

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์
ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร

THAI TOURISTS' BEHAVIOR AND CULTURAL TOURISM TRAVEL DECISION BASED
ON CULTURAL IDENTITY OF YASOTHON PROVINCE

พูนทรัพย์ เศษศรี¹ ขวลิย์ ณ ถลาง² เสรี วงษ์มณฑา³ และสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ⁴
Poonsup Setsri¹ Chawalee Na Thalang² Seri Wongmontha³ and Suthinan Pomsuwan⁴

¹นิสิตหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

^{2,3} รองศาสตราจารย์หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

⁴รองศาสตราจารย์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

¹ Ph.D. (Candidate), Tourism and Hotel Management, University of Phayao

^{2,3} Associate Professor, Tourism and Hotel Management, University of Phayao

⁴ Associate Professor, The Graduate School of Bangkok University, Bangkok University

E-mail: ¹poonsub.sa@ssru.ac.th ² chawaree.na@up.ac.th ³ seri.wo@up.ac.th ⁴ suthinan.p@bu.ac.th

Received January 20,2023
Revised March 15,2023
Accepted April 01,2023

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับปัจจัยส่วนบุคคลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร
และ 2) ศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์
จังหวัดยโสธร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร หรือเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร จำนวน 400
คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
คือ Chi-Square, t-test, F-test หรือ ANOVA กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ส่วนใหญ่
เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่
เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท สถานภาพโสด และ
ภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ มีระยะเวลาในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2 วัน ช่วงเวลาในการเดินทางมาจังหวัดยโสธรคือวันเสาร์และวันอาทิตย์
มีความถี่ในการเดินทางมาจังหวัดยโสธร 1 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว
จังหวัดยโสธรแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป เดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ โดยเลือก

ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด เลือกพักในที่พักประเภทโรงแรมและเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรจากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิฐานะ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิฐานะของนักท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว การตัดสินใจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์จังหวัดยโสธร

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the relationship between tourism behavior of Thai tourists and personal factors when traveling to the Yasothon province, 2) to compare travel decisions for cultural tourism according to the identity of the Yasothon province classified by personal factors. A quantitative research method was used in this study. The population included Thai tourists who were travelling in or had been to Yasothon. Data were collected through questionnaires done by 400 participants who were selected by convenience sampling. Descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used. Inferential statistics including Chi-Square, t-test, and F-test (ANOVA) were used for hypothesis testing, with the designated significance value of 0.05.

The results of the study were as follows. Most of the participants were female, aged between 20 and 30 years old. Most of them were undergraduate students and their average income was less than 15,000 bath a month. Most of them were single and their hometown was in the Central region. They traveled to Yasothon for pleasure, and they spent two days in the province, typically on the weekend. They traveled to the province once a year and spent more than 3,001 baht per trip. They also traveled with their family members or relatives. They went to temples, stayed at a hotel, and

traveled by car. Most of the participants traveled to Yasothon for cultural tourism according to the identity of the province.

Keywords

Tourism Behavior, Travel Decision, Cultural Tourism, Cultural Identity of Yasothon Province

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นถึง 188.1 ล้านคน สร้างรายได้ประมาณ 7.2 แสนล้านบาท ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังคงมีแรงขับเคลื่อน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวระยะใกล้ หรือการท่องเที่ยวเมืองรองที่เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการหลีกเลี่ยงความแออัดของเมืองหลักทางการท่องเที่ยว และมองหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ภายใต้ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมองถึงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในจังหวัดเมืองรองเมื่อเทียบกับเมืองหลักทางการท่องเที่ยว เพราะค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองรองที่ต่ำกว่าการท่องเที่ยวในเมืองหลัก อีกทั้งยังเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่เกิดขึ้นและยังคงต้องระมัดระวังสุขภาพของตนเอง (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2565) ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นเมืองรองที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และมีความโดดเด่นด้านเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ ๆ กับชีวิต

ทั้งนี้ จังหวัดยโสธรถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่จัดอยู่ในจังหวัดเมืองรองของการท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากภายในจังหวัดมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถจะไปศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร ได้แก่ วัดมหาธาตุ ชุมชนย่านเมืองเก่าบ้านสิงห์ท่า พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติยโสธร ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองยโสธร พระธาตุก่องข้าวน้อย แหล่งโบราณสถานประวัติศาสตร์บ้านสงเปือย และประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนยโสธร คือ บุญบั้งไฟ ที่มีเรื่องเล่าและตำนานการเกิดประเพณีบุญบั้งไฟที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนในจังหวัดยโสธร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาควิชาออกเฉียงเหนือ, 2561) ซึ่งแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในการจัดงานประเพณีดังกล่าว เนื่องจากงานประเพณีบุญบั้งไฟมีการแสดงศิลปะและวัฒนธรรมผ่านขบวนแห่บั้งไฟและตัวของบั้งไฟที่มีเอกลักษณ์และมีความสวยงามของศิลปะการตกแต่งลวดลายบนตัวของบั้งไฟและขบวนแห่บั้งไฟที่มีการพ่อนรำด้วยท่าร่ายที่สวยงามผ่านดนตรีเฉพาะตามแบบฉบับของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) สอดคล้องกับงานวิจัยของบุญทริกา หวังล้อมกลาง และโอชัยญา บัวธรรม (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมพื้นบ้านอีสาน: ร้อยเรื่องเมืองยโสธร พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมพื้นบ้านอีสานในจังหวัดยโสธรที่สะท้อนถึง วัฒนธรรม ความเชื่อ ตำนาน ได้แก่ ชุมชนย่านเมืองเก่าบ้านสิงห์ท่า พระธาตุอาวนนท์ พระธาตุเก่าแก่ที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของคนในชุมชน ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองจังหวัดยโสธร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติยโสธร ประเพณีบุญบั้งไฟและสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพิชญ์

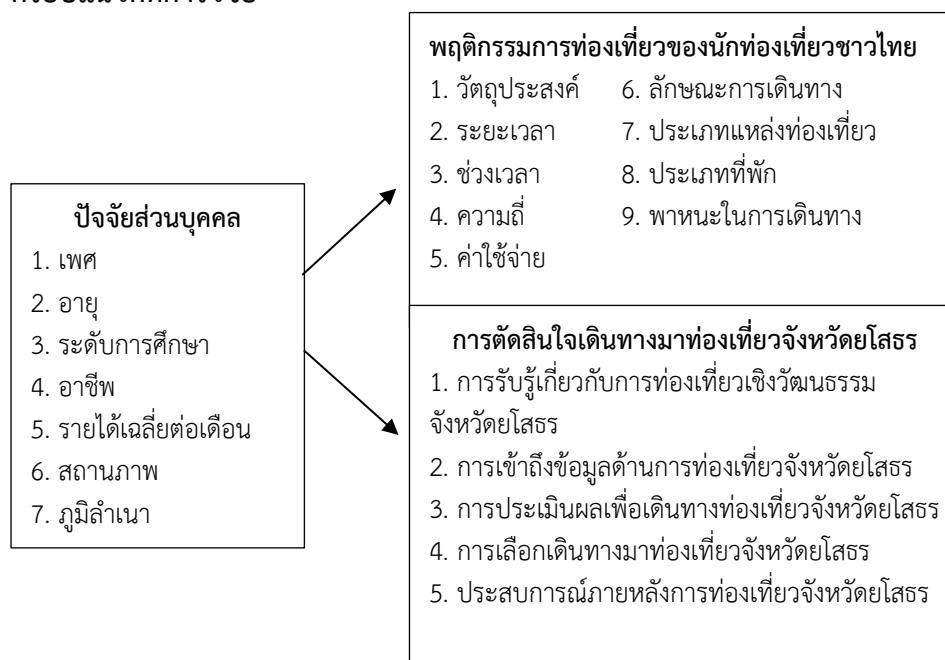
วิชญวรนนท์ (2563) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธรพบว่า การพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธรต้องพัฒนาศักยภาพของแหล่งเที่ยวของจังหวัดยโสธรที่มีลักษณะเฉพาะและมีความเป็นเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น เช่น พิพิธภัณฑวิมานพญาแลน ชาติกู๋งข้าวน้อย ชุมชนย่านเมืองเก่าบ้านสิงห์ท่า รวมทั้งของฝากของที่ระลึกที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ ข้าวเม่าสูตรโบราณ หมอนขิด ผ้าไหม ปลาสาม และลอดช่อง และประเพณีบุญบั้งไฟที่มีชื่อเสียงติดอันดับ 1 ใน 5 ของงานประเพณีโลก เพื่อใช้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัดยโสธร ทั้งนี้การศึกษางานวิจัยในพื้นที่การท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธรส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว แต่ยังขาดการศึกษาวิจัยในเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมถึงสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัย เรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาปรับใช้กับการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้เกิดความโดดเด่นและตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และยังสามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธรได้รับความนิยมมากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับปัจจัยส่วนบุคคลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร
- 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย



นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร หรือนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ ของจังหวัดยโสธร

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ภูมิฐานะ

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร หมายถึง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยว ประเภทของที่พักรที่เลือกพัก และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดยโสธร ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธร การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร การประเมินผลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร การเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดยโสธร และประสบการณ์หลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมและสัมผัสวัฒนธรรมที่มีอยู่ในจังหวัดยโสธรตามอัตลักษณ์ของจังหวัด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี สินค้าหัตถกรรมที่มาจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ อาหารท้องถิ่น ศิลปะ และดนตรีท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของจังหวัดในอดีต รวมถึงการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น ภายใต้การสืบทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร ได้แก่ วัดมหาธาตุ ชุมชนย่านเมืองเก่าบ้านสิงห์ท่า พิพิธภัณฑ์พญาคันคาก ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองยโสธร พระธาตุก่องข้าวน้อย แหล่งโบราณสถานประวัติศาสตร์บ้านสงเปือย ประเพณีบุญบั้งไฟ และประเพณีแห่มาลัยข้าวตอก

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ มาใช้ประกอบการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความเป็นมาของบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ทั้งนี้จะมีผลต่อลักษณะพฤติกรรมของการแสดงออกที่แตกต่างกันตามสาเหตุที่มาจากความแตกต่าง

ด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์และศุภร เสรีรัตน์ (2546) ที่ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ และการศึกษา ที่มีความแตกต่างกันจะทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในการบริโภคที่ต่างกันหรือไม่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับตัวปัจจัยอื่น ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ทั้งนี้ลักษณะประชากรศาสตร์ยังสามารถใช้ในการแบ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนการตลาดเพื่อวัดความสำคัญของประชากรที่จะช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับปราโมทย์ ประสาทกุล และปัทมา วาพัฒน์วงศ์ (2556) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะปัจจัยพื้นฐานของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิฐานะซึ่งจะนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ของบุคคลเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แต่ละบุคคลต้องการ

จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้ในการวางตัวแปรสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และภูมิฐานะที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีนักวิชาการคำนิยามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ หรือการประกอบอาชีพ รวมถึงการนำเสนอโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถานซึ่งเป็นที่ยึดเหนี่ยวของชุมชน ศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงความรุ่งเรือง มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิต และสภาพแวดล้อมในแต่ละยุคแต่ละสมัยที่ถูกถ่ายทอดและส่งต่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงประวัติความเป็นมา ความศรัทธา และมุมมองความคิดของคนในอดีตเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และชื่นชม (สมเกียรติ ชัยพิบูลย์, 2551; ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และเสรี วงษ์มณฑา, 2564) ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่จะมีคุณลักษณะทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากวัฒนธรรมดั้งเดิม คุณค่าของสังคมจึงทำให้แต่ละพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ Howell, D.W. (1993) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมองเห็นวิถีชีวิตของสังคมในอดีตที่ผ่านมา ภายใต้สถาปัตยกรรม หัตถกรรม เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับการประกอบอาชีพ และการแต่งกายของคนในชุมชนนั้น ๆ จากแนวคิดผู้วิจัยได้นำมาใช้มาเป็นแนวทางในการเขียนกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรด้านการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัด โบสถ์ โบราณสถาน สถาปัตยกรรม หัตถกรรม เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม (Kotler, P., 1997) ซึ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันโดยใช้หลักแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจ

กระบวนการทั้งหมดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจ การตลาดและค่านิยม แรงจูงใจ ความคิดในตนเอง ความคาดหวัง ทัศนคติ การรับรู้ ความพึงพอใจ การไว้วางใจและความภักดี (Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M., 2014) นอกจากนี้ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวยังได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว โดยเน้นการศึกษาเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ที่เลือกท่องเที่ยว ประเภทของที่พักร และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับ สุกัญญา พวกสนธิ และประสพชัย พสุพันธ์ (2564) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เชียงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชียงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน/ครอบครัว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (วันเสาร์-อาทิตย์) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในวันเดียว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่อโทรทัศน์ ความถี่ในการท่องเที่ยว คือ 1-2 ครั้งต่อปี และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คือ 2,001-3,000 บาท และ สอดคล้องกับพิศมัย จัตูรัตน์ (2565) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชียงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน เดินทางในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่า 3 ครั้งต่อเดือน เลือกใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่ำกว่า 2,000 บาท เลือกท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ ทั้งนี้การศึกษาดังกล่าวของนักท่องเที่ยวที่สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการวางแผนการทำการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยว ประเภทของที่พักร และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

4. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (2551) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องนำมาใช้ในการพิจารณา เพื่อตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้ 1) การตระหนักหรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition) ซึ่งจะเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน หรืออาจเกิดจากความรู้สึกรุนแรง การอ่อนล้าจากที่ทำงาน และเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณาตามช่องทางต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวทำการสืบค้นอยู่ โดยสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอกที่เกิดขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อปลดปล่อยจากความเครียดหรือปัญหาต่าง ๆ ที่ได้รับ 2) การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Information Search) ซึ่งแหล่งข้อมูลสำหรับการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการสามารถหาได้ทั้งแหล่งข้อมูลภายในที่นักท่องเที่ยวรู้จักและจดจำไว้ในใจหรืออาจจะเคยมีประสบการณ์มาแล้ว และแหล่งข้อมูลภายนอกซึ่งนักท่องเที่ยวอาจจะได้มาจากอินเทอร์เน็ต นิตยสารท่องเที่ยว ป้ายโฆษณาต่าง ๆ บริษัทนำเที่ยว หรืออาจจะมาจากการบอกเล่าจากครอบครัว

ญาติพี่น้อง เพื่อนหรือคนที่รู้จัก ซึ่งแหล่งข้อมูลเหล่านี้จะให้นักท่องเที่ยวมั่นใจและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อนักท่องเที่ยวได้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวครบตามที่ต้องการแล้ว นักท่องเที่ยวก็จะระบุสินค้าและบริการนั้น ๆ ทำการเลือกตามเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวตั้งไว้ อาจจะมองในเรื่องของราคา ช่วงเวลาในการเดินทาง จำนวนวันที่จะท่องเที่ยว อาหารสำหรับการเดินทาง เป็นต้น 4) การตัดสินใจซื้อหรือการตัดสินใจในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ (Decision Making) ซึ่งจะเกิดขึ้นหลังจากการประเมินทางเลือกเสร็จแล้วและทราบถึงสินค้าและบริการที่เลือกไว้คืออะไร 5) พฤติกรรมภายหลังการเดินทางแล้ว (Post-Purchase Behavior) ซึ่งถือเป็นสิ่งสุดท้ายที่จะตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้นั้น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับใด หรือว่าไม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับใด ซึ่งจะมีผลต่อสินค้าและบริการนั้น ๆ ในการดำเนินการต่อไป ดังนั้นประสบการณ์ที่ได้รับของนักท่องเที่ยวภายหลังการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว หรือการบริการ หรือสินค้า จึงมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมณจิราภา ธนาชัยกุลวัฒน์และศรัณญา กันตะบุตร (2563) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในการเลือกท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุในเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวมี 5 ขั้นตอน คือ 1) การยอมรับความต้องการ พบว่า การรับรู้จากรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของคนเชียงใหม่เป็นตัวกระตุ้นทำให้ต้องการท่องเที่ยว 2) การแสวงหาทางเลือก พบว่า ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์เป็นตัวกระตุ้นทำให้เลือกเดินทาง 3) การประเมินทางเลือก พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่เป็นตัวดึงดูดทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว 4) การตัดสินใจซื้อ พบว่า การเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกิดจากตนเองเลือกเองและจัดการทุกอย่างเอง และ 5) พฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร การเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร การประเมินผลเพื่อเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร การเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร และประสบการณ์ภายหลังการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร และเคยมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร จำนวน 158,491 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดยโสธร, 2562) กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรและเคยมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Yamane, T. (1973) และผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 400 คน

เครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งการสร้างเครื่องมือสร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสาร ตำรา และ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียวใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย คำถามจะเป็นแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียวใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และส่วนที่ 3 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของจังหวัดยโสธร คำถามจะเป็นแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียวใช้มาตราวัดอันดับภาคชั้น (Interval Scale) แบบ Rating ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือไปทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach 's Alpha Coefficient: α) แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น = 0.98

การเก็บข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) คือ 1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าจากทฤษฎี หนังสือ บทความ แนวความคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสืบค้นจากเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อประกอบการทำวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลได้ซึ่งนำมาสร้างแบบสอบถาม และ 2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยจะวางแผนการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ตามสูตรที่กำหนดไว้ โดยใช้เครื่องมือที่ออกแบบไว้และได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) เรียบร้อยและสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์โดย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ Chi-Square, t-test ,F-test หรือ ANOVA

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 73.70) มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 35.30) โดยมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.70) มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา (ร้อยละ 39.30) รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 50.20) สถานภาพโสด (ร้อยละ 77.50) และภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ภาคกลาง (ร้อยละ 47.00)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรพบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ

38.90) โดยมีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2 วัน (ร้อยละ 39.30) ซึ่งช่วงเวลาในการเดินทางมาจังหวัดยโสธร คือ วันเสาร์และวันอาทิตย์ (ร้อยละ 47.50) มีความถี่ในการเดินทางมาที่จังหวัดยโสธร 1 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 84.30) มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาท (ร้อยละ 37.30) ซึ่งจะเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ (ร้อยละ 64.50) โดยเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด (ร้อยละ 25.20) และเลือกพักในที่พักรประเภทโรงแรม (ร้อยละ 51.00) ทั้งนี้เดินทางด้วยพาหนะประเภทรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 75.00)

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร ผลการศึกษาวิจัยดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร	4.21	0.68	มากที่สุด
2. การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	4.09	0.71	มาก
3. การประเมินผลเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	4.07	0.68	มาก
4. การเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	4.15	0.70	มาก
5. ประสบการณ์หลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	3.09	0.70	ปานกลาง
โดยรวม	3.92	0.59	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรจากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.68) รองลงมาเป็นการตัดสินใจจากการเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.70) การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$, S.D. = 0.71) และการประเมินผลเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.68) ในส่วนของการตัดสินใจจากประสบการณ์หลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.09$, S.D. = 0.70)

ตารางที่ 2 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย		ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย						
		เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้ เฉลี่ยต่อ เดือน	สถาน ภาพ	ภูมิลำ เนา
1. วัตถุประสงค์ในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	χ^2	13.343	41.361	32.748	36967	29.662	29.849	57.571
	Sig.	0.020*	0.021*	0.005*	0.058	0.013*	0.001*	0.000*
2. ระยะเวลาในการเดินทาง แต่ละครั้ง	χ^2	12.835	40.366	29.548	78.388	7.489	22.143	64.775
	Sig.	0.005*	0.000*	0.001*	0.000*	0.586	0.001*	0.000*
3. ช่วงเวลาในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	χ^2	0.862	13.816	5.510	24.442	9.569	5.786	20.723
	Sig.	0.650	0.182	0.480	0.007*	0.144	0.216	0.023*
4. ความถี่ในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	χ^2	14.923	27.599	35.498	84.954	3.095	8.461	50.040
	Sig.	0.001*	0.002*	0.000*	0.000*	0.797	0.076	0.000*
5. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	χ^2	13.839	34.795	35.055	98.026	43.294	14.363	22.904
	Sig.	0.003*	0.003*	0.000*	0.000*	0.000*	0.026*	0.086
6. ลักษณะการเดินทางมา ท่องเที่ยว	χ^2	21.171	25.125	44.873	21.607	41.320	21.062	27.959
	Sig.	0.000*	0.048*	0.000*	0.119	0.000*	0.002*	0.022*
7. ประเภทของแหล่ง ท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยว	χ^2	1.662	70.672	32.530	96.135	48.618	19.637	52.328
	Sig.	0.894	0.000*	0.005*	0.000*	0.000*	0.033*	0.001*
8. ประเภทของที่พก	χ^2	19.681	39.345	18.498	31.189	28.955	11.685	51.594
	Sig.	0.000*	0.000*	0.005*	0.001*	0.000*	0.020*	0.000*
9. พาหนะในการเดินทาง ท่องเที่ยว	χ^2	12.910	38.639	15.828	30.995	17.386	21.313	79.564
	Sig.	0.005*	0.001*	0.071	0.009*	0.043*	0.002*	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานหลัก โดยจะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศที่ต่างกัน อายุที่ต่างกัน การศึกษาที่ต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน สถานภาพที่ต่างกัน ภูมิลำเนาที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางแต่ละครั้ง ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมา

ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก และ พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรแตกต่างกัน ผู้วิจัยได้ทดสอบโดยใช้สถิติ t-test และ F-test ผลการทดสอบดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร

		การตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร					
ปัจจัยส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยวชาวไทย		1. การรับรู้ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม จังหวัดยโสธร	2. การเข้าถึง ข้อมูลด้าน การท่องเที่ยว จังหวัด ยโสธร	3. การประเมินผล เพื่อเดินทาง ท่องเที่ยว จังหวัดยโสธร	4. การเลือกที่ จะเดินทาง จังหวัด ยโสธร	5. ประสบการณ์ เดินทาง ท่องเที่ยว จังหวัดยโสธร	โดยรวม
1. เพศ	t	4.510	2.603	3.669	4.825	0.889	3.862
	Sig.	0.000*	0.010*	0.000*	0.000*	0.375	0.000*
2. อายุ	F	0.705	1.291	1.474	0.537	3.132	1.107
	Sig.	0.620	0.267	0.197	0.748	0.009*	0.356
3. ระดับการศึกษา	F	0.960	1.692	3.724	1.856	1.500	2.057
	Sig.	0.412	0.168	0.012*	0.136	0.214	0.105
4. อาชีพ	F	1.132	3.314	1.812	0.428	1.125	1.246
	Sig.	0.343	0.006*	0.109	0.829	0.346	0.287
5. รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	F	2.123	0.643	1.953	1.489	1.288	1.487
	Sig.	0.097	0.588	0.121	0.217	0.278	0.218
6. สถานภาพ	F	0.859	2.717	1.371	1.082	0.304	1.512
	Sig.	0.424	0.067	0.255	0.340	0.738	0.222
7. ภูมิลำเนา	F	0.890	1.381	0.558	0.997	0.634	0.464
	Sig.	0.488	0.231	0.736	0.419	0.674	0.803

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก ทั้งนี้มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรแตกต่างกัน อย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานหลัก จากผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า เพศชายกับเพศหญิงมีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดโยธธรรแตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนาต่างกัน ไม่ได้ผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดโยธธรร ดังนั้นในการจัดการท่องเที่ยวจะต้องเน้นวิธีการที่จะทำให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดโยธธรรที่มีวิธีการเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดโยธธรร วิธีที่จะทำให้เกิดการประเมินผลเพื่อเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดโยธธรร วิธีการเลือกที่จะเดินทางไปจังหวัดโยธธรร และประสบการณ์ภายหลังการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดโยธธรรที่ตรงกับเพศของนักท่องเที่ยวจะทำให้การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มากขึ้น

อภิปรายผล

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดโยธธรรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20-30 ปี โดยมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.80) มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่า 15,000 บาท สถานภาพโสดและภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ภาคกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะพงศ์ พัดชา ขวาลศักดิ์ เพชรจันทร์ฉาย และชฎามาต ขาวสะอาด (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่กลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจวรรณ ขวัญมา (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดไถ่ไถ่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรวิญญู วิวรรณนินิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดโยธธรร ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาท่องเที่ยวจังหวัดโยธธรรเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2 วัน ซึ่งช่วงเวลาในการเดินทางมาจังหวัดโยธธรรคือ วันเสาร์ – วันอาทิตย์ มีความถี่ในการเดินทางมาจังหวัดโยธธรร 1 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดโยธธรรแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาท ซึ่งจะเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ โดยเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด และเลือกพักในที่พักระเบียงโรงแรม ทั้งนี้เดินทางด้วยพาหนะประเภทรถยนต์ส่วนตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา พวงสนธิ และประสพชัย พสุนนท์ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน/ครอบครัว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (วันเสาร์ – วันอาทิตย์) ระยะเวลาในการ

ท่องเที่ยวภายในวันเดียว ความถี่ในการท่องเที่ยว คือ 1-2 ครั้งต่อปี และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คือ 2,001-3,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ จังหวัดยโสธรโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรจากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นการตัดสินใจจากการเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่แล้ว การตัดสินใจจากการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร และการตัดสินใจจากการประเมินผลเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรซึ่งอยู่ในระดับมาก ในส่วนของการตัดสินใจจากประสบการณ์หลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพงศ์ พัดชา ขวาลศักดิ์ เพชรจันทร์ฉาย และชฎามาศ ขาวสะอาด (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่กลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก พบว่า ปัจจัยที่ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวแถบชายทะเลตะวันออกของประเทศไทยเกิดจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิสำเนา ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมรามัญ กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยา พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิสำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยววัฒนธรรมรามัญกลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก ทั้งนี้มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลพลกฤต รัตนราทร (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองรอง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

จากผลการศึกษาวิจัย พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีข้อเสนอแนะ

ดังนี้ 1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมเดินทางมาในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ เน้นการพักผ่อนร่วมกับครอบครัว ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธร ควรหากิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ของสมาชิกในครอบครัวและสามารถทำสำเร็จภายในระยะเวลา 2 วัน นอกจากนี้ผลวิจัยทำให้ได้รู้ภาพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร รวมถึงการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธรจำเป็นต้องจัดให้มีการให้บริการกิจกรรมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวที่มีการแบ่งแยกเกี่ยวกับเพศให้ชัดเจน เพื่อที่จะรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร

2. การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธรที่มีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของศิลปะ สถาปัตยกรรมและหัตถกรรม รวมถึงความเป็นกันเองของคนในชุมชนภายในจังหวัดยโสธร ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธร ควรทำการส่งเสริมและพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความโดดเด่นเป็นที่รู้จักที่แพร่หลาย ซึ่งอาจจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันเข้ามาช่วยเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติเกี่ยวกับเหตุผลและการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรในด้านต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงเกษตร การท่องเที่ยวรูปแบบเทศกาลและงานประเพณี

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ชวลี ญ กลาง รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา รองศาสตราจารย์ ดร. สุทินันท์ พรหมสุวรรณ ที่ให้คำแนะนำ ปรึกษา ชี้แนะวิธีการวิจัย ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้คำปรึกษาในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยพะเยาที่ให้ทุนสนับสนุนในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2561). การท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร.

สืบค้นจาก <https://i-san.tourismthailand.org/1831/>.

กนกพิชญ์ วิษณุวรรณ์. (2563). แนวทางการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธร.

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ. 9(1), 13-21.

ชลพลกฤต รัตน์นราทร. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการ

ท่องเที่ยวเมืองรอง. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บุญทริกา หวังล้อมกลาง และโอษฐ์ญา บัวธรรม. (2564). เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรม

- พินบ้านอีสาน: ร้อยเรื่องเมืองยโสธร. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด. 15(2), 168-180.
- เบญจวรรณ ขวัญมา. (2564). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดไถ่ไค้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ. 13(2), 125-134.
- ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์. (2565). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมรามัญ กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยา. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 16(2), 1-19.
- ปราโมทย์ ประสาทกุล และปัทมา ว่าพัฒน์วงศ์. (2556). ดีโมพีเดีย พจนานุกรมประชากรศาสตร์ พหุภาษา ฉบับปรับปรุงให้เป็นเอกภาพ (ปรับปรุงครั้งที่ 2). นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปิยะพงศ์ พัดชา ขวาศศักดิ์ เพชรจันทร์ฉาย และชฎามาศ ขาวสะอาด. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ กลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก. วารสารนวัตกรรมและการจัดการ. 5(1), 87-102.
- พิศมัย จัตุรัตน์. (2565). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 16(2), 50-64.
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2551). หลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วรวิมล วิวรรณนิธิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์. (2565). ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนครปฐม. วารสารวิทยาลัยการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์. 3(1), 11-25.
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์. สืบค้นจาก http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html.
- ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และเสรี วงษ์มณฑา. (2564). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน. วารสารสมาคมนักวิจัย. 26(1), 244-256.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2565). จัปดา ไทยเที่ยวไทยยอดพุ่งครึ่งปีหลัง คาดทั้งปีโต 161.7% สร้างรายได้ราว 7.2 แสนล้านบาท. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/268652>.
- สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2551). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดยโสธร. นักท่องเที่ยวและนักเดินทางชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรในปี 2562. สืบค้นจาก https://yasothon.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=500.
- สุกัญญา พวกสนธิ และประสพชัย พสุนนท์. (2564). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 12(2), 203-215.

- อึ้งฉวีจิรา ธารชัยกุลวัฒน์ และศรีัญญา กันตะบุตร. (2563). กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในการเลือกท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว. การประชุมวิชาการการระดับนานาชาติและระดับชาติด้านบริหารธุรกิจและการบัญชี 2563. 118-127. สืบค้นจาก <https://incbaa.kku.ac.th/img/files/articles/df768-22.d8.pdf>.
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. **Current Issues in Tourism**, 17(10), 872-909.
- Howell, D.W. (1993). **Passport: An Introduction to the Travel and Tourism Industry** (2nd ed.). Cincinnati, Ohio: South - Western Publishing Co..
- Kotler, P. (1997). **Marketing management: analysis, planning, implementation and control**. New Jersey: A Simon & Schuster Company.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd Ed. New York. Harper and Row Publications.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Miss Poonsup Setsri Highest Education: Ph.D (candidate) University or Agency: College of Management, University of Phayao Field of Expertise: Tourism, Hospitality Address: 70/155 Pruksa Lite Lox Rattanathibet, Sao Thong Hin Subdistrict, Bang Yai District, Nonthaburi Province, Thailand, 11140
	Name and Surname: Associate Professor Chawalee Na Thalang Highest Education: Master Degree of Arts, Major History University or Agency: College of Management, University of Phayao Field of Expertise: Tourism Management, Hospitality Management, History Address: College of Management University of Phayao 8th Floor, Wave Place Building, No.55 Wireless Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330
	Name and Surname: Associate Professor Dr. Seri Wongmontha Highest Education: Ph.D. (JOURNALISM) Southern Illinois, U.S.A University or Agency: College of Management, University of Phayao Field of Expertise: Tourism Management, Hospitality Management, Marketing Management, Marketing Communication Address: College of Management University of Phayao 8th Floor, Wave Place Building, No.55 Wireless Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330
	Name and Surname: Associate Professor Dr. Suthinan Pomsuwan Highest Education: Ph.D. (Leadership and Human Behavior) United States International University of San Diego, U.S.A. University or Agency: Director of Master of Business Administration (English Program), Bangkok University Field of Expertise: Management, Strategic Management, Human Resource Management, Organizational Behavior, Business Administration, Hospitality Management, Tourism Management Address: The Graduate School of Bangkok University, Bangkok University, 9/1 Phahonyothin Road, Khlong Luang, Pathum Thani 12120