

A Study of Tourist Behavior in Multicultural Tourism in Nakhon Ratchasima Province

Kittisak Klinmuenwai

Faculty of Business Administration

Vongchavalitkul University, Thailand

Abstract

This study investigates the behavior of tourists engaging in multicultural tourism in Nakhon Ratchasima Province and examines the relationship between their demographic characteristics and tourism behavior. Employing a quantitative research design, data were collected through a structured questionnaire administered to a convenience sample of 400 tourists who visited multicultural tourism sites in the province. Descriptive statistics—percentages, means, and standard deviations—were used for data analysis, along with chi-square tests to assess the relationships between variables at a 0.05 significance level. The findings indicate that most tourists traveled for recreational purposes, primarily using private cars. The majority undertook trips lasting no more than two days, typically over the weekend (Saturday–Sunday), and spent between 2,001 and 4,000 baht per trip. Most tourists traveled with family members or relatives. The most appealing aspect of multicultural tourism was the opportunity to experience local community lifestyles. The chi-square test revealed statistically significant relationships between tourist behavior and demographic characteristics at the 0.05 significance level.

Keywords

tourist behavior, travel, Multicultural tourism, Nakhon Ratchasima Province

CORRESPONDING AUTHOR

Kittisak Klinmuenwai, Department of Tourism Industry, Faculty of Business Administration Vongchavalitkul University, Muang Nakon Ratchasima, 30000, Thailand. Email: kittiya_kitty@hotmail.com, kittisak_kli@vu.ac.th

© College of Local Administration, Khon Kaen University. All rights reserved.

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรม ในจังหวัดนครราชสีมา

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไว

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ การเลือกเก็บข้อมูลแบบสะดวกโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาความสัมพันธ์โดยการทดสอบไคสแควร์ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และเลือกวันเสาร์-อาทิตย์เป็นช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีระยะเวลาในการพำนักร้อยละไม่เกิน 2 วัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 2,001-4,000 บาท นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและเครือญาติ และชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ในภาพรวมลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

คำสำคัญ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยว, พหุวัฒนธรรม, จังหวัดนครราชสีมา

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศชาติเป็นจำนวนมหาศาล โดยเฉพาะการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นกิจกรรมสำคัญที่สร้างเม็ดเงินทางเศรษฐกิจ และยังถือเป็นช่องทางสำคัญของการส่งผ่านเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่หนึ่งให้เกิดการหมุนเวียนในพื้นที่ต่าง ๆ เป็นการเปิดโอกาสในการสร้างธุรกิจอันเป็นแหล่งงานตามแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นรากฐานการเติบโตอย่างยั่งยืน ปัจจุบันจากสถานะต้นทุนค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูงส่งผลต่อพฤติกรรมการปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวเป็น “เน้นการท่องเที่ยวไปเช้าเย็นกลับในจังหวัดข้างเคียง ลดระยะเวลาพักผ่อนในจังหวัดห่างไกล หรือเที่ยวต่างภูมิภาคในจังหวัดที่ใกล้เพื่อลดค่าน้ำมัน” ทำให้รายได้ต่อทริปลดลง ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศมีการเติบโตไม่สอดคล้องกันราว 0.8 ล้านล้านบาท (Tourism

Authority of Thailand, 2024) สำหรับปี 2567 การประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยยังสามารถสร้างรายได้ในมิติด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะสูงถึง 292.1 ล้านคน บนพฤติกรรมการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อทริปลดลงจากภาวะค่าครองชีพและภาระทางการเงินที่สูงขึ้นลดทอนรายได้ที่ใช้จ่ายได้จริง แต่จากการชดเชยของมิติเชิงจำนวนสามารถดันให้รายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศคาดแต่ละระดับ 1 ล้านล้านบาท ได้อีกครั้งหนึ่ง บนรูปแบบของการท่องเที่ยว “เที่ยวใกล้ๆ ไปกลับ กระชับเส้นทาง” โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้สามารถมีการเติบโตที่ยั่งยืนเพื่อต่อยอดให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวอีกครั้ง ดังนี้ 1) เชื่อมโยงสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อต่อยอดและยกระดับสิ่งดึงดูดเดิมที่มีอยู่ 2) สร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เร่งพัฒนาจุดเด่นเชิงวัฒนธรรมทั้งในส่วนของการศิลปที่สะท้อนวิถีชีวิตที่มีความต่างกันไปในแต่ละสังคมสะท้อนผ่านวัฒนธรรมทางวัตถุ รวมถึงการขับเคลื่อนผ่านวัฒนธรรมทางจิตใจที่สะท้อนผ่านความเชื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถไปสักการะเพื่อความเป็นสิริมงคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงตนเองให้ดีขึ้น 3) เชื่อมโยงวัตถุประสงค์อื่นให้ผนวกเข้ากับการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ซึ่งอาจเกิดข้อจำกัดในด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนให้กับท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (TTB Economic Analysis Center, 2024) ภายใต้แผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ ในประเด็นการท่องเที่ยวที่มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยว สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ยังคงรักษาจุดเด่นด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Ministry of Tourism and Sports, 2024) อีกทั้งปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการปรับเปลี่ยนและมีความหลากหลายมากขึ้น พบว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง (Market Plus, 2022)

จังหวัดนครราชสีมา หรือโคราช เป็นจังหวัดหนึ่งของภาคอีสานเรียกได้ว่าเป็นชุมทรัพย์แห่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย และความงามทางธรรมชาติถือว่าเป็นดินแดนแห่ง 3 มงกุฎทางธรรมชาติของยูเนสโก (The UNESCO Triple Crown) หรือเป็นพื้นที่ที่มีการอนุรักษ์ตามโปรแกรมขององค์การเพื่อศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ที่ตั้งอยู่ใจกลางประเทศไทย (Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning, 2022) มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในด้านประเพณีวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจ มีประวัติศาสตร์อันยาวนานและวัฒนธรรมอันมีชีวิตชีวา จึงเป็นจังหวัดที่น่าไปเที่ยวชมอย่างยิ่ง ด้วยทำเลที่ตั้งที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ การคมนาคมสะดวกสบาย จังหวัดนครราชสีมาจึงเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวพักผ่อนวันหยุดที่เป็นที่นิยมอันดับต้น ๆ แห่งหนึ่งของชาวเมืองหลวงและจังหวัดใกล้เคียงในปัจจุบัน กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเป็นส่วนสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน และการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นวิธีพัฒนาชุมชนที่สอดคล้องกับนโยบายของประเทศในการสร้างการกระจายรายได้สู่ชุมชน ประชากรในจังหวัดนครราชสีมาหลากหลายเชื้อชาติหรือหลายชาติพันธุ์ แต่กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีจำนวนมาก โดยในแต่ละพื้นที่มีจุดเด่นในด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมทั้งสถาปัตยกรรม อาหาร ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต เป็นต้น (Nakhon Ratchasima Provincial Office, 2024) แม้จังหวัดนครราชสีมาจะมีองค์ประกอบที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรม แต่ยังคงพบข้อจำกัดด้านข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในลักษณะดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจในการเดินทาง ความคาดหวัง ประสบการณ์ที่ต้องการ และการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว สิ่ง

เหล่านี้ล้วนมีผลต่อการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์ในปัจจุบัน รวมถึงการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานองค์กรทุกภาคส่วนเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ประเพณี ศิลปะและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดเป็นแนวทางในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาในการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางพหุวัฒนธรรม เพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ คือ ลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือนักท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติเฉพาะในแต่ละคนที่แตกต่างกัน เช่น อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพครอบครัว เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเฉพาะของบุคคลต่าง ๆ ที่เหมือนกันหรือไม่เหมือนกัน เหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร Kotler & Armstrong (2018) ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะของแต่ละบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น โดยจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในแต่ละด้านนั้นมักจะมีความสัมพันธ์กัน เช่น อายุที่มากขึ้น ทำให้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่สูงขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป Anthachai (2016) กล่าวว่า “ลักษณะทางประชากรศาสตร์” หมายถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล อาทิ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนาซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางด้าน Panyowat and Prommarat (2019) ได้จำแนกปัจจัยประชากรศาสตร์ ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการระบุความแตกต่างที่มีอยู่ในตัวบุคคล อันได้แก่ อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ ครอบครัวยุทธศาสตร์ ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ย ระดับการศึกษารวมถึงอายุการทำงาน ภูมิสำเนาและที่พักอาศัย

สรุปได้ว่า ลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่ใช้จำแนกความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านต่าง ๆ อาทิ อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพครอบครัว ภูมิสำเนา และที่พักอาศัย โดยข้อมูลเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย ลักษณะประชากรศาสตร์ไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นถึงความ

หลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์จึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด และการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นการปฏิสัมพันธ์องค์รวมของส่วนประกอบ คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการภาครัฐและชุมชนผู้เป็นเจ้าของทรัพยากร ซึ่งทรัพยากรนี้เองเป็นจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเพื่อให้มาเยือนและเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากการท่องเที่ยว (United Nations, Department of Economic and Social Affairs, 2008) การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางไปยังสถานที่อื่นเพื่อการชั่วคราวโดยมี จุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการหาสิ่งแปลกใหม่ สร้างความสัมพันธ์ โดยสถานที่และกิจกรรมขึ้นอยู่กับสถานที่และความชอบส่วนบุคคลที่อาจจะมี ความชอบในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมือนหรือแตกต่างกัน (Sanitchan, 2021) และสำหรับ United Nations World Tourism Organization: UNWTO (2015) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร ตามความพึงพอใจของผู้เดินทางเองไม่ใช้การบีบบังคับเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหา (Tourism Development Office, 2009) การท่องเที่ยว คือ 1) การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่ 2) จุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับภูมิลำเนาเดิม และใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้นที่สนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และ 3) มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวด้านใดด้านหนึ่งเช่น ท่องเที่ยวเพื่อความรู้ ท่องเที่ยวเพื่อสังคม ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ฯลฯ หรือมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่มากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางเพื่อการนันทนาการไปพักในสถานที่อื่นชั่วคราว แต่ไม่ใช่เป็นการพำนักอยู่ถาวร เป็นการเดินทางที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ นับเป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และได้รับความเพลิดเพลิน ความรู้ จากสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมไปถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งที่มีความรู้ด้านต่าง ๆ และความสนุกสนานจากกิจกรรมต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมของจังหวัดนครราชสีมา

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Sophonsiri (2011) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว คือการกระทำที่มาจากความคิดโดยเน้นตามวัตถุประสงค์และความต้องการของการเดินทางท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มวางแผนที่จะเดินทางตลอดจนการท่องเที่ยวจนจบการเดินทาง (Cohen et al., 2014) พฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นการบริโภคหรืออุปโภคผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้อยู่ประจำหรือที่เป็นกรณีพิเศษนอกสภาพแวดล้อมที่เป็นวิถีชีวิตประจำวัน (Juvan et al., 2017) และทางด้าน Proyrungroj (2015) กล่าวถึงองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการดังนี้ 1) เป้าหมาย 2) ความพร้อม 3) สถานการณ์ 4) การแปลความหมาย 5) การตอบสนอง 6) ผลลัพธ์ที่ตามมา

และ 7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง ดังนั้นองค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวและทางด้าน Jatturat and Na Thalang (2022) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ทางด้าน Napharatchindaphat (2019) กล่าวว่า การกระทำต่าง ๆ ของแต่ละ บุคคลที่จะแสดงออกต่างกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่ามีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมีความชอบหรือไม่ชอบสถานที่ เหล่านั้น สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ทางการท่องเที่ยวและการบริการให้สอดคล้องกับความพึงพอใจและความต้องการและการกลับมาเยือนซ้ำต่อไปในอนาคต

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่ทำให้ทราบถึงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวว่ามีความต้องการในสถานที่ใด กิจกรรมแบบไหน สินค้าและบริการอะไรที่สามารถ ตอบโจทย์และสนองความต้องการในการมาท่องเที่ยวได้ และเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และตอบสนองความต้องการในทุก ๆ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมคือ การเข้าใจและสนใจในสังคม การเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา ภาษา วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของกลุ่มชนและสังคมที่มีความหลากหลาย ในมิติของภาษา เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมประเพณีมาอยู่ร่วมกันอย่างสันติโดยไม่มีการแบ่งแยกชนชั้น ยิ่งไปกว่านั้นการเคารพ การเอื้ออาทร และการยอมรับถึงความหลากหลาย หรืออัตลักษณ์ในวัฒนธรรมอื่นอันมิใช่ของตนที่ต้องอาศัยอยู่ร่วมกันในสังคมใหญ่จนกลายเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม (Panasree, Phrapalad Sakorn Sakaro & Phrakru Atthakosolkrit, 2018) พหุวัฒนธรรม คือ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม อันเกิดจากการผสมผสานแลกเปลี่ยนกันทางวัฒนธรรมบนพื้นฐานของการยอมรับถึงการมีอยู่ของวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่าง ๆ อย่างเสมอภาคกัน ไม่เบียดเบียนและลดคุณค่าของวัฒนธรรมของคนกลุ่มอื่นเรียนรู้ความแตกต่าง เปิดใจให้กว้างพร้อมรับสิ่งใหม่ ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเชื่อ ศาสนา ภาษาของชนกลุ่มอื่น ผ่านแหล่งความรู้ที่และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ และการเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมที่มีคนจากหลายวัฒนธรรมมาทำร่วมกัน (Khiawkhueam, 2022) พหุวัฒนธรรมเป็นสังคมที่ประกอบด้วย ความแตกต่างกันทางประเพณี วัฒนธรรม ชาติพันธุ์และสิ่งแวดล้อมที่มีพื้นฐานมาจากประวัติศาสตร์ของเผ่าพันธุ์มนุษย์ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งและได้รับการสืบทอดมาโดยกลุ่มคนรุ่นต่อ ๆ มาจนถึงปัจจุบัน (Phramaha Mongkhokan Thitadhammo, Pangthrap, & Kamol 2020) พหุวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชาติพันธุ์ ความเชื่อ ศาสนา ภาษา รูปแบบวิถีชีวิต และวัฒนธรรมต่าง ๆ รวมถึงการปฏิบัติต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันที่ผสมผสานความหลากหลายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างลงตัวได้อย่างมีความสุข (The Columbia Encyclopedia, 2001) พหุนิยมทางวัฒนธรรมเป็นการดำรงอยู่ร่วมกัน โดยปราศจากการครอบงำทางวัฒนธรรม พหุวัฒนธรรมพยายามที่จะก้าวข้ามผ่านเชื้อชาตินิยม และการแบ่งแยกและกีดกันในรูปแบบต่าง ๆ

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยววัฒนธรรม คือ ความหลากหลายทางสังคมที่สามารถอยู่ร่วมกัน ภายใต้วัฒนธรรมที่หลากหลายในท้องถิ่น การปฏิบัติตามหลักการในมิติทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี และประวัติศาสตร์ของกลุ่มชนที่มีความหลากหลายมาอยู่ร่วมกัน และการยอมรับถึงอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมอื่นอันมีใช้ของตน ท่ามกลางสภาพแวดล้อมและวิถีท้องถิ่น วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นที่มีความสวยงามทางสุนทรียศาสตร์ ความโดดเด่นและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และยังรวมไปถึงอาหารการกินของท้องถิ่น ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะทางวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นนั้น ๆ ต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้แลกเปลี่ยนและสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

Howell (1993) กล่าวว่า คนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อที่จะเรียนรู้หาประสบการณ์และความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเห็นว่า คนท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมที่แปลกและโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ก็สามารถเป็น สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวได้เช่นกันสิ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้โดดเด่นก็คือ การที่นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มพูนประสบการณ์ ความรู้และมุมมองทางด้านวัฒนธรรมที่กว้างไกล และทางด้าน Pongtratik, Nimnatipun and Malarat (2021) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเกิดขึ้นได้ในพื้นที่ที่มีองค์ประกอบอย่างน้อย 1 ใน 4Hs (Heritage, History, Habitat and Handicraft) กล่าวคือ (1) พื้นที่ประเภทที่มีแหล่งเป็นมรดก (Heritage) ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในทางวัฒนธรรมหรือ โบราณคดี (2) พื้นที่ประเภทที่มีแหล่งความเป็นประวัติศาสตร์ (History) จะเป็นแหล่งให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นประวัติศาสตร์ (3) พื้นที่ประเภทที่มีปรากฏเป็นร่องรอยชุมชนการอยู่อาศัย (Habitat) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน วิถีชีวิต และ (4) พื้นที่ประเภทที่มีงานศิลปหัตถกรรม (Handicraft) จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทงานศิลปะ ประเพณี สำหรับ Somchai, Phumsaen, Arthakun and Singmart (2023) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะช่วยกระตุ้น ความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นรูปแบบของการเดินทางที่เชื่อมโยงอย่าง ชับซ้อนกับการสำรวจประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีของ ชุมชน และคุณลักษณะที่โดดเด่นของ สถานที่ต่าง ๆ มันก้าวข้ามประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ โดยเพิ่มมูลค่าให้กับมิติทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรมของสถานที่นั้น ๆ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และการเฉลิมฉลองคุณค่าของชุมชน โดยพื้นฐานแล้วนี่ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่าง นักท่องเที่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งไม่เพียงแต่มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังช่วยรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมที่แท้จริงอีกด้วย

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การเดินทางเพื่อเรียนรู้และสัมผัสกับมรดกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ ประเพณี และศิลปหัตถกรรมของท้องถิ่น ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงจากสถานที่และผู้คนในพื้นที่นั้น โดยนักท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ได้ความรู้และความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังสามารถซึมซับคุณค่า ความหมาย และความงดงามของวัฒนธรรมในแง่มุมต่าง ๆ ได้อย่างลึกซึ้ง และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังมีบทบาทในการส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน และเชื่อมโยงกับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมโดยไม่ละทิ้งรากเหง้าท้องถิ่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Suksawat (2022) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรม จังหวัดสระแก้ว พบว่ามีความเป็นพหุวัฒนธรรมเนื่องจากการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยไทยญ้อ และมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรม ทั้งทางด้านศักยภาพของชุมชน พบว่าชุมชนมีความเป็นเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นทั้งทางด้านวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม เช่นเดียวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และมีความเป็นมาอย่างยาวนาน และชุมชนมีระดับการมีส่วนร่วมในภาพรวมในระดับมาก สำหรับ Samanketgon (2023) ศึกษาประสบการณ์นักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือประเพณีและทัศนียภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่นมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ บรรยากาศ สภาพภูมิอากาศที่ดี และความมีมิตรไมตรีของบุคลากร ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้รับประสบการณ์ด้านสุนทรียะและด้านการบริการ

Khwantongyim, Na Thalang and Wongmontha (2023) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา พบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางโดยเครื่องบิน และเลือกวันเสาร์-อาทิตย์เป็นช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีระยะเวลาในการพำนักไม่เกิน 2 วัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วงต่ำกว่า 3,000 บาท นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และมักที่จะเลือกท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ตลาดน้ำ และย่านเมืองเก่า สำหรับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่าในภาพรวมลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 และสำหรับ Siridhammasakul and Nongped (2024) ศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนพหุวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี พบว่าทรัพยากรวัฒนธรรมท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีมี 7 ประเภท ได้แก่ 1) สถาปัตยกรรม 2) สิ่งประดิษฐ์ทางโบราณคดี 3) ศิลปะการแสดง 4) งานฝีมือแบบดั้งเดิม 5) การละเล่นกีฬาพื้นบ้าน 6) งานเทศกาล และ 7) ศาสนา ในด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ได้แก่ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางวิทยาศาสตร์ คุณค่าทางจิตวิญญาณ และคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ โดยสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวการเรียนรู้กลุ่มพหุวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน เชื้อสายเวียดนาม ชาวไทยซิกข์ และชาวไทยอีสาน

สรุปได้ว่า การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา โดยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นแนวทางวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม ตามแนวทางการศึกษาตามความต้องการ จากประสบการณ์ และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยว หรือกิจกรรมในพื้นที่พหุวัฒนธรรมซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการวางแผนพัฒนาและบริหารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดในการวิจัยโดยประยุกต์ใช้การค้นคว้าหลักการแนวคิด ทบหาวรรณกรรม ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยและสามารถกำหนดกรอบแนวคิดได้ ดังนี้

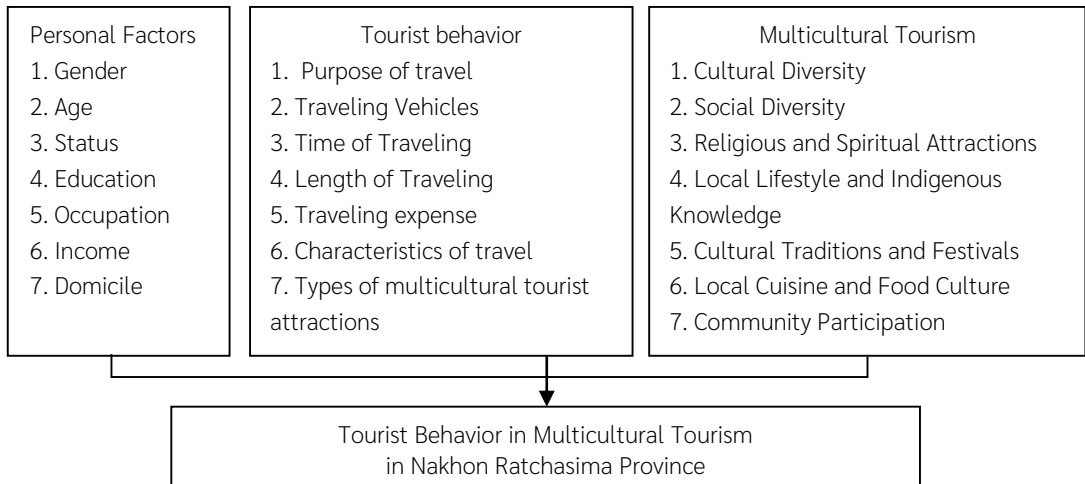


Figure 1. Conceptual Framework

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา ทั้งสิ้นจำนวน 334,690 คน (Nakhonratchasima Provincial Office of Tourism and Sports, 2024) เนื่องจากจำนวนประชากรมีขนาดใหญ่ จึงได้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและสุ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวโดยใช้การคำนวณสูตรของ (Yamane, 1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

ดังนั้น แทนค่าในสูตร
$$n = \frac{334,690}{1 + 334,690(0.05)^2}$$

$$n = 400$$

ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้ตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจผู้วิจัยศึกษาค้นคว้ารายละเอียด ทฤษฎี หลักการ จากตำรา เอกสาร บทความทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขต และสร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของงานวิจัย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามลักษณะแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งมีรายละเอียดข้อคำถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ทั้งหมดจำนวน 7 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นตัวเลือก (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งลักษณะ ได้แก่ จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการพำนัก/ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว และประเภทแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมที่สนใจ จำนวน 7 ข้อ ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Question)

การทดสอบหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ผู้วิจัยการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และเพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความเหมาะสมของข้อคำถาม ความชัดเจนของภาษา และรูปแบบของแบบสอบถาม เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าเท่ากับ 0.87 มากกว่า 0.50 ถือเป็นค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Rovinelli & Hambleton, 1977) และทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามไปทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient alpha) (Cronbach, 1990) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาความเชื่อมั่นที่ 0.987 จากนั้นผู้วิจัยจึงนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการที่ลงพื้นที่ในการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองมีวิธีดำเนินการโดยการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน โดยการเลือกพื้นที่ด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกพื้นที่ 8 อำเภอ อำเภอละ 50 คน คือ อำเภอเมือง อำเภอพิมาย อำเภอสีคิ้ว อำเภอ

สูงเนิน อำเภอโชคชัย อำเภอวังน้ำเขียว อำเภอโนนสูง และอำเภอปักธงชัย มุ่งเน้นการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะทาง (พหุวัฒนธรรม) จึงไม่เหมาะกับการสุ่มอย่างเป็นระบบ โดยใช้การเลือกพื้นที่ที่มีคุณลักษณะตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นแนวทางที่เหมาะสมกับการวิจัยเชิงลึกในบริบทเฉพาะทาง เช่น การท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรม โดยเน้นพื้นที่ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับหัวข้อการศึกษา ซึ่งเป็นพื้นที่ศูนย์กลางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การคมนาคมขนส่ง และเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของการท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรม สภาพแวดล้อม และวิถีทางวัฒนธรรมชาติท้องถิ่นที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น และมีความสวยงามทาง สุนทรียศาสตร์ ความโดดเด่นทางวัฒนธรรม และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดนครราชสีมา การเก็บข้อมูลในพื้นที่หลายอำเภอที่อยู่ห่างกันอาจต้องใช้ทรัพยากร เวลา และงบประมาณมากขึ้น ซึ่งอาจกระทบต่อความลึกและความละเอียดในการเก็บข้อมูล โดยเน้นพื้นที่ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษา และพิจารณาข้อจำกัด พร้อมทั้งมีแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 ถึง เมษายน พ.ศ. 2567

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การพิทักษ์สิทธิ์ผู้เข้าร่วมการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้ผู้เข้าร่วมศึกษาได้ทราบ การศึกษาในครั้งนี้ขึ้นอยู่ด้วยความสมัครใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่จะยินยอมเข้าร่วมในการตอบแบบสอบถามหรือไม่ก็ได้ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับทั้งระหว่างการทำการศึกษาและหลังการศึกษาโดยจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว โดยการเก็บข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้ผู้เข้าร่วมศึกษาได้ทราบ และเมื่อกระบวนการวิจัยสิ้นสุดผู้วิจัยจะดำเนินการลบหรือทำลายข้อมูลทันที สำหรับผลการศึกษาจะนำเสนอเป็นภาพรวมและนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบคำถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.50 มีอายุอยู่ในช่วง 50-59 ปี ร้อยละ 38.75 ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่เป็นระดับ การศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 61.75 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 58.00 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 42.50 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001- 20,000 บาท ร้อยละ 42.50 โดย ส่วนมากนักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ที่

จังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑล ร้อยละ 60.00 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 40.50 เลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 52.00 ส่วนใหญ่เลือกวันเสาร์-อาทิตย์เป็นช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 60.75 มีระยะเวลาในการพำนัไม่เกิน 2 วัน ร้อยละ 68.75 มีค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 2,001-4,000 บาท ร้อยละ 52.75 นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและเครือญาติ ร้อยละ 48.75 โดยส่วนใหญ่เลือกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวทางวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นและความรู้พื้นเมืองในท้องถิ่น ร้อยละ 42.50 ดังปรากฏใน Table 1.

Table 1. Demographic Characteristics and Tourism Behavior of Visitors to Multicultural Tourism Sites in Nakhon Ratchasima Province

Demographic Characteristics		Frequency (n)	Percentage (%)
1) Sex	Male	158	39.50
	Female	242	60.50
2) Age (years)	20-29	25	6.25
	30-39	70	17.50
	40-49	105	26.25
	50-59	155	38.75
	60 and over	45	11.25
3) Education Level	Below Bachelor's Degree	94	23.50
	Bachelor's Degree	247	61.75
	Post-Graduate Degree	59	14.75
4) Marital Status	Single	232	58.00
	Married	165	41.25
	Separated	3	0.75
5) Occupation	Civil Servants/Government Employees	82	20.50
	State Enterprise Employees	48	12.00
	Private Employees	54	13.50
	Private Business Owners/Traders	170	42.50
	General Employment	39	9.75
	Students	2	0.50
	Others	5	1.25
6) Monthly Income	Not exceeding 15,000 Baht	105	26.25
	Between 15,001-20,000 Baht	170	42.50
	Between 20,001-25,000 Baht	87	21.75
	Between 25,001-30,000 Baht	30	7.50
	Over 30,000 Baht	8	8.00

Table 1. Demographic Characteristics and Tourism Behavior of Visitors to Multicultural Tourism Sites in Nakhon Ratchasima Province (cont.)

Demographic Characteristics			Frequency (n)	Percentage (%)
7) Domicile	Bangkok and Metropolitan Region		240	60.00
	Central		59	14.75
	North		10	2.50
	Northeast		80	20.00
	East		9	2.25
	South		2	0.50
8) Purpose of Travel	Leisure and recreation		162	40.50
	Knowledge and practical experience		39	9.75
	Cultural arts and traditions		73	18.25
	Local culinary experiences		105	26.25
	Meetings, conferences, or study tours		21	5.25
9) Mode of Transportation	Private car		208	52.00
	Public bus		63	15.75
	Tour bus		122	30.50
	Train		7	1.75
10) Time of Travel	Weekdays (Monday-Friday)		28	7.00
	Weekends (Saturday-Sunday)		243	60.75
	Public Holidays		129	32.25
11) Duration of Stay	No more than 2 days		275	68.75
	3-4 days		98	24.50
	5-7 days		27	6.75
12) Travel Expenditure (Baht)	< 2,001		42	10.50
	2,001-4,000		211	52.75
	4,001-6,000		117	29.25
	> 6,000		30	7.50
13) Type of Travel	Alone		28	7.00
	With partner/family/relatives		195	48.75
	With friends		100	25.00
	With company/organization		77	19.25
14) Type of Multicultural Attraction	Cultural diversity		14	3.50
	Social diversity		11	2.75
	Religious and spiritual attractions		20	5.00
	Local lifestyle and indigenous knowledge		170	42.50
	Cultural traditions and festivals		69	17.25
	Local cuisine and food culture		72	18.00
	Community participation		29	7.25
	Experiential and Educational Tourism		15	3.75

ผลการความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา ดังปรากฏใน Table 2

Table 2. Summary of Chi-square Analysis on the Relationship Between Tourists' Demographic Characteristics and Their Behavior in Multicultural Tourism in Nakhon Ratchasima Province

Tourist Behavior	Demographic Factor						
	Gender	Age	Status	Education	Occupation	Income	Domicile
Purpose of Travel	X ² 211.633	175.065	115.441	236.241	318.465	434.413	177.421
	Sig 0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
Mode of Transportation	X ² 2.635	48.312	16.082	36.775	44.116	9.281	85.041
	Sig 0.621	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.682	0.000*
Time of Travel	X ² 135.846	134.983	154.081	122.201	6.484	211.816	54.699
	Sig 0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.360	0.000*	0.000*
Duration of Stay	X ² 41.768	89.32	114.838	71.407	127.860	116.909	61.890
	Sig 0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
Travel Expenditure	X ² 21.799	152.755	164.988	64.685	283.918	270.941	143.367
	Sig 0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.002*	0.000*
Type of Travel	X ² 51.541	58.512	56.937	7.708	81.306	126.401	40.365
	Sig 0.000*	0.000*	0.000*	0.280	0.000*	0.000*	0.000*
Type of Multicultural Attraction	X ² 95.354	154.340	112.485	41.775	486.832	182.400	131.541
	Sig 0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*

*Statistical significance level at 0.05 (p-value < 0.05)

จากตารางที่ 2 ผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ในภาพรวม พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาและเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา ยกเว้นในด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาในทุกด้าน

สถานภาพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาในทุกด้าน

การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา ยกเว้นในด้านลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา ยกเว้นในด้านช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

รายได้ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา ยกเว้นในด้านพาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาในทุกด้าน

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา สรุปและอภิปรายผลการศึกษาวิจัยดังนี้

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยส่วนมากเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว และมักเดินทางในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ มีระยะเวลาในการพำนักไม่เกินสองวัน สำหรับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยมากอยู่ในช่วง 2,001-4,000 บาท โดยเลือกเดินทางมากับครอบครัวและเครือญาติ และชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับ Puaksanit and Pasunon (2021) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวคือ 2,001-3,000 บาท และยังสอดคล้องกับ Jatturat and Na Thalang (2022) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์เป็นหลัก มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 3,000 บาท และยังสอดคล้องกับ Ruanggoon, Ngamsin and Opasvittayarux (2022) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมักเดินทางมากันเป็นกลุ่มเพื่อน สำหรับระยะเวลาในการพำนัก 1-2 วัน และยังสอดคล้องกับ Leelhasuwan, Wongmontha, Chairatana and Pongponra (2023) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่มีลักษณะในการเดินทางเป็นครอบครัว และพักผ่อนหรือนอนค้างคืน 1-2 วัน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางระหว่าง 2,001-3,000 บาท เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ชอบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางกลับมาเที่ยวซ้ำอีกด้วย

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่าข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในภาพรวมลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้อง เกศินี โพธิ์เพชร สุพิศ ฤทธิ์แก้ว และ Popet, Ritkaew and Aujirapongpan (2020) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพ ที่อยู่อาศัย (ทวีป) การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับ Nantanakorn and Jansuri

(2021) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่าลักษณะประชากรศาสตร์กับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปะบนฐานแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดราชบุรีมีความสัมพันธ์ในภาพรวมระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปะบนฐานแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดราชบุรีต่อไป และสอดคล้องกับ Wichadech and Kosolwittayan (2023) พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับลักษณะของการเดินทาง มาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการ เดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่อคน และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับลักษณะของการเดินทางมา ท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายใน การเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่อคน และมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยววัดพระมหาธาตุแก่นนคร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 และยังสอดคล้องกับ Setsri, Chawalee Na Thalang, Wongmontha and Pomsuwan (2023) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และส่วนบุคคล คือ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ จังหวัดยโสธร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิจัยสามารถนำข้อมูลไปใช้สำหรับการวางแผนในการจัดกิจกรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรมของจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงการพัฒนาหรือปรับรูปแบบการให้บริการที่ตรงกับจุดที่เป็นปัญหาและความต้องการตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาซึ่งจะถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญในการสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมให้เกิดคุณค่าใหม่ ๆ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครราชสีมา ได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวสามารถนำฐานข้อมูลและนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ โดยสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมาและเทศบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แท้จริงและนำไปสู่การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมของจังหวัดนครราชสีมาต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงความต้องการเชิงลึกของนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องความหลากหลายรวมถึงการสร้างสรรค์การท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมาเพื่อพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวทางพหุวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

References

- Anthachai, S. (2016). *Structural equation model of marketing*. Odeon Store. (In Thai)
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872–909.
doi.org/10.1080/13683500.2013.850064
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.
- Howell, D. W. (1993). *Passport: An introduction to the travel and tourism industry* (2nd ed.). South-Western Publishing Co.
- Jatturat, P., & Na Thalang, C. (2022). Behavior of Thai tourists visiting in cultural attraction in community-based of Bangkok. *Dusit Thani College Journal*, 16(2), 50–64. (In Thai)
- Juvan, E., Gomezelj, O. D., & Maravic, M. U. (2017). Tourist behaviour: An overview of models to date. In S. Laporsek, D. Gomezelj Omerzel, & S. Sedmak (Eds.), *The Joint International Conference* (pp. 23–33). University of Primorska Press.
- Khiawkhueam, P. (2022). *ASEAN studies*. Nakhon Pathom Rajabhat University. (In Thai)
- Khwantongyim, W., Na Thalang, C., & Wongmontha, S. (2023). Behavior of Thai tourists visiting in multicultural tourism destination in the Songkhla Province. *Management Sciences Valaya Alongkorn Review*, 4(1), 43–55. (In Thai)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Prentice Hall.
- Leelhasuan, P., Wongmontha, S., Chairatana, P., & Pongponra, K. (2023). Marketing mix factors affecting cultural tourism in Nonthaburi Province. *Journal of Legal Administration and Local Innovation*, 9(5), 11–24. (In Thai)
- Market Plus. (2022). Behavior of Thai tourists. Retrieved from <https://www.marketplus.in.th/content/detail.php?id=15187>
- Ministry of Tourism and Sports. (2024). *Domestic tourism statistics (Classify by region and province 2024)*. Retrieved from <https://www.mots.go.th/news/category/760> (In Thai)
- Nakhonratchasima Provincial Office of Tourism and Sports. (2024). *Tourist information of Nakhon Ratchasima Province*. Retrieved from https://nakhonratchasima.mots.go.th/more_news.php?cid=52 (In Thai)
- Nakhonratchasima Provincial Office. (2024). *Basic information of Nakhon Ratchasima Province for the year 2013*. Retrieved from https://www.nakhonratchasima.go.th/content/history_office (In Thai)

- Nantanakorn, P., & Jansuri, A. (2021). The potential of arts tourism on creative tourism of Ratchaburi Province. *Research and Development Institute Journal of Chaiyaphum Rajabhat University*, 3(1), 30–45. (In Thai)
- Napharatchindaphat, P. (2019). *Behavior of Thai tourists who intend to travel to Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province* (Master's thesis). Bangkok University, Thailand. (In Thai)
- Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning. (2022). *Before becoming Thailand's 3 UNESCO crowns*. Retrieved from https://www.onep.go.th/wpcontent/uploads/2022/05/NE_65_Jan.pdf (In Thai)
- Panasree, S., Phrapalad Sakorn Sakaro, & Phrakru Atthakosolkrit. (2018). Multiculturalism in postmodern philosophical perspectives. *Saint John's Journal*, 20(27), 31–46. (In Thai)
- Panyowat, D., & Prommarat, P. (2019). Training strategies affecting performance efficiency among operation officers in Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Roi Et Province. *Journal of Roi Et Rajabhat University*, 13(3), 55–67. (In Thai)
- Phramaha Mongkholkhan Thitadhammo, Pangthrap, K., & Kamol, P. (2020). Living together of peoples in multicultural societies of Thailand: A case study of multicultural society of Muang District, Chiang Mai Province. *Mahachula Academic Journal*, 6(2), 46–59. (In Thai)
- Pongtratit, C., Nimnatipun, S., & Malarat, A. (2021). The development of cultural tourism strategies in Prachuap Khiri Khan Province. *Journal of MCU Buddhapanya Review*, 6(3), 77–91.
- Popet, K., Ritkaew, S., & Aujiapongpan, S. (2020). Foreign tourists' behavior in Khanom tourist attraction, Nakhon Si Thammarat Province. *Songklanakarin Journal of Management Sciences*, 37(2), 110–136. (In Thai)
- Proyrungroj, R. (2015). *Tourist behavior*. Bangkok: Odeon Store. (In Thai)
- Puaksanit, S., & Pasunon, P. (2021). Behavior of Thai tourists in cultural tourism, Chachoengsao Province. *Humanities and Social Sciences Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 12(2), 203–215. (In Thai)
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49–60.
- Ruanggoon, J., Ngamsin, P., & Opasvittayarux, P. (2022). Tourist behavior and satisfaction: A case of tourists stayed at XYZ Resort in Kanchanaburi Province during the Coronavirus (COVID-19) pandemic. *Management Sciences Valaya Alongkorn Review*, 3(1), 39–50. (In Thai)
- Samanketgon, P. (2023). A study of tourist experience for developing of religious tourism in Thailand. *Journal of Legal Administration and Local Innovation*, 9(8), 256–270. (In Thai)
- Sanitchan, J. (2021). *Factors affecting tourists' decision to engage in ecotourism: A case study of Bang Nam Phueng Floating Market, Samut Prakan Province* (Master's thesis). National Institute of Development Administration, Thailand. (In Thai)
- Setsri, P., Na Thalang, C., Wongmontha, S., & Pomsuwan, S. (2023). Thai tourists' behavior and cultural tourism travel decision based on cultural identity of Yasothon Province. *Management Sciences Valaya Alongkorn Review*, 4(1), 56–73. (In Thai)

- Siridhammasakul, S., & Nongped, K. (2024). Creative tourism route development for Ubon Ratchathani Old Town. In *The 18th Ubon Ratchathani University Research Conference (UBRC): Green-Growth-Gate* (pp. 283–295). (In Thai)
- Somchai, S., Phumsaen, P., Arthakun, S., & Singmart, S. (2023). Cultural management to the concept of creative cultural tourism. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 3(6), 1035–1048.
- Sophonsiri, S. (2011). *Tourist behavior analysis*. Bangkok: Inthanin. (In Thai)
- Suksawat, S. (2022). The potential development of multi-cultural tourism on Khlong Nam Sai Subdistrict, Aranyaprathet District, Sa Kaeo Province. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 8(2), 31–48. (In Thai)
- The Columbia Encyclopedia. (2001). *Multicultural* (6th ed.). Columbia University Press. Retrieved from <http://www.bartleby.com/65/mu/multicultural.html>
- Tourism Authority of Thailand. (2024). *Tourism situation and tourism growth of Thailand in 2024*. Retrieved from <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/46142> (In Thai)
- Tourism Development Office. (2009). *Definition of tourism*. Retrieved from <http://www.tourism.go.th> (In Thai)
- TTB Economic Analysis Center. (2024). *Tourism situation in Thailand in 2024 is expected to recover completely in both the number and income from tourism*. Retrieved from <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/ttba-forecast-thai-tourists-2024> (In Thai)
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs. (2008). *International recommendations for tourism statistics 2008*. United Nations Publications. Retrieved from https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf
- UNWTO. (2015). *Tourism towards 2030: Global overview*. World Tourism Organization.
- Wichadech, D., & Kosolwittayanan, W. (2023). Motivation of Thai tourists to travel to the tourist attraction Wat Phra Mahathat Kaen Nakhon, Mueang District, Khon Kaen Province. In *The 10th National and 8th International Academic Conference and Research Presentation of Northeastern University* (pp. 886–896). (In Thai)
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. Harper & Row.

