



# ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวโบราณสถานในกลุ่ม จังหวัดนครชัยบุรีรินทร์

## Factors Affecting Tourists' Decision in Travelling to Archaeological Attractions in NAKHONCHAI BURIN Provincial Cluster

- **ศุภวัตร มีพร้อม**
- อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
- คณะบริหารธุรกิจ
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย
- .
- **Supawat Meeprom**
- Lecturer, Division of Tourism and Hotel
- School of Business Administration
- Khon Kaen University, Nong Khai Campus
- E-mail: supawat.mp@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวโบราณสถานในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายข้อมูล ส่วนสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ t-test F-test (one way ANOVA) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รายได้ต่อเดือน 7,001-15,000 บาท จังหวัดที่สนใจในกลุ่มนครชัยบุรีรินทร์มากที่สุด คือ

จังหวัดนครราชสีมา รองลงมา คือ บุรีรัมย์ และปัจจัยด้านการท่องเที่ยว 6 ด้าน ของ Morrison (2012) ได้แก่ ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยว ด้านความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว และด้านความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ในด้านกิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยว และด้านความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว อายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการท่องเที่ยวทุกด้านแตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว อาชีพที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการท่องเที่ยวทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน รายได้ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการท่องเที่ยวทุกด้านแตกต่างกัน ยกเว้นด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยว

**คำสำคัญ:** ปัจจัยที่มีอิทธิพล กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์ โบราณสถาน

## Abstract

The purpose of this research was to examine factors affecting tourists' decision to travel to archaeological attractions in NAKHONCHAI BURIN provincial cluster. The data from 400 questionnaires were analyzed by descriptive statistics which were percentage, frequency, means, and standard deviation and inferential statistics which were t – test, F- test (one-way ANOVA) to test the hypotheses. The results indicated that the majority of Thai tourists were female, 31-40 years old, bachelor's degree government and state enterprise officers, native to the northeast districts with incomes of 7,000-15,000 Baht. They chose to travel to NCBR archaeological attractions in Nakhonratchasima province. Morrison's (2012) elements of tourism factors, awareness, attractiveness, accessibility, activities, availability and assurance, have a strong impact on Thai tourist's decision-making. The hypothesis test results found that gender has a significant effect on activities and assurance,. Age has significant effect on all of them except attractiveness,. Education has no significance to any of them except assurance,. Career has no significance to any of them except assurance,. Income is significant to all of them except activities.

**Keywords:** Factors Influencing, NAKHONCHAI BURIN (NBCR), Archaeological Site,

## บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งในอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 60 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง จึงก่อให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น อุตสาหกรรมที่พักแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร การคมนาคม การติดต่อสื่อสาร การส่งเสริมสุขภาพ ความงาม สินค้าของที่ระลึก ประกันภัย และธุรกิจบันเทิง กีฬานันทนาการ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย การท่องเที่ยวจึงถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ และยังคงถูกใช้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จากสภาพการณ์ตลาดการท่องเที่ยวโลกในปัจจุบันมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและอยู่ในอัตราที่เพิ่มขึ้น จากการพยากรณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศเป็นจำนวนประมาณ 1.5 พันล้านคน และทวีปยุโรปจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกนิยมเดินทางไปเยี่ยมเยียนมากที่สุด แต่ส่วนแบ่งทางการตลาดของยุโรปจะลดลงเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางเอเชียแปซิฟิกเปิดตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้มีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมเยียนเพิ่มขึ้น และยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเป็นลำดับที่ 2 ของโลกรองจากทวีปยุโรป โดยจะมีนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในทวีปเอเชียประมาณ 397 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 6.5 ต่อปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554: 13)

ซึ่งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก และความเข้มแข็งของปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวของไทย เช่น การเปิดให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิ การมีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม นันทนาการ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (บริการทางการแพทย์ สปา) เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว, 2549) ซึ่งการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง จากข้อมูลพบว่า การค้าภายในภูมิภาคและการท่องเที่ยวบริเวณชายแดนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีความสำคัญอย่างมากต่อทุกประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ทั้ง 5 ประเทศ คือ กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เมียนมาร์ เวียดนาม และไทย ประเทศไทยถือได้ว่ามีประวัติศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยาวนานที่สุด ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้เปิดตัวโครงการ “ปีท่องเที่ยวไทย” (Visit Thailand Year) ขึ้นเป็นครั้งแรก ในปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 18 ของโลก และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายมากเป็นอันดับที่ 15 ของโลก คิดเป็นรายรับที่ได้รับประมาณ 8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี (WTO, 2004)

การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์หรือชื่อเป็นทางการว่า กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เป็นนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมโครงการการท่องเที่ยวเส้นทางอารยธรรมขอม เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ทั้ง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เชิงประวัติศาสตร์ เป็นการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางจิตใจของชนรุ่นหลัง เพื่อชื่นชมและเรียนรู้ประวัติศาสตร์และโบราณสถานในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบให้มีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม รวมถึงคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยการท่องเที่ยวปราสาทหินหรือปราสาทขอม ถือเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานที่มีการกระจายอยู่ทั่วไปบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง คือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ทั้งหมดล้วนเป็นอารยธรรมขอมโบราณที่ทิ้งร่องรอยไว้ให้ได้ศึกษาและเรียนรู้ โดยมีปราสาทหินทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่หลายแห่งกระจายกันออกไป (สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, 2554)

จากปัจจัยที่สำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวโบราณสถานในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้สนใจลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นข้อมูลในด้านการส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของภาครัฐ รวมถึงแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์

3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการท่องเที่ยว 6 ด้านที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเที่ยวโบราณสถานกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์

### สมมุติฐานการศึกษา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว 6 ประการ (6A) ที่แตกต่างกัน

### ทบทวนวรรณกรรม

#### กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์

การท่องเที่ยว “นครชัยบุรีนทร์” ทั้ง 4 จังหวัด เป็นดินแดนที่มีความสำคัญทั้งด้านประวัติศาสตร์ อารยธรรม แหล่งโบราณคดี แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และประเพณีวัฒนธรรมของกลุ่มนครชัยบุรีนทร์ ซึ่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง 4 จังหวัดอีสานตอนล่าง คือ นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และ สุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ทั้ง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อีกทั้งกลุ่มจังหวัดดังกล่าวยังมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และอารยธรรมขอม เนื่องจากมีอุทยานแห่งชาติที่สำคัญหลายแห่ง อาทิ เขาใหญ่ ผาหินงาม ฯลฯ และมีแหล่งท่องเที่ยว

อารยธรรมขอมที่สำคัญ อาทิ ปราสาทหินพิมาย ปราสาทเขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ ปราสาทตาเมือนทม และปราสาทศีขรภูมิ ที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องราวกับแหล่งท่องเที่ยววนครวัตของกัมพูชา การพัฒนาควรสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และอารยธรรมขอม ด้วยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Creation) จากการจัดทำเรื่องราว ความเป็นมา ความสำคัญ และความยิ่งใหญ่ของแหล่งท่องเที่ยว (Story) ถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยว และพัฒนาเส้นทาง (Loop) เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน (สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, 2554) อีกทั้งเป็นการเพิ่มศักยภาพของสินค้าและบริการ ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งของภูมิปัญญาชาวบ้านที่ถูกถ่ายทอดกันมา และเป็นการส่งเสริมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านให้ดีขึ้นในด้านเศรษฐกิจและสังคม และที่สำคัญที่สุด คือ ให้ชาวบ้านตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งที่ตนเองมีอยู่ ไม่ว่าจะ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวิถีชีวิตที่มีคุณค่า ให้อยู่สืบไปจนถึงรุ่นลูกหลาน

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

Alastair M. Morrison (2012) กำหนดแนวคิด องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ สามารถแบ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (Awareness) ความสำคัญและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เนื่องจากความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางด้านธรรมชาติอันงดงาม ด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ น่าประทับใจ และความพร้อมในเรื่องสถานที่พักและ

บริการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่หลากหลาย เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากในแต่ละปี

2. ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractiveness) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุด เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพ หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

3. ด้านความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (Availability) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภคน้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉินก็มีความสำคัญ รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและบริการที่เหมาะสม และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

4. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดมุ่งหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย

5. ด้านความเชื่อมั่นของแหล่งท่องเที่ยว (Assurance) เป็นการสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางและเตือนภัยให้นักท่องเที่ยว

6. ด้านกิจกรรมและนันทนาการ (Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเช่นกัน ในยุคปัจจุบันซึ่งการท่องเที่ยวมีได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น หากความสำคัญสำหรับผู้มาเยือน คือ การได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงดิบชื้น (Rainforest) การล่องแก่งในแม่น้ำท่องเที่ยว การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบการดำน้ำตื้น (Scuba Diving) หรือการดำน้ำชมปะการัง (Snorkeling) การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนชาวบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

### การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางจิตใจของชนรุ่นหลัง เพื่อชื่นชมและเรียนรู้ประวัติศาสตร์และโบราณสถานในแหล่งท่องเที่ยวนั้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบ

ให้มีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม รวมถึงคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น การจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ ชมซากอารยธรรมโบราณสถานต่าง ๆ อนุสาวรีย์/อนุสรณ์สถาน สิ่งปลูกสร้างที่มีคุณค่า มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นต้น

กรมศิลปากร (2556: 1) ได้ให้ความหมายว่า “โบราณสถาน” คือ อสังหาริมทรัพย์ซึ่งโดยอายุ หรือโดยลักษณะแห่งการก่อสร้าง หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของอสังหาริมทรัพย์นั้น เป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี ทั้งนี้ให้รวมถึงสถานที่ที่เป็นแหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ และอุทยานประวัติศาสตร์ด้วย

ปราสาทหินหรือปราสาทขอมถือเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน ที่มีการกระจายอยู่ทั่วไปบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง คือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ซึ่งทั้งหมดล้วนเป็นอารยธรรมขอมโบราณที่ทิ้งร่องรอยไว้ให้ได้ศึกษาและเรียนรู้ โดยมีปราสาทหินทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่หลายแห่งกระจายกันออกไป ผู้ศึกษาได้เลือกพื้นที่ในการศึกษา คือ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จังหวัดนครราชสีมา อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและปราสาทหินเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มปราสาทหินตาเมียงและปราสาทศิขรินภูมิ จังหวัดสุรินทร์ และปราสาทปรางค์กู่ จังหวัดชัยภูมิ



## ขอบเขตการวิจัย

### กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มประชากรเป้าหมายที่ต้องการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์

### เครื่องมือที่ใช้ทำการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ทำการวิจัย คือ แบบสอบถาม เพื่อสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม และแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยว 6 ด้าน (6A)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 แหล่ง คือ

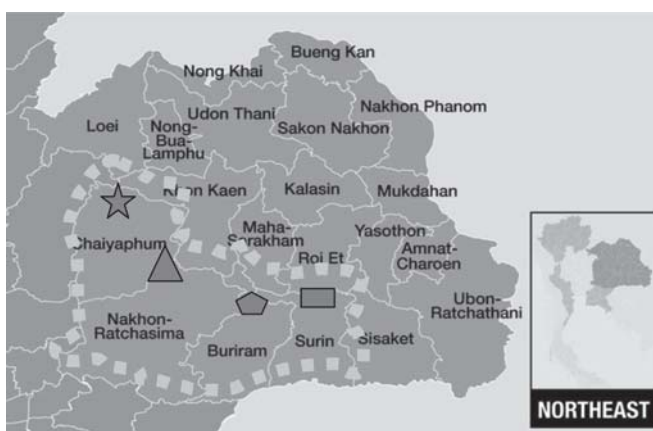
1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูล

ที่ได้จากแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น โดยแบบสอบถามกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอื่น ๆ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ one - way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐานประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ผู้วิจัยกำหนดระดับนัยสำคัญในการทดสอบสมมติฐานไว้ 3 ระดับ คือ 0.10, 0.05 และ 0.01



ภาพที่ 1 แสดงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลวิจัย

## ขอบเขตด้านพื้นที่

- 1) อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา
- 2) อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและปราสาทหินเมืองต่ำ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์
- 3) กลุ่มปราสาทหินตาเมือน อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์
- 4) ปราสาทศีขรภูมิ อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์
- 5) ปราสาทปรางค์กู๋ อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 30 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 32.5 มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 80 การศึกษาชั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 36.3 รายได้ต่อเดือน 7,001-15,000 บาท ร้อยละ 29.5

### 2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยว 2-3 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 29.3 ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ ร้อยละ 31.3 ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ คือ ครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 56.8 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 71.1 จังหวัดที่สนใจในกลุ่มนครชัยบุรีรัมย์มากที่สุด คือ จังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 49 นัก

ท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวโบราณสถานในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์ ร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ ไม่เคย ร้อยละ 18.2

### 3. การวิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (6A's) ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์

ปัจจัยด้านด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (Awareness) มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ปัจจัยด้านด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractiveness) มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ปัจจัยด้านด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ปัจจัยด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยว (Activities) มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ปัจจัยด้านความพร้อมใจของแหล่งท่องเที่ยว (Availability) มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของแหล่งท่องเที่ยว (Assurance) มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56



#### 4. การทดสอบสมมติฐาน

##### ด้านเพศ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	F	Sig.
ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	1.770	.172
ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	1.894	.152
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	2.203	.112
ด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยว	2.812	.061*
ด้านความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว	1.889	.153
ด้านความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	2.428	.089*

\* , \*\* , \*\*\* มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.10, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

พบว่า เพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบริการด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยว

และด้านความเชื่อมั่นของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

##### ด้านอายุ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	F	Sig.
ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.161	.014**
ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	1.914	.107
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	2.234	.065*
ด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยว	2.130	.076*
ด้านความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว	2.321	.056*
ด้านความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	4.572	.001***

\* , \*\* , \*\*\* มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.10, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

พบว่า อายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบริการด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมและนันทนาการ

การท่องเที่ยว ด้านความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความเชื่อมั่นของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

### ด้านการศึกษา

ปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	F	Sig.
ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	1.025	.402
ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	1.704	.133
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	.538	.748
ด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยว	.981	.429
ด้านความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว	1.317	.256
ด้านความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	2.130	.061*

\*, \*\*, \*\*\* มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.10, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว  
ให้ความสำคัญต่อบริการด้านองค์ประกอบทางการ

ท่องเที่ยว ด้านความเชื่อมั่นของแหล่งท่องเที่ยว  
แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

### ด้านอาชีพ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	F	Sig.
ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	1.685	.123
ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	1.553	.160
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	.908	.489
ด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยว	.315	.929
ด้านความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว	.965	.449
ด้านความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	2.515	.021**

\*, \*\*, \*\*\* มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.10, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว  
ให้ความสำคัญต่อบริการด้านองค์ประกอบทางการ

ท่องเที่ยว ด้านความเชื่อมั่นของแหล่งท่องเที่ยว  
แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

## ด้านรายได้

ปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	F	Sig.
ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	8.210	.000***
ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.846	.004***
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.156	.014**
ด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยว	1.472	.210
ด้านความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.577	.007***
ด้านความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	6.455	.000***

\*, \*\*, \*\*\* มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.10, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความเชื่อมั่นของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวโบราณสถานในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์ อภิปรายผลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์ เพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การศึกษาชั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่

7,001-15,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักท่องเที่ยวชาย ช่วยบำรุง (2551) ที่กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นกลุ่มคนที่มีการศึกษา กลุ่มคนรุ่นใหม่ มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และมีฐานะทางเศรษฐกิจดี

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่มีเดินทางท่องเที่ยว 2-3 เดือนต่อครั้ง ซึ่งช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม โดยยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว และจังหวัดที่สนใจในกลุ่มนครชัยบุรีรัมย์มากที่สุด คือ จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของณิชาภา เสารัม (2553: 19) ที่ศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวสถานเริงรมย์ของนักศึกษาในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ความถี่ในการไปเที่ยว คือ 1-2 ครั้งต่อเดือนช่วงวันที่ใช้บริการ คือ วันศุกร์-วันอาทิตย์ โดยส่วนใหญ่ไปเที่ยวกับเพื่อน

3. ปัจจัยทางการท่องเที่ยว 6 ด้านที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเที่ยวโบราณสถานกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์

3.1 ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (Awareness) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ประทับใจนักท่องเที่ยวในอดีตและปัจจุบัน เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีการบูรณะให้คงอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ตั้งแต่อดีตจนกระทั่งถึงปัจจุบัน อีกทั้งยังทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวรู้สึกประทับใจสภาพบรรยากาศที่สามารถสร้างโบราณสถานได้สวยงาม

3.2 ด้านของความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractiveness) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในเรื่องของความสมบูรณ์ของสภาพแหล่งท่องเที่ยว ความคงสภาพดั้งเดิมของตัวปราสาท มีการบูรณะโบราณสถานให้คงอยู่สภาพสมบูรณ์แบบ รวมถึงการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวโบราณสถานในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์ของปราสาทขอม เช่น ปราสาทหินพิมาย ปราสาทหินพนมรุ้ง กลุ่มปราสาทตาเมือน เป็นต้น อีกทั้งยังมีการจัดทำหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว “มนต์เสน่ห์แห่งนครชัยบุรีรินทร์” ขึ้น เพื่อเบิกทางให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเข้าใจความหมายของนครชัยบุรีรินทร์เพิ่มขึ้นนำไปสู่การท่องเที่ยวด้วยตัวเองต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุตถนอม ตันเจริญ (2556: 1) ที่ศึกษาเรื่อง การจัดนิทรรศการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวภายในของนักท่องเที่ยวไทย โดยผลการศึกษา คือ ควรมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานและข้อมูล

ด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตให้มาก

3.3 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในเรื่องของความปลอดภัยในการเดินทางเข้าชมโบราณสถานเนื่องจากความสมบูรณ์ของถนน และสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน และทางภาครัฐมีโครงการขยายถนนเป็นแบบ 4 เลน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จริญญา ฦกกุล และวรัชต์ มัชฌมบุรุษ (2555: 167) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยผลการศึกษาพบว่า มีพัฒนาถนนหรือเส้นทางการคมนาคมให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล

3.4 ด้านกิจกรรมและนันทนาการการท่องเที่ยว (Activities) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในเรื่องของการจัดกิจกรรม งานแสดงแสงสีเสียง ซึ่งให้ความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์ ได้ความรู้ ได้รับคุณค่า พร้อมได้รับความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยวในบริบทของมรดกทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของการท่องเที่ยว รวมถึงการสะท้อนถึงควมมีชีวิต วิถีชีวิต และการถ่ายทอดอย่างเป็นรูปธรรม จนทำให้สถานที่ท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อุดม สายะพันธุ์ สมชาย หิรัญกิตติ และพิมพ์ หิรัญกิตติ (2554: 41) ที่ศึกษาเรื่อง

ความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นวกรุงเทพมหานครมีสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามและมีคุณค่า โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด วัง พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น ซึ่งกรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์หลายแห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระบรมมหาราชวัง อันเป็นสถานที่ตั้งของพระที่นั่งสำคัญของกรุงเทพมหานคร

3.5 ด้านความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว (Availability) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในเรื่องของความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สถานที่จอดรถ ห้องสุขา และการบริการของพ่อค้าแม่ค้า เช่น มีอัยยาศัยโมตรี ยัมแย้มแจ่มใส ความพอใจในมิตรไมตรีจากชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุพงษ์ สายสุพัฒน์ผล และ วาริชต์ มัชฌมบุรุษ (2557: 1025) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถไฟฟ้าท่องเที่ยวไทย ซึ่งผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพอใจในเรื่องคุณภาพการบริการด้านทัศนะลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ความสะอาดของเก้าอี้ ที่นั่ง และห้องน้ำ เป็นต้น

3.6 ด้านความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว (Assurance) จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในเรื่องของความปลอดภัย เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อีกทั้งมีป้ายบอกจุดอันตราย

บริเวณแหล่ง

ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอภิศักดิ์ จรดล (2555: 43) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการด้านควบคุมดูแลความปลอดภัย มีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย มีระบบ Key card เพื่อรักษาความปลอดภัย

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวโบราณสถานในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์เท่านั้น ผู้ที่จะทำวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และควรจะศึกษาในขอบเขตที่กว้าง คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย จะทำให้ได้ข้อมูลและเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงและพัฒนาด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ด้านธุรกิจโรงแรม เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเดินทางไปท่องเที่ยวโบราณสถานในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ เพื่อจะได้ทราบว่ามียปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว

## บรรณานุกรม

Choibamroong, Therdchai. 2008. **Tourist Behavior of Tourism Product for Chinese Travelers** [Online]. Available: [www.ttresearch.org](http://www.ttresearch.org) (in Thai).

เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2551. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: [www.ttresearch.org](http://www.ttresearch.org)

Joradon, Aphisak. 2012. **Behaviors and Satisfaction of Customers Towards Hotel Management in Suphan Buri**. Phranakhon Si Ayutthaya: Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. (in Thai).

อภิศักดิ์ จรดล. 2555. พฤติกรรมความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

Morrison., A.M. 2012. **The 10 As of Successful Tourism Destinations** [Online]. Available: [file:///C:/Users/user/Downloads/Morrison\\_The\\_10\\_As\\_of\\_Successful\\_Tourism\\_Destinations-libre.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Morrison_The_10_As_of_Successful_Tourism_Destinations-libre.pdf)

Na Pikul, Jarinya and Madhyamapurush, Warach. 2012. "The Potential for Tourism Development and Tourism Destination." in **Proceedings Phayao Research Conference 1<sup>st</sup> 12-13 January 2012**, pp. 167-175. Phayao: University of Phayao. (in Thai).

จริญญา ณพิกุล และวาริษฐ์ มัชยมนุรุช. 2555. "การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อ

การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย." ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการพะเยาวิจัย ครั้งที่ 1 12-13 มกราคม 2555, หน้า 167-175. พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.

Saisupatpon, Supong and Madhyamapurush, Warach. 2014. "Tourist's Behaviors and Satisfaction to Service Quality of Railway Tourism Thailand." in **Proceedings Phayao Research Conference 3<sup>rd</sup> 23-24 January 2014**, pp. 1025-1033. Phayao: University of Phayao. (in Thai).

สุพงษ์ สายสุพัฒน์ผล และวาริษฐ์ มัชยมนุรุช. 2557. "พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถไฟท่องเที่ยวไทย." ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการพะเยาวิจัย ครั้งที่ 3 23-24 มกราคม 2557, หน้า 1025-1033. พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.

Saorom, Nichapa. 2011. "A Study of Student Behavior Regarding Visiting Places of Amusement in Mueng Mahasarakham." **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 30, 3: 19-30. (in Thai).

ณิชาภา เสาร์ม. 2553. "ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวสถานเริงรมย์ของนักศึกษาในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม." **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 30, 3: 19-30.

Sayapunt, Udom, Hirankitti Somchai and Pimpa Hirankitti. 2011. "Opinion and Satisfaction of Foreign Tourists Towards Tourism Development and Management by the Bangkok Metropolitan Administration." **University of the Thai Chamber of**



- Commerce Journal** 31, 4: 41-53. (in Thai).
- อุดม สายะพันธุ์, สมชาย หิรัญกิตติ และพิมพ์ หิรัญกิตติ. 2554. “ความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร.” **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 31, 4: 41-53.
- Tancharoen, Sudthanom. 2013. “Travel Exhibition Influencing the Purchasing Decision Making on Domestic Travel of Thai Tourists.” **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 33, 2: 1-15. (in Thai).
- สุดถนอม ดันเจริญ. 2556. “การจัดนิทรรศการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวภายในของนักท่องเที่ยวไทย.” **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 33, 2: 1-15.
- Thailand. Fine Art Department. 2013. **Acts of Ancient Remains, Antiques and National Museum 2535 B.E.** Bangkok: Fine Art Department. (in Thai).
- กรมศิลปากร. 2556. **พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2535.** กรุงเทพมหานคร: กรมศิลปากร.
- Thailand. The Office of Nakhonratchasima Province. 2011. **Province Master Plan 2014** [Online]. Available: [www.nakhonratchasima.go.th](http://www.nakhonratchasima.go.th) (in Thai).
- สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. 2554. **แผนพัฒนาจังหวัด 2557** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: [www.nakhonratchasima.go.th](http://www.nakhonratchasima.go.th)
- Thailand. Tourism Department. 2006. **Annual Report: Summary Statistical Report 2007-2011** [Online]. Available: [www.tourism.go.th/2010](http://www.tourism.go.th/2010) (in Thai).
- กรมการท่องเที่ยว. 2549. **รายงานประจำปีสถิติการท่องเที่ยว ปี 2550-2554** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: [www.tourism.go.th/2010](http://www.tourism.go.th/2010)
- Tourism Authority of Thailand. 2011. **Marketing Plan for Tourism Report.** Bangkok: Tourism Authority of Thailand. (in Thai).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2554. **รายงานแผนการตลาดท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- World Tourism Organization. 2004. **Tourism Market Trend: The world.** Madrid. Spain: World Tourism Organization.



**Mr. Supawat Meeprom** graduated with Master Degree in Business Administration from Khon Kaen University. He is currently working as a lecturer in the Division of Tourism and Hotel, School of Business Administration Khon Kaen University, Nong Khai Campus. His research interests are Tourism and Hospitality Marketing and Service Marketing.