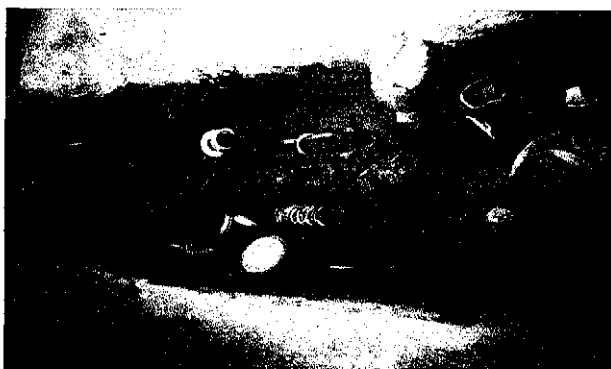
ภาพแสดงขณะกำลังทำการชุดค้นทางโบราณคดี ณ หลุมชุดค้นบ้านโนนวัด



ภาพแสดงถึงประเพณีการฝังศพในสมัยโบราณที่มีการนำภาชนะเครื่องปั้นดินเผามาบรรจุลงหลุมฝังศพ

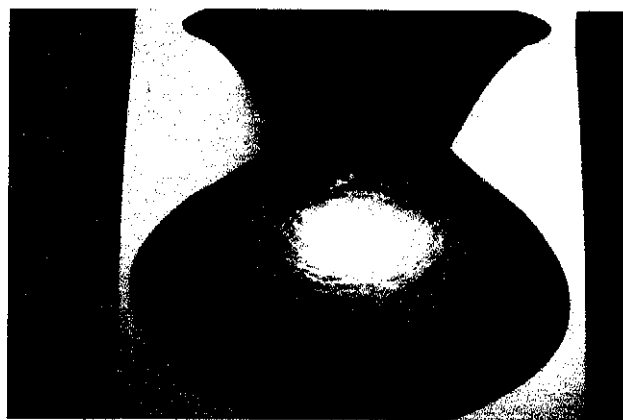


ภาพแสดงการกำหนดตำแหน่งรายละเอียดของโครงกระดูกมนุษย์และภาชนะดินเผาต่างๆภายในหลุมชุดค้น



ภาพแสดงพิธีกรรมการฝังศพแบบฝังในท่าเหยียดตรงและฝังโดยภาชนะดินเผาอยู่ใกล้บริเวณหลุมฝังศพ

### สิ่งที่ขุดค้นพบในแหล่งโบราณคดีบ้านโนนวัด



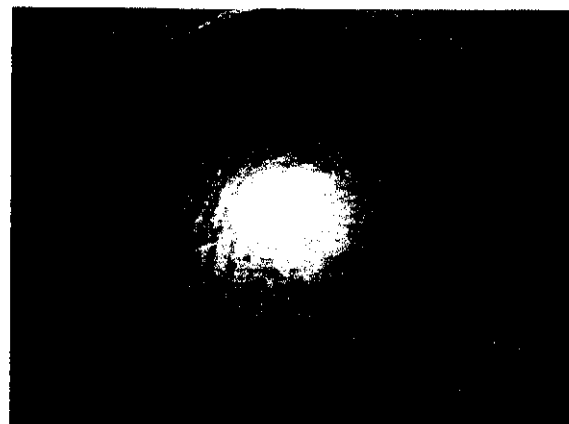
หม้อดินเผา



กระดุกคนโบราณ



พิธีกรรมการฝังศพของคนในหม้อ

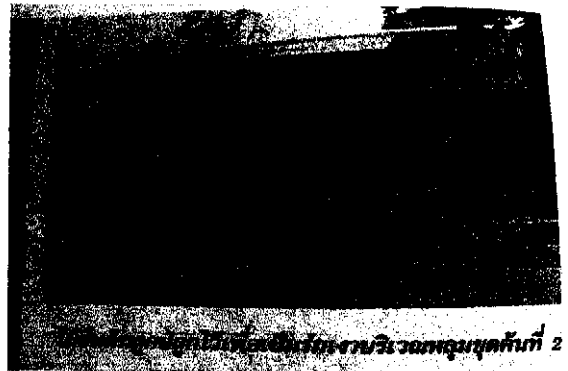


ลวดลายของหม้อดินเผา

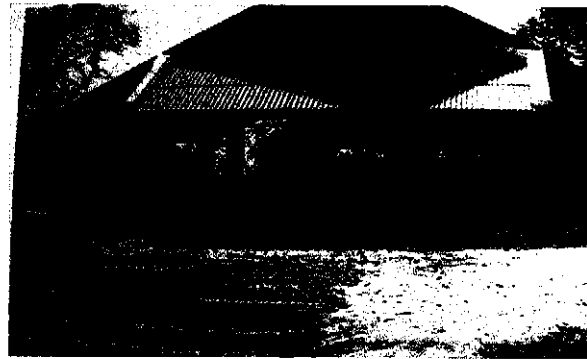
## ภาพแสดงสิ่งทีชุดค้นพบในแหล่งโบราณคดีของบ้านปราสาท



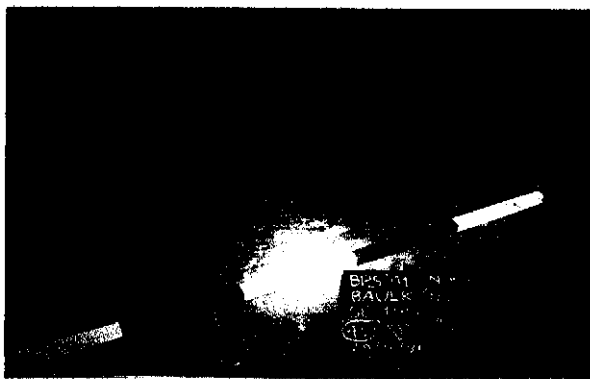
หลุมขุดค้นที่ 1 : ขนาด 10\*4 เมตร  
อยู่บริเวณกลางหมู่บ้าน



หลุมขุดค้นที่ 2: ขนาด 4\*4 อยู่ทาง  
ตะวันตกเฉียงเหนือของหมู่บ้าน

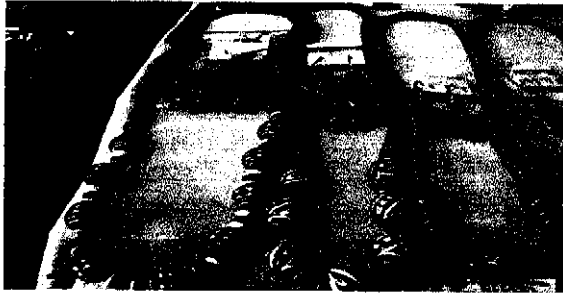


หลุมขุดค้นที่ 3 : ขนาด 4\*6 เมตร อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของหมู่บ้าน



รูปแสดงการฝังศพของคนโบราณที่ต้องมีเครื่องปั้นดินเผาอยู่ข้างๆ เพื่อแสดงถึงความมั่งคั่งของผู้ตายใน  
รูปแบบการวางที่แตกต่างกัน

ภาพแสดงชนิดของสินค้าที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
ที่บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



เครื่องประดับ



ส้อมไม้เพื่อเป็นของฝาก



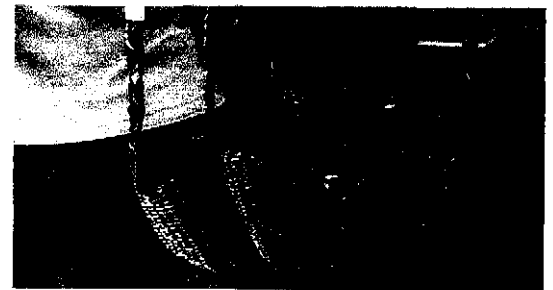
รถสามล้อ



ไม้ไผ่



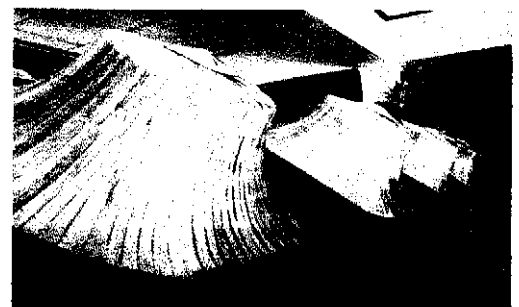
จวัก , ทัพพีต่างๆ



กระเป๋



นก



จ้อบ

แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

เรื่อง : พฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัด นครราชสีมา

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย  หน้าข้อความซึ่งตรงกับความเป็นจริงของท่าน

สำหรับนักวิจัย

**ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป**

1. เพศ

ชาย

หญิง

1.

2. อายุ .....ปี

2.

3. การศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษา

3.

อาชีวศึกษา

ปริญญาตรี

สูงกว่า ปริญญาตรี

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. อาชีพ

ข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ

นักเรียน นักศึกษา

4.

ลูกจ้างเอกชน

นักธุรกิจ

เกษตรกร

ค้าขาย

อื่นๆ (ระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 3,000 บาท

3,001- 5,000 บาท

5.

5,001- 10,000 บาท

10,001- 20,000 บาท

20,001- 30,000 บาท

30,000 บาทขึ้นไป

6. สถานภาพ

โสด

สมรส

6.

หย่า/หม้าย

อื่น(โปรดระบุ).....

7. ศาสนา

พุทธ

คริสต์

7.

อิสลาม

ฮินดู

อื่นๆ (โปรดระบุ).....



**ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง**

8. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว 8.
- มาคนเดียว  มาเป็นกลุ่มกับเพื่อน
- มาเป็นกลุ่มญาติ/ครอบครัว  มาเป็นกลุ่มผสมระหว่างเพื่อนและครอบครัว
- มากับคณะทัวร์  มากับหน่วยงานในรูปทัศนศึกษา
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
9. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง.....คน(รวมตัวท่านด้วย) 9.
10. พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว 10.
- รถประจำทางพัสดม  รถประจำทางปรับอากาศ
- รถเช่า  รถยนต์ส่วนตัว
- รถจักรยานยนต์  อื่นๆ(โปรดระบุ).....
11. การมาท่องเที่ยวที่นี่เป็นครั้งที่..... 11.
12. แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นจุดหมายปลายทางหลักในการเดินทางมาเที่ยวของท่านในครั้งนีหรือไม่ 12.
- ใช่  ไม่ใช่
13. การเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 13.
- เยี่ยมชมแหล่งสถานโบราณคดี/โบราณวัตถุ
- ซื้อสินค้าพื้นบ้าน/ของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว
14. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวครั้งนี้.....วัน 14.
15. ท่านทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้จากแหล่งเดียว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) 15.
- เพื่อน  สื่อสิ่งพิมพ์(นสพ.วารสาร)
- บริษัทนำเที่ยว  สื่อวิทยุ/โทรทัศน์
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
16. ค่าใช้จ่ายโดยรวมทั้งหมดของท่านสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ 16.
- ค่าอาหาร.....บาท
- ค่าที่พัก.....บาท
- ค่าพาหนะ.....บาท
- ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก/ของฝาก.....บาท
- ค่าอื่นๆ (โปรดระบุ).....บาท
- รวม.....บาท

17.ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยรวมทั้งหมดของท่านสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ 17.□□□□

ค่าอาหาร.....บาท

ค่าที่พัก.....บาท

ค่าพาหนะ.....บาท

ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก/ของฝาก.....บาท

ค่าอื่นๆ (ไปรษณียบัตร).....บาท

รวม.....บาท

เฉลี่ยรวม \_\_\_\_\_ บาท

18. ท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวที่อื่นอีกหรือไม่ 18.□

กลับ                       ไม่กลับ                       ไม่แน่ใจ

**ส่วนที่ 3 : พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก**

19. สินค้าที่ชอบมากที่สุด 19.□□□□□

(โปรดเรียงลำดับ 1 ถึง 5 โดยหมายเลข “1” มากที่สุด หมายเลข 2 ถึง 5 รองลงมาตามลำดับ )

- |                                                  |                                       |                                            |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ผ้าทอ                   | <input type="checkbox"/> ผ้าสำเร็จรูป | <input type="checkbox"/> รองเท้าสาน        |
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ | <input type="checkbox"/> กระเป๋า      | <input type="checkbox"/> พวงกุญแจ          |
| <input type="checkbox"/> หมวก                    | <input type="checkbox"/> ไม้เท้า      | <input type="checkbox"/> เครื่องรางของขลัง |
| <input type="checkbox"/> ตะกร้อ                  | <input type="checkbox"/> เสื้อ        | <input type="checkbox"/> แฟ้มเอกสาร        |
| <input type="checkbox"/> กำไล                    | <input type="checkbox"/> สร้อย        | <input type="checkbox"/> ปิ่นจันทน์        |
| <input type="checkbox"/> กระเป๋าโทรศัพท์         | <input type="checkbox"/> ไม้เท้าหลัง  | <input type="checkbox"/> จระเข้ไม้         |
| <input type="checkbox"/> พัด                     | <input type="checkbox"/> อื่นๆ        |                                            |

20. ในแหล่งท่องเที่ยวนี้ท่านซื้อสินค้าที่ระลึกหรือไม่.....

ซื้อ \_\_\_\_\_  ไม่ซื้อ (เพราะ \_\_\_\_\_ )

21. ท่านซื้ออะไรจากแหล่งท่องเที่ยวนี้บ้าง \_\_\_\_\_

22. เหตุผลในการเลือกซื้อ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) 22.□□□□□

- 1 นำไปใช้ประโยชน์
- 2 รูปแบบสวยงามสะดุดตา
- 3 บรรจุภัณฑ์สวยงามสะดุดตา
- 4 ครามีชื่อหรือมีชื่อเสียง
- 5 ราคาเหมาะสม
- 6 อื่นๆ.....

23.จุดประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกในครั้งนี้ 23□

- 1 ใช้สอยประโยชน์
- 2 เป็นของฝาก
- 3 เก็บไว้เป็นของที่ระลึก
- 4 เพื่ออุดหนุนกลุ่มผู้ผลิตพื้นบ้าน
- 5 อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

24. ท่านตั้งใจจะซื้อ สินค้าที่ระลึกสำหรับใคร 24□

- 1 เพื่อตัวเอง
- 2 เพื่อฝากผู้อื่น
- 3 เพื่อตัวเอง และฝากผู้อื่น
- 4 อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

*\*ขอขอบคุณค่ะ\**

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

เรื่อง : พฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอโนนสูง จังหวัด นครราชสีมา

เลขที่แบบสัมภาษณ์

สำหรับนักวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1 เพศ

1 ชาย  2 หญิง 1

2.อายุ .....ปี 2

3. การศึกษา

1 ประถมศึกษา  2 มัธยมศึกษา 3.

3 อาชีวศึกษา  4 ปริญญาตรี

5 สูงกว่าปริญญาตรี  6 อื่นๆ (ระบุ).....

4. อาชีพหลัก 4

1 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  2 นักเรียน นักศึกษา

3 ลูกจ้างเอกชน  4 นักรูกริก

5 เกษตรกร  6 ค้าขาย(สินค้าอื่นๆ)

7 ค้าขาย(สินค้าที่ระลึก)  8 อื่นๆ.....

5.รายได้หลักต่อเดือน 5

1. ต่ำกว่า 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. 25,000 บาทขึ้นไป

6. รายได้จากการขายสินค้าที่ระลึกต่อเดือน 6

1. ต่ำกว่า 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. 25,000 บาทขึ้นไป

7. สถานภาพ

1. โสด  2. สมรส 7

3. หย่า/หม้าย  4. อื่นๆ

8. ศาสนา

8□

- พุทธ  คริสต์  
 อิสลาม  ฮินดู  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**ตอนที่ 2** ลักษณะการขายสินค้าที่ระลึก

9. สินค้าที่ท่านจัดจำหน่าย

- |                                            |                                       |                                     |                                                  |
|--------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ผ้าทอ             | <input type="checkbox"/> ผ้าสำเร็จรูป | <input type="checkbox"/> รองเท้าสาน | <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ |
| <input type="checkbox"/> กระเป๋า           | <input type="checkbox"/> พวงกุญแจ     | <input type="checkbox"/> หมวก       | <input type="checkbox"/> ไม้เท้า                 |
| <input type="checkbox"/> เครื่องรางของขลัง | <input type="checkbox"/> ตะกร้อ       | <input type="checkbox"/> เสื้อ      | <input type="checkbox"/> แฟ้มเอกสาร              |
| <input type="checkbox"/> กำไล              | <input type="checkbox"/> สร้อย        | <input type="checkbox"/> จักจั่น    | <input type="checkbox"/> กระเป๋าโทรศัพท์         |
| <input type="checkbox"/> ไม้เกาหลัง        | <input type="checkbox"/> จระเข้ไม้    | <input type="checkbox"/> พัด        |                                                  |

10. สินค้าที่ขายได้มากที่สุด

(โปรดเรียงลำดับ 1 ถึง 5 โดยหมายเลข “1” มากที่สุด หมายเลข 2 ถึง 5 รองลงมาตามลำดับ )

- |                                            |                                       |                                     |                                                  |
|--------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ผ้าทอ             | <input type="checkbox"/> ผ้าสำเร็จรูป | <input type="checkbox"/> รองเท้าสาน | <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ |
| <input type="checkbox"/> กระเป๋า           | <input type="checkbox"/> พวงกุญแจ     | <input type="checkbox"/> หมวก       | <input type="checkbox"/> ไม้เท้า                 |
| <input type="checkbox"/> เครื่องรางของขลัง | <input type="checkbox"/> ตะกร้อ       | <input type="checkbox"/> เสื้อ      | <input type="checkbox"/> แฟ้มเอกสาร              |
| <input type="checkbox"/> กำไล              | <input type="checkbox"/> สร้อย        | <input type="checkbox"/> จักจั่น    | <input type="checkbox"/> กระเป๋าโทรศัพท์         |
| <input type="checkbox"/> ไม้เกาหลัง        | <input type="checkbox"/> จระเข้ไม้    | <input type="checkbox"/> พัด        |                                                  |

11. ราคาสินค้าที่ระลึกที่จัดจำหน่าย (ระบุตามรายสินค้า)

ผ้าทอ.....บาท	ไม้เกาหลัง..... บาท
ผ้าสำเร็จรูป.....บาท	สร้อย..... บาท
รองเท้าสาน.....บาท	จระเข้ไม้..... บาท
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่.....บาท	จักจั่น..... บาท
กระเป๋า.....บาท	กระเป๋าโทรศัพท์..... บาท
พวงกุญแจ.....บาท	พัด..... บาท
หมวก.....บาท	กำไล..... บาท
ไม้เท้า..... บาท	เครื่องรางของขลัง..... บาท
ตะกร้อสาน.....บาท	เสื้อ..... บาท
แฟ้มเอกสาร.....บาท	อื่นๆ.....
.....	.....
.....	.....



13. รายได้เฉลี่ยในการขายสินค้าที่ระลึกต่อวัน

รายได้สูงสุดในการขายสินค้าที่ระลึกต่อวัน	รายได้ต่ำสุดในการขายสินค้าที่ระลึกต่อวัน	รายได้เฉลี่ยในการขายสินค้าที่ระลึกต่อวัน	ช่วงเวลาที่ขายสินค้าที่ระลึก

**ตอนที่ 4** ข้อเสนอแนะ

14. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบสินค้าที่ระลึกต่อไปนี้อย่างไรบ้าง

---



---



---



---



---



---



---



---



---

(อธิบาย :ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่ระลึก(ระดับราคา รูปแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และอื่นๆอย่างไร)

**\*ขอขอบคุณค่ะ\***







5.ที่ผ่านมามีปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินการในแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่อย่างไร  
(อธิบาย:ปัญหาเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวหรือปัญหาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

6.ความคิดเห็นเพิ่มเติมอื่นๆ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

\*ขอขอบคุณค่ะ\*

### ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ-สกุล นางสาวจิราพร ชาสันเทียะ ที่อยู่ บ้านเลขที่ 210 หมู่ 2 ต.ลำพลู อ.โนนไทย  
จังหวัดนครราชสีมา 30220 (หัวหน้า)

#### ประวัติการศึกษา

มัธยมต้น โรงเรียนบ้านจีนหนองเขว

มัธยมปลาย โรงเรียนโนนไทยคุรุอุปถัมภ์ 2

ปัจจุบันศึกษาอยู่ โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
นครราชสีมา

ผลงานทางวิชาการ -

ประสบการณ์การทำงาน -

2. ชื่อ-สกุล นางสาวจันทร์เพ็ญ จันทกา ที่อยู่ บ้านเลขที่ 49 หมู่ 14 ต.คอนอระวาง  
อ.หนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ 31210

#### ประวัติการศึกษา

มัธยมต้น โรงเรียนบ้านโคกสะอาด

มัธยมปลาย โรงเรียนหนองกี่พิทยาคม

ปัจจุบันศึกษาอยู่ โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
นครราชสีมา

ผลงานทางวิชาการ -

ประสบการณ์การทำงาน -

3. ชื่อ-สกุล นางสาวจุไรรัตน์ กำพุดกลาง ที่อยู่ บ้านเลขที่ 29/1 หมู่ 6 ต.คอนขมพู อ.โนนสูง  
จังหวัดนครราชสีมา 30160

#### ประวัติการศึกษา

มัธยมต้น โรงเรียนบ้านศรีสุขวิทยา

มัธยมปลาย โรงเรียนบ้านศรีสุขวิทยา

ปัจจุบันศึกษาอยู่ โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
นครราชสีมา

ผลงานทางวิชาการ -

ประสบการณ์การทำงาน -

4. ชื่อ-สกุล นางสาวอรนุช บอนขุนทด ที่อยู่ บ้านเลขที่ 155 หมู่ 3 ต.หนองหัวฟาน

อ.ขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา 30290

**ประวัติการศึกษา**

มัธยมต้น โรงเรียนบ้านชุมชนหนองฟาน

มัธยมปลาย โรงเรียนเมืองคง

ปัจจุบันศึกษาอยู่ โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผลงานทางวิชาการ -

ประสบการณ์การทำงาน -

5. ชื่อ-สกุล นายจักรชัย เขี้ยกระโทก ที่อยู่ บ้านเลขที่ 62 หมู่ 2 ต.ด่านเกวียน อ.โชคชัย

จังหวัดนครราชสีมา

**ประวัติการศึกษา**

มัธยมต้น โรงเรียนด่านเกวียน

มัธยมปลาย โรงเรียนด่านเกวียน

ปัจจุบันศึกษาอยู่ โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผลงานทางวิชาการ -

ประสบการณ์การทำงาน -

6. ชื่อ-สกุล นายธีรพงษ์ สนธิพงศ์ ที่อยู่ บ้านเลขที่ 103 หมู่ 10 ต.บ้านโพธิ์ อ.เมือง

จังหวัดนครราชสีมา

**ประวัติการศึกษา**

มัธยมต้น โรงเรียนอัสสัมชัญ

มัธยมปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญ

ปัจจุบันศึกษาอยู่ โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผลงานทางวิชาการ -

ประสบการณ์การทำงาน -

7. ชื่อ-สกุล นายศรยุทธ ศรีสุวรรณ ที่อยู่ บ้านเลขที่ 59 หมู่ 8 ต.จันอัด อ.โนนสูง  
จังหวัดนครราชสีมา

**ประวัติการศึกษา**

มัธยมต้น โรงเรียนบ้านเหล่าพิทยาคม

มัธยมปลาย โรงเรียนบุญเหลือวิทยานุสรณ์

ปัจจุบันศึกษาอยู่ โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

นครราชสีมา

ผลงานทางวิชาการ -

ประสบการณ์การทำงาน -