

## ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดบุรีรัมย์ The Study of Tourism Behaviors of Cultural Tourist in Buriram Province

ภคมิษา อภิศุภกรกุล\*

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า

1. ส่วนใหญ่เดินทางเป็นครั้งแรก โดยมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมความงามของแหล่งท่องเที่ยวช่วงเวลาในการเดินทางคือ วันหยุด ส่วนใหญ่เดินทางแบบมาพักค้างคืน เดินทางมากับครอบครัว เลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบทำในระหว่างเดินทางคือ ถ่ายรูป สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง และส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทผ้าไหม นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเลือกค้นหาข่าวสารทางการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต

2. แรงจูงใจในด้านกายภาพที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ความต้องการพักผ่อน ทัศนคติในด้านสิ่งดึงดูดใจอาหารและเครื่องดื่มถูกสุขอนามัยและราคาเหมาะสม ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความชื่นชอบในวัฒนธรรมท้องถิ่น และปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

### ABSTRACT

This study aimed to study the study of cultural tourist behaviors that traveled in Buriram province. The quantitative study was conducted by distributing questionnaires to samples, 400 tourists who traveled in Buriram province, for collecting data. Data were analyzed by descriptive statistics to find percentage, mean and standard deviation.

1. The study revealed that it is the first time visiting Buriram for most tourists, their aim was

to visit beautiful tourist attractions and visit duration was holiday. The most of them stayed traveled with their families and private cars were chosen for their travelling. Expenses for travelling were more than 10,000 Bahts, most of their activities during Buriram visit were taking photographs, the most place for tourists was Phnom Rung Historical Park and silk was chosen as their souvenirs. The cultural tourist searched for their tourist information from internet.

2. The most important physical motivation was need to rest. The most attraction attitudes were; providing of food and drink shops with good hygiene and reasonable price, convenient travelling. The push factor with the most influence on tourist visits was fondness on local culture while the pull factor was interest tourist attractions.

**คำสำคัญ** : พฤติกรรมการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, นักท่องเที่ยว

**Keyword(s):** Tourism Behavior, Cultural Tourist, Tourist

### บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีประวัติศาสตร์ชาติไทย วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี รวมไปถึงการดำเนินชีวิตซึ่งเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติที่ประเทศอื่นไม่มี และชนชาติอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้เพราะมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร รวมถึงการที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติที่ยังความอุดมสมบูรณ์และสวยงามไม่แพ้ที่ใดในโลก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจบริการที่จัดว่าเป็นกลุ่มธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด และมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่น ๆ อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม ธุรกิจ การบิน ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ในปัจจุบันนี้ธุรกิจการท่องเที่ยวมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่ง ในการพัฒนาเศรษฐกิจเนื่องจากสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศได้เป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อ

\*อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย ทำให้เกิดการจ้างงานและเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่อง ส่งผลให้มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่าง ๆ ในเรื่องการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและประชาชนในประเทศ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของหลาย ๆ ประเทศและมีการเติบโตขึ้นอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยในระยะหลังได้มีการจัดการที่เป็นระบบมากขึ้น และพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ในด้านเทคโนโลยี ด้านคมนาคมและด้านโทรคมนาคม ซึ่งรวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2555) ดังนั้นรัฐบาลจึงได้ใช้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งใน กลยุทธ์หลักของการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้กลยุทธ์หนึ่งที่ยอมรับมาใช้ คือ การนำเอาวัฒนธรรมของประเทศมาเป็นจุดขาย เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทาง ประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรมและสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น รวมถึงการ ซื้อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ประพาส เครือเอี่ยม. 2556)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากต้องการเรียนรู้และสัมผัสกับวัฒนธรรมของคนในต่างถิ่น ต้องการคุณค่าทางประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากประสบการณ์เดิมที่มี เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี ศิลปะการแสดง ศิลปหัตถกรรม เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และที่สำคัญยังเป็นตัวช่วยในการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น

สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า “ภาคอีสาน” สภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบ มีพื้นที่การเกษตรขนาดใหญ่ มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรดินและน้ำที่ขาดความอุดมสมบูรณ์ แต่ยังสามารถผลิตข้าวและมันสำปะหลังได้มากที่สุดของประเทศ ข้อได้เปรียบที่สำคัญ คือ ตั้งอยู่กลางกลุ่มประเทศอนุภูมิภาค

ลุ่มแม่น้ำโขง มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งถนนและสะพานเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีแรงงานที่พร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงานจำนวนมาก เป็นแหล่งรวมอารยธรรมทางด้านโบราณคดี โบราณวัตถุที่เจริญรุ่งเรืองมาช้านาน มีอาณาเขตกว้างขวาง มีทรัพยากรการท่องเที่ยวกระจายอยู่ทั่วไปตามจังหวัดต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รองลงมาก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรมวัฒนธรรม จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง ปัจจุบันจังหวัดบุรีรัมย์ถือเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ภายใต้โครงการ “เมืองต้องห้าม...พลาต” ตามแนวคิดปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 โดยคัดสรร 12 เมืองทางเลือกจาก 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ เน้นจุดเด่นศักยภาพจังหวัดที่มีความพร้อม ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรม ตามนโยบายทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2558) สำหรับทิศทางการส่งเสริมการตลาดในประเทศ ปี พ.ศ. 2560 โดย ททท. จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเปิดมุมมองใหม่ทางการท่องเที่ยว จากการสัมผัสและมีส่วนร่วมกับประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นของไทย ภายใต้จุดขายเชิงคุณค่าของแต่ละภูมิภาค จากสถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในปี 2556 มีจำนวน 1,186,759 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยวเกือบ 1,500 ล้านบาท (หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์. 2558) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากที่กล่าวมาข้างต้น บุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่มีความพร้อมทางธรรมชาติ โบราณสถาน วัฒนธรรม ประเพณีและเป็นเมืองต้องห้ามพลาตตามนโยบายการท่องเที่ยวที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมถึงการที่เมืองบุรีรัมย์กลายเป็นเมืองแห่งกีฬาที่มีการสร้างสนามฟุตบอลและสนามแข่งขันระดับโลกที่ได้มาตรฐาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ ตลอดจนสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินการ เพื่อส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวใน

จังหวัดบุรีรัมย์ และแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว  
จังหวัดบุรีรัมย์เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

### วิธีการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทาง  
มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ในปี พ.ศ. 2559  
ซึ่งจำนวนประชากรยังไม่ทราบแน่ชัด

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว  
อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จำนวน 400 คน โดยการกำหนด  
ตัวอย่างตามวิธีของเครจซี่และมอร์แกน

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ  
แบบสอบถาม

#### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากนักท่องเที่ยว  
ที่เดินทางมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ เขาพนมรุ้ง ในช่วง  
เดือนมีนาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2559 จำนวน 400 คน

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลเกี่ยวกับ  
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวใน  
จังหวัดบุรีรัมย์

#### 5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่  
การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)  
ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

### สรุปผล

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เดินทาง  
มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ  
ในช่วง 41-50 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน  
บริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป การศึกษา  
ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เดินทางเป็นครั้งแรก  
โดยมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมความ  
งามของแหล่งท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางคือ วันหยุด  
ส่วนใหญ่เดินทางแบบมาพักค้างคืน เดินทางมากับครอบครัว  
เลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ท่องเที่ยวประมาณมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป โดย  
กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบทำในระหว่างเดินทางคือ  
ถ่ายรูป สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ที่ดึงดูดใจ  
นักท่องเที่ยว คือ อุทยานประวัติศาสตร์หินเขาพนมรุ้ง และ  
ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทผ้าไหม

2. แรงจูงใจ ในด้านกายภาพที่มีความสำคัญมาก  
ที่สุด คือ ความต้องการพักผ่อน ด้านอารมณ์หรือความรู้สึก  
บางอย่างที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ความต้องการได้รับ  
ประสบการณ์ที่หลากหลาย ด้านวัฒนธรรมที่มีความสำคัญ  
กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความต้องการสัมผัสกับ  
วัฒนธรรมที่แปลกใหม่และแรงจูงใจด้านสังคมที่มี  
ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ความต้องการ  
เสริมสร้างสัมพันธภาพในครอบครัว

3. การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวเชิง  
วัฒนธรรมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า  
ความถี่ของข่าวสารทางการท่องเที่ยวพบประจำมากที่สุด  
ส่วนใหญ่การรับรู้ข่าวสารและค้นหาข่าวสารทางท่องเที่ยว  
ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่รับรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยว  
มากที่สุด

4. ทศนคติในด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว  
เชิงวัฒนธรรมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์  
มีความเห็นด้วยอย่างยิ่งกับความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว  
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การจัดบริการร้านค้า อาหาร  
และเครื่องดื่มถูกสุขอนามัยและราคาเหมาะสม ในด้านการ  
คมนาคมนักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยในเรื่องความสะดวกใน  
การเดินทางมาท่องเที่ยว ทศนคติด้านการประชาสัมพันธ์  
ท่องเที่ยวเห็นด้วยกับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ใน  
ด้านการให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยกับการ  
ให้บริการในการท่องเที่ยว คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ  
ของเจ้าหน้าที่และทศนคติในด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความ  
เห็นด้วยกับราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

5. ปัจจัยผลักดันที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว  
ของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความชื่นชอบในวัฒนธรรม  
ท้องถิ่น และปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว  
ของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

### อภิปรายผล

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่  
มีจุดประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ เพื่อชมความงามของ  
แหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากว่าบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่มีแหล่ง  
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจมากมายโดยเฉพาะมี  
แหล่งท่องเที่ยวเชิง มรดกทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่และ

สวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและเลือกที่จะเดินทางมาชมความงามของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ อรทัย มูลคำ (2551 : 89) ที่ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชมความงามของแหล่งท่องเที่ยว

2. แรงจูงใจในด้านกายภาพที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ความต้องการพักผ่อน ด้านอารมณ์หรือความรู้สึกบางอย่างที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ความต้องการได้รับประสบการณ์ที่หลากหลาย ด้านวัฒนธรรมที่มีความสำคัญกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความต้องการสัมผัสกับวัฒนธรรมที่แปลกใหม่และแรงจูงใจด้านสังคมที่มีความสำคัญกับนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ความต้องการเสริมสร้างพัฒนาภาพในครอบครัว ทั้งนี้เนื่องจากว่าบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจมากมายโดยเฉพาะมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่และสวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและเลือกที่จะเดินทางมาชมความงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้วยเนืองการคมนาคมที่พัฒนาขึ้นของจังหวัดบุรีรัมย์ซึ่งมีการเดินทางที่สะดวกมากขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางด้วยรถยนต์ สอดคล้องกับปริมา ลาปะ (2558 : 122) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อนและสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 74) ที่ให้ทัศนะว่าสิ่งจูงใจ สำหรับสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง คือ สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยวเอง

3. การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าความถี่ของข่าวสารทางการท่องเที่ยวพบประจำมากที่สุด ส่วนใหญ่การรับรู้ข่าวสารและค้นหาข่าวสารทางท่องเที่ยวผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่รับรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งในการรับรู้ข่าวสารข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ที่ตั้ง เส้นทางการเดินทาง หรือที่พักแรมในประเทศไทย สอดคล้องกับความคิดเห็นของ มาลีนิ มาลีคล้าย (2554)

ที่พบว่าปัจจุบันมีเทคโนโลยีในการเข้าถึงมากขึ้นและง่ายต่อการที่นักท่องเที่ยวจะรับรู้ข้อมูล ยิ่งนักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารมากยิ่งขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจตามความต้องการของตนเองได้ง่ายขึ้น

3. ทศนคติในด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมมีความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว การให้บริการที่มีความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดบุรีรัมย์เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ได้แก่ ประเพณีประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ภาษาที่เป็นเอกลักษณ์มีความน่าสนใจที่จะเดินทางเยี่ยมชม การได้รับนโยบายทางการท่องเที่ยวจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เป็นตัวขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดมิติในการสร้างและบูรณาทุกอย่างที่ลงตัว เพื่อให้เกิดผลสำเร็จและเนื่องจากในยุคปัจจุบันเป็นยุคแห่งการเร่งรีบต่อเวลา ทำให้เกิดความเหนื่อยล้าจากการทำงานจนไม่มีเวลาได้พักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับจากการศึกษาของ Park (2015 : 102) พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหรือแรงจูงใจที่หลากหลาย เช่น เพื่อแสวงหาความสุข เพื่อต้องการพักผ่อน ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ ความวุ่นวายในชีวิต ซึ่งแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยว คือ ความต้องการพักผ่อน เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความเหนื่อยล้าจากการทำงานเป็นอย่างมาก จึงเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนให้ตัวเองหายเหนื่อยจากการทำงานและสิ่งแวดล้อมเดิม ๆ

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยผลักดันที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบในวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดบุรีรัมย์ การคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้เนื่องจากการคมนาคมเป็นพื้นฐานในการเดินทางให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Zoltan (2014 : 72) ว่าปัจจัยผลักดันที่ส่งผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีหลายสาเหตุ เช่น ความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาด้านคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ส่วนปัจจัยดึงดูด พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เป็นปัจจัยที่ดึงดูดที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเลือกพิจารณาสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจโดยเชื่อมโยงไปถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Zatori (2014 : 122) พบว่า ปัจจัยดึงดูดมีความสัมพันธ์

กับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการเดินทาง วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น อาหารที่พักอาศัย ตลอดจนราคาที่พักที่จำหน่ายที่เหมาะสม กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงไปถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

#### ข้อเสนอแนะ

##### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นชมความงามของแหล่งท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน ควรจัดกิจกรรมการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามและมีคุณค่า

1.2 จากศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ยานพาหนะในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงเส้นทางคมนาคมที่เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ควรมีป้ายบอกสถานที่และระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวตลอด

ตามเส้นทางเดินทาง รวมทั้งจัดให้มีสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

##### 1.3 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดประจำสัปดาห์ ดังนั้น

ผู้ประกอบการธุรกิจด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ควรเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับรองนักท่องเที่ยว

##### 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการต่อยอดงานวิจัยในเรื่องการสร้างยุทธศาสตร์หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเที่ยวในระดับอาเซียน โดยเฉพาะเชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชาด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เนื่องจากมีรากฐานทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน

2.2 ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวยังจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สามารถนำไปปรับปรุงและเสริมศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

#### รายการอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์. (Online). แหล่งที่มา : <http://thai.tourismthailand.org>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). เมืองต้องห้าม...พลาด. (Online). แหล่งที่มา : <http://www.sanook.com>.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ดีไซน์.
- ประพาส เครือเอี่ยม. (2556). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. (Online). แหล่งที่มา : <http://tourism-dan1.blogspot.com>.
- ปริณา ลาปะ. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- มาลินี มาลีคล้าย. (2554). การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าอิซตันในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์. (2558). สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์. บุรีรัมย์ : เรวัตการพิมพ์.
- อรรถัย มูลคำ. (2551). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว). พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Gibson, J.L. (2000). **Organizations Behavior**. 7<sup>th</sup> ed. Boston : Irwin.
- Horner, S. (2007). **Consumer Behavior in Tourism**. 2<sup>nd</sup> ed. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Park, J. (2015). **The Impact of Different Types of Media on Tourists Behavioral Intentions**. Florida : Florida International University.

- Zatori, A. (2014). **Tourism Experience Creation from a Business Perspective**. Budapest : Corvinus University of Budapest.
- Zoltan, J. (2014). **Understanding tourist behavior in terms of activeness and intra-destination movement patterns for managing tourism experience**. Universita della svizzera italiana.