

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี

The Main Factors of Tourism Influencing Thai Tourists Choice to Cultural Tourism, in Khok Slung Community, Lopburi Province

กาญจนาพัชร วุฒิยา, ปิยาภา พรหมทอง, อัญชลี เรียงหา

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, anchalee.r@bsu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี (2) เพื่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี (3) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็งโคกสลุง จังหวัดลพบุรีเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็งโคกสลุง จังหวัดลพบุรีในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็งโคกสลุง จังหวัดลพบุรีมากที่สุด คือ มีกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำแนกตามอายุมีค่าSig เท่ากับ 0.01*, ระดับการศึกษาสูงสุดมีค่าSig เท่ากับ 0.00* และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าSig เท่ากับ 0.04* ส่งผลต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่นๆ ปฏิเสธสมมติฐาน

คำหลัก: ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวไทย, ชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็งโคกสลุง

Abstract

The purposes of this research study were (1) investigate the demographic characteristics of Thai tourists who travel to the food tourism community of Khok Salung, Lopburi Province; (2) identify the primary factors influencing Thai tourists' decisions to visit the Thai-Beng cultural community of Khok Salung, Lopburi Province; and (3) compare the demographic characteristics

with the primary factors that influence Thai tourists' decisions to visit the Thai-Beng cultural community of Khok Salung, Lopburi Province. This is a quantitative study with a sample size of 400 participants, selected through random sampling. A questionnaire was used as the research instrument.

The findings of the study reveal that respondents place the greatest importance on the key factors influencing their decision to visit the Thai-Beng cultural community of Khok Salung, Lopburi, particularly in terms of the attractiveness of the tourism destination, which was rated at the highest level ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.75). When considering individual factors, the most significant element influencing the decision to visit was the availability of activities that allow tourists to learn about the community's way of life. This includes learning about indigenous knowledge, local food, handicrafts, and folk games, all of which were rated at the highest level. Hypothesis testing revealed that age had a significance value (Sig) of 0.01*, the highest level of education had a Sig value of 0.00*, and average monthly income had a Sig value of 0.04*. These factors significantly influenced the key tourism elements affecting Thai tourists' decisions to visit the Thai-Beng cultural community of Khok Salung, Lopburi, with a statistical significance level of 0.05. For other factors, the hypotheses were rejected.

Keywords: The main factors of tourism influencing, Thai tourists, Cultural Tourism, in Khok Slung community

บทนำ

การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ระบุว่า หนึ่งในภาคส่วนที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุดและรวดเร็วที่สุด คือ การท่องเที่ยว โดยมีประชากรนับพันล้านคนทั่วโลกที่เดินทางท่องเที่ยวทุกปี และคาดว่าจะจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น 3.3% ทุกปีจนถึงปี 2579 (ค.ศ. 2030) นอกจากนี้ ยังสามารถส่งเสริมการแลกเปลี่ยน ด้านสังคมและการมีส่วนร่วมต่อเศรษฐกิจชุมชน และแม้ว่าจะมีโครงการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีอยู่ทั่วโลกหรือ มีการส่งเสริมโดยผู้ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวหรือองค์กรอื่นๆ ที่ติดตามเพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังวิกฤต COVID-19 (อ้างอิงข้อมูลผลสำรวจพฤติกรรม New Normal ของการท่องเที่ยวที่จัดทำโดย McKinsey) และเลือกเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ Unseen เช่น แหล่งท่องเที่ยวมหัศจรรย์และธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวผจญภัย แหล่งท่องเที่ยวสิ่งศักดิ์สิทธิ์ แหล่งท่องเที่ยวประเพณี วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต [1]

ไทยเบิ้ง' ไทยเทิง หรือ ไทยโคราช เป็นกลุ่มชนอีกท้องถิ่นหนึ่ง ซึ่งอาศัยอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำป่าสักมี วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวเองทั้งสำเนียงการพูดภาษาไทยภาคกลาง แต่เหนือแบบโคราช มักลงท้าย

คำพูดว่า เบ๊ญ เหว่ย ต็อก หรือ เต๋อ และสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์เด่นชัด คือ การแต่งกายโดยผู้หญิงจะนุ่งโจงกระเบน ใส่เสื้อกระโจมหรือเสื้ออีหัว ผ้าขาวม้าพาดบ่า กินหมาก สะพายย่ามสีแดง และของใช้จำเป็นมีความเชื่อ การทอผ้า การละเล่น และเพลงพื้นบ้าน ชาวไทยเบ๊ญอยู่อาศัยในบริเวณนี้มา ก่อนการสร้างเขื่อนป่าสักนันทน์ร้อยปี หลังมีการก่อสร้างเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ทำให้วิถีชีวิตของชาวไทยเบ๊ญเปลี่ยนไป ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ขณะที่ความเปลี่ยนแปลงนั้นก็เข้ามาทำให้วิถีชีวิตความเป็นไทยเบ๊ญหายไปด้วย ทางชุมชนจึงร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดมา ผ่าน "พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านไทยเบ๊ญ" ที่จัดจำลองบ้านเรือนแบบไทยเบ๊ญ ภายในเรือนจัดเป็นห้องต่างๆ จำลองบรรยากาศให้เหมือนกับการอยู่อาศัยจริง ได้ดูเรือนจะเป็นที่แสดงเครื่องมือหาปลา เครื่องมือดักสัตว์ และหัตถกรรมจากไม้ไผ่ ส่วนเพิงอีกสองหลังปลูกไว้จัดแสดงเครื่องมือเกี่ยวกับการทำนา เช่น ไถ ครกตำข้าว รวมถึงยังร่วมกันรักษาเอกลักษณ์ด้านอาหาร การทอผ้า การแสดง และงานประเพณีต่างๆ ด้วยอาหารเป็นอีกหนึ่งเอกลักษณ์ของชาวไทยเบ๊ญ ที่เน้นอาหารแบบเรียบง่าย ใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลจากธรรมชาติมาผลิตและปรุงอาหาร เน้น “กินปลาเป็นหลักกินผักเป็นพื้น” ไม่นิยมกินอาหารใส่กะทิหรือทอด โดยอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยเบ๊ญ เช่น "พริกกะเกลือ" เป็นน้ำพริกชนิดหนึ่ง มีส่วนประกอบคือพริกป่น เกลือ ใบมะกรูด กระเทียม และกำจัด (สมุนไพรชนิดหนึ่ง) ตำปนกันให้ละเอียด สามารถเป็นพื้นฐานของอาหารหลายๆ อย่าง อาทิ คลุกข้าวห่อใบตอง ทำแกงนอกหม้อ (คล้ายห่อหมกแต่ใช้การปิ้งแทนการนึ่ง) หรือจะเป็นเครื่องจิ้มอาหารหรือผลไม้ "เครื่องด่า" ประกอบด้วย พริกแห้ง ตะไคร้ ใบมะกรูด กระเทียม ข่า กำจัด โขลกให้เข้ากันแล้วนำไปคั่วให้หอม เกรียม ใช้สำหรับอาหารประเภทต้มหรือลวก นอกจากนั้นก็ยังมีเมนูท้องถิ่นอย่างแกงหัวลาน แกงสามสิบ แกงบุก แกงมันนก แกงบอน แกงไข่น้ำ แกงแย้เหมือดเปราะ ต้มไก่บ้านเครื่องด่าใส่ใบมะขามอ่อน เป็นต้น ที่ชุมชนแห่งนี้มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน เพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้าด้วยกี่โบราณเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่บ่งบอกเอกลักษณ์ชาวบ้านโคกสูง ซึ่งการทอผ้าไทยเบ๊ญบ้านโคกสูงมีเอกลักษณ์เด่นเฉพาะตัวไม่เหมือนของใคร เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ผ้าทอ ผ้าขาวม้า ย่ามไทยเบ๊ญ กระเป๋า การทอเสื้อ การสานของเล่นจากไผ่สาน เช่น ตี๊กแตน (ตี๊กกะต๋อง) นก ปู ปลา ตะเพียน กบ ยีราฟ เครื่องบิน และชุมชนมีการจัดกิจกรรมการทำขนมพื้นบ้าน คือ ขนมเป็๋องโบราณ แบบไม่มีไส้ และ ข้าวโป่ง คือ ขนมโบราณที่ใช้ข้าวเหนียวแช่น้ำแล้วเอาไปนึ่งให้สุก จากนั้นร่อนพักให้เย็นนำไปตำกับครกไม้ขนาดใหญ่เมื่อแบ่งถูกตีถูกตำจนจนเป็นเนื้อเดียวกันแล้วจะนำมาปั้น และใส่ไส้ที่ทำจากถั่วลิสงคั่วบดละเอียดผสมกับงาดำคั่ว น้ำตาลปีบ หรือถ้าข้าวโป่งจะนำไปปิ้งไฟกลางๆ ชุมชนที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งสำเนียงการพูด การแต่งกาย และของใช้จำเป็น ซึ่งการดำเนินวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม [2]

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีความนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นเพราะการคมนาคมที่ดีขึ้น ภาพและข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ ที่ได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนได้อย่างหลากหลาย รวมทั้งเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำรายได้เข้าประเทศจำนวนมหาศาลในแต่ละปี ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ๊ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี ทั้งสิ้น 3 ปัจจัย

ดังนั้นปัจจัยสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) [6]

ผู้วิจัยจึงศึกษางานวิจัยในหัวข้อ ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี

สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรีแตกต่างกัน

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3As

ได้แก่ Collier & Harraway (1997 อ้างใน ชิตวร ประดิษฐ์รอด, 2557) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3 As ได้แก่

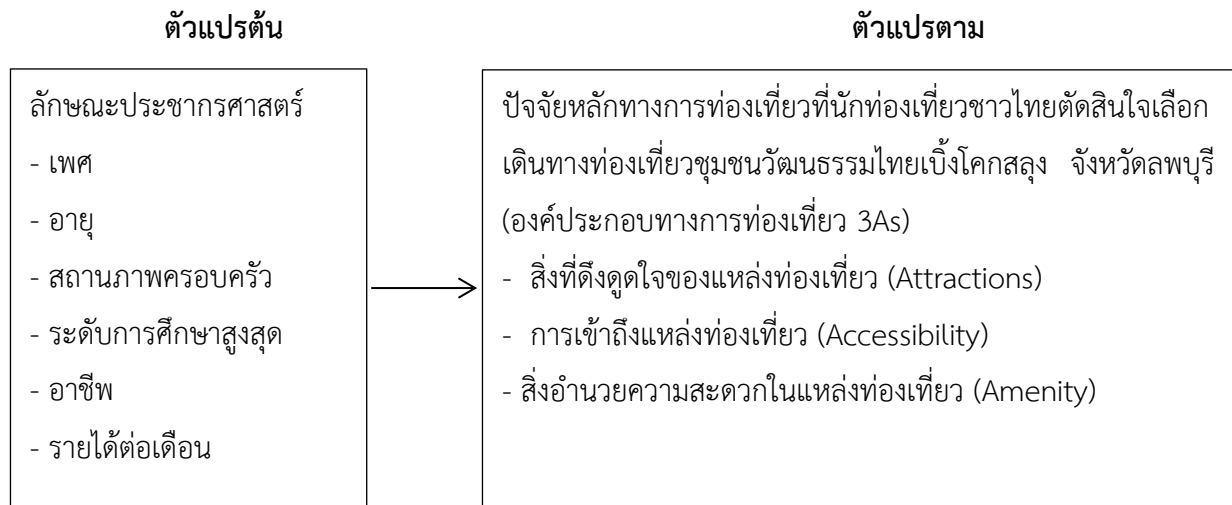
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) โดยสถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่ประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึงบริเวณพื้นที่และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่สร้างขึ้นรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือนและกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่นระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วย
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งจะต้องมีระบบขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วยเส้นทาง ยานพาหนะ และผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นราธิป สิงห์สูง (2562) ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 ถึง 35 ปีส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างพนักงานเอกชนและส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 บาทถึง 20,000 บาท ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ทุกด้านในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ประภัสสร โสรมรรค เมษธาวิณ พลโยธี (2565) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนวันหยุด มีผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน มียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวอุดรธานีตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ มีเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุตั้งแต่ 6 ชั่วโมงขึ้นไป มีกิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท และมีช่องทางการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ 2) ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.59) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.51) ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.46) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ = 4.41) และปัจจัยด้านที่พัก ($\bar{X}$ = 4.31) 3) ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี

2. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้จำนวน 400 คน [4]

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล จากการเก็บแบบสอบถาม ในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันหยุดเสาร์อาทิตย์ จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – เดือนตุลาคม พ.ศ.2567

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยว

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA or F-test) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วย Scheffé Method เพื่อทดสอบสมมติฐาน

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการศึกษาข้อมูลจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วจึงนำมาประยุกต์ปรับให้เข้ากับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้แบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยข้อคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) โดยเลือกข้อที่ตรงกับข้อมูลตัวเองมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า [4] มี 5 ระดับด้วยกัน คือ

- 5 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยมาก
- 3 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยปานกลาง
- 2 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยน้อย
- 1 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยน้อยที่สุด

และใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วง [4] ดังนี้

- 4.21-5.00 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด
- 3.41-4.20 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมาก
- 2.61-3.40 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวปานกลาง
- 1.81-2.60 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวน้อย
- 1.00-1.80 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางเที่ยวน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตาราง 1 แสดงค่าร้อยละ เกี่ยวกับเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว มี
รายละเอียดดังนี้ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	231	57.75
อายุ		
อายุ 25-34 ปี	117	29.25
สถานภาพครอบครัว		
โสด	269	67.25
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ปริญญาตรี	122	30.50
อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	143	35.75
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
10,000 – 19,999 บาท	196	49.00

จากตาราง 1 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 มีสถานภาพครอบครัวโสด จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-19,999 บาท จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่
นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรีโดย
ภาพรวม

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือก เดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	4.30	0.75	มากที่สุด
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.22	0.81	มากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	4.26	0.64	มากที่สุด
รวม	4.26	0.73	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.73) โดยปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทย เบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี มากที่สุด คือ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.75) รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.64) และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว			
1.1 มีกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน	4.64	0.88	มากที่สุด
1.2 ชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านไทยเบ็ญที่จัดจำลองบ้านเรือนแบบไทยเบ็ญ	4.26	0.62	มากที่สุด
1.3 มีการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่ชัดเจน	4.58	0.69	มากที่สุด
1.4 มีสินค้าที่ระลึกของชุมชน ได้แก่ ผ้าทอ อาหาร และของเล่น	3.98	0.75	มาก
1.5 มีมุมให้ถ่ายรูปหลายจุด	4.05	0.80	มาก
รวม	4.30	0.75	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี มากที่สุด คือ มีกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.88) รองลงมา คือ มีการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่ชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.69) ชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านไทยเบ็ญที่จัดจำลองบ้านเรือนแบบไทยเบ็ญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.62) มีมุมให้ถ่ายรูปหลายจุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05, S.D. = 0.80) มีสินค้าที่ระลึกของชุมชน ได้แก่ ผ้าทอ อาหาร และของเล่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.98, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 4 แสดงการแสดงผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์
เปรียบเทียบกับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชน
วัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้ง
โคกสูง จังหวัดลพบุรี

ตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน	t	F	Sig
เพศ	0.082		0.94
อายุ		3.294	0.01*
สถานภาพครอบครัว		2.081	0.08
ระดับการศึกษาสูงสุด		5.081	0.00*
อาชีพ		1.934	0.10
รายได้ต่อเดือน		2.739	0.04*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำแนกตามอายุมีค่าSig เท่ากับ 0.01*, ระดับการศึกษา
สูงสุดมีค่าSig เท่ากับ 0.00* และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าSig เท่ากับ 0.04* ส่งผลต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยว
ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่นๆ ปฏิเสธสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในหัวข้อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทาง
ท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็น
เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.75 ซึ่งสะท้อนถึงความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อาจเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม
ประเพณี หรือการเดินทางที่เน้นการเรียนรู้และประสบการณ์เชิงลึก เป็นผู้มีอายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ
29.25 และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.75 มักจะเป็นช่วงวัยที่มีการประกอบอาชีพและมักมอง
หากิจกรรมที่สามารถผ่อนคลายจากการทำงาน รวมถึงการค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งอาจจะเชื่อมโยงกับการ
เลือกท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพักผ่อนที่เงียบสงบ และสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพครอบครัว
โสด คิดเป็นร้อยละ 67.25 สถานภาพโสดแสดงถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อาจเลือกเดินทางในแบบที่สะดวกสบายโดย
ไม่ต้องพิจารณาความต้องการหรือความสนใจของคนอื่นในครอบครัว การเลือกเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จึง
อาจตอบโจทย์ของการผจญภัยหรือการสำรวจประสบการณ์ใหม่ มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ
30.50 การศึกษาระดับปริญญาตรีหมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความรู้และสนใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมจากการ

เดินทาง ดังนั้นการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีองค์ความรู้หรือประสบการณ์เฉพาะอาจดึงดูดความสนใจจากกลุ่มนี้ และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.00 แสดงถึงกลุ่มที่มีความสามารถในการจัดสรรงบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยที่ไม่เกินความสามารถทางการเงิน การท่องเที่ยวในชุมชนที่มีราคาไม่สูงจนเกินไปจึงเหมาะสมกับกลุ่มนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี มากที่สุด คือ มีกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.88) ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจในกิจกรรมที่ทำให้พวกเขาได้เรียนรู้และสัมผัสกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและภูมิปัญญาของชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเช่นนี้ สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำแนกตามอายุมีค่าSig เท่ากับ 0.01*, ระดับการศึกษาสูงสุดมีค่าSig เท่ากับ 0.00* และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าSig เท่ากับ 0.04* ส่งผลต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่นๆ ปฏิเสธสมมติฐาน ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มประชากรศาสตร์มีมุมมองหรือความสำคัญที่ให้กับปัจจัยต่างๆ ไม่เหมือนกัน เช่นกลุ่มอายุที่แตกต่างกันอาจให้ความสำคัญกับกิจกรรมไม่เหมือนกันกลุ่มที่มีการศึกษาสูงอาจเน้นกิจกรรมเชิงเรียนรู้ และกลุ่มที่มีรายได้ต่างกันอาจมองเรื่องค่าใช้จ่ายหรือความคุ้มค่าต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยในหัวข้อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 มีสถานภาพครอบครัวโสด จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-19,999 บาท จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสูง จังหวัดลพบุรี มากที่สุด คือ มีกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.88) รองลงมาคือ มีการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนที่ชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.69) ชมพิพิธภัณฑ์

พื้นบ้านไทยเบ๊อิงที่จัดจำลองบ้านเรือนแบบไทยเบ๊อิง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.62) มีมุมให้ถ่ายรูปหลายจุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05, S.D. = 0.80) มีสินค้าที่ระลึกของชุมชน ได้แก่ ผ้าทอ อาหาร และของเล่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.98, S.D. = 0.75) ตามลำดับ สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำแนกตามอายุมีค่าSig เท่ากับ 0.01*, ระดับการศึกษาสูงสุดมีค่าSig เท่ากับ 0.00* และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าSig เท่ากับ 0.04* ส่งผลต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ๊อิง โครสสูง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่นๆ ปฏิเสธสมมติฐานปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์จังหวัดลพบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ นราธิป สิงห์สูง ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างพนักงานเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ทุกด้านในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์จังหวัดลพบุรีโดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน[5]

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

จากผลการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 3 จากจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จากแบบสอบถามมีผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 มีข้อเสนอแนะดังนี้

สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้ช่วยกันรักษาความสะอาด และนอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นสถานที่สำหรับการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต รวมถึงเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมมากมาย แต่การค้นหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้น้อย จากข้อเสนอแนะที่ได้ในด้านนี้ ควรเพิ่มวิธีการสำหรับการทิ้งขยะ รวมไปถึงการแยกขยะเพื่อช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวสะอาดยิ่งขึ้น และควรทำการประชาสัมพันธ์และมีการอัพเดทข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่นและวิถีชุมชนอย่างยั่งยืน

การนำไปใช้ประโยชน์

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ๊อิงโครสสูง จังหวัดลพบุรี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรเน้นการสร้างจุดเด่นให้มีความน่าสนใจเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังนี้

1. ตกแต่งจุดถ่ายรูปให้มีความโดดเด่นในเชิงวัฒนธรรม เช่น ฉากไทยเบ๊อิง หรือการแต่งกายท้องถิ่น

2. จัดทำวิดีโอสั้นหรือรีวิบบน “ท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้” เจาะกลุ่มเป้าหมายอายุ 25-34 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มหลักตามผลงานวิจัย
3. พัฒนาคู่มือหรือสื่อประกอบกิจกรรม เช่น AR, QR Code, แผ่นพับสองภาษา เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ลึกซึ้ง
4. จัดทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวพร้อมคำแนะนำ หรือพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับวางแผนเส้นทาง เช่น เดินทางท่องเที่ยว 1 วัน พร้อมระยะเวลาและกิจกรรมที่เหมาะสม

การทำงานวิจัยครั้งถัดไป

1. ควบคู่ศึกษาปัจจัยเชิงลึก เช่น ความพึงพอใจประสบการณ์การท่องเที่ยว หรือผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อชุมชน
2. เปรียบเทียบกับชุมชนวัฒนธรรมอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน เพื่อหาแนวทางพัฒนาและจุดเด่นร่วมกัน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้จากการให้ความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง จังหวัดลพบุรี ที่สละเวลาในการช่วยตอบแบบสอบถาม รวมไปถึงข้อมูลและสถิติเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในงานวิจัยจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีคุณค่าเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างยิ่ง ทำให้งานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. “แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวพ.ศ. 2566 – 2570” [Online].

<https://anyflip.com/zzfck/rptc/basic>, 2567.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. “(ททท.) ชุมชนวัฒนธรรมไทยเบ็ญโคกสูง” [Online].

<https://wikicommmunity.sac.or.th/community/4>, 2567.

จิตพร ประดิษฐ์รอด. “แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3As”, การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. “ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์” พิมพ์ครั้งที่ 1 .อุบลราชธานี, สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี, 2543.

นราธิป สิงห์สูง. “ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี”, สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2562.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. “องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (ทฤษฎี 3As)” อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์, 2548.

ประภัศร โสรมรรค เมษธาวิณ พลโยธี. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยววันหยุดพักผ่อนอย่างยั่งยืนของ
ห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี”, 2565. วารสารการท่องเที่ยวไทยและ
นานาชาติ ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565

Likert. (1993). เกณฑ์การแปลความหมาย [Online]. Available: <https://www.thaiall.com/blog/tag/likert/>