

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร

Factors Influencing Impressions on Arts and Cultural Tourism in Sakon Nakhon Province

อนิรุจ อินทร์เกษา¹ วศิน เพชรพงศ์พันธ์²

Anirut Ingesa¹ Wasin Phetphongphan²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลด้าน (1) การเดินทาง (2) การให้บริการนำเที่ยว (3) บรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยว (4) ความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เครื่องดื่ม และ (5) ความพึงพอใจด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกและโอท็อป ที่มีต่อ ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยงในสถานที่เชิงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครจำนวน 374 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) อยู่ระหว่าง .758- .944 และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alphas coefficient) อยู่ระหว่าง .880 - .964 วิเคราะห์ผลด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions analysis)

ผลการวิจัยพบว่าด้าน (1) การเดินทาง ($b=.286$) (2) บรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยว ($b=.650$) (3) ความพึงพอใจด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกและโอท็อป ($b=.193$) มีอิทธิพลต่อ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .000 อย่างไรก็ตาม (4) ความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ และเครื่องดื่ม ($b=-.109$) มีอิทธิพลทางลบ มีอิทธิพลต่อ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .000

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม, ความประทับใจในการท่องเที่ยว, จังหวัดสกลนคร

Abstract

The objectives of this research were to study the effect of; 1) travel, 2) guide service, 3) atmosphere attractions, 4) satisfaction toward restaurants and beverages and 5)

¹ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาพื้นฐานประยุกต์ คณะวิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

Lecturer, Applied Fundamentals, Thatphanom College, Nakhon Phanom University

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชา การจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Lecturer, Management, Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University

satisfaction toward souvenir and Otop shop on impressions on Arts and Cultural Tourism in Sakon Nakhon Province. The samples were 374 tourists from Sakon Nakhon Province. This research instrument was questionnaire which has factor loadings between .758- .944 and Cronbach alpha between .880 - .964. The hypothesized relationships among variables are examined by using multiple regressions analysis.

The result revealed that 1) travel ($b=.286$, $p = .000$), 2) guide service ($b=.650$, $p = .002$), 3) satisfaction toward souvenir and Otop shop ($b=.193$, $p = .002$), has a positive influence on impressions on arts and cultural tourism in Sakon Nakhon Province. However, satisfaction toward restaurants and beverages ($b=-.109$, $p = .034$) has a negative influence on impressions on arts and cultural tourism in Sakon Nakhon Province

Keywords: Arts and Cultural Tourism, Impressive Tourism, Sakon Nakhon Province

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เจริญเติบโตและมีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย รัฐบาลจึงมีนโยบายด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศอย่างจริงจังเมื่อมีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การท่องเที่ยวของไทยมีการพัฒนาควบคู่ไปกับสาขาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเพื่อเป็นการเร่งรัดให้เกิดการกระจายรายได้ และสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความพร้อมและเข้มแข็งในการบริหารจัดการในธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่นโดยตรง และเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรของไทยให้คงความสมบูรณ์ ตลอดจนคงความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ชัดเจน (ปรียานัฐ เอื้อยศิริเมธี, นฤชล ธนจิตชัย และเทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร, 2560) แหล่งท่องเที่ยวได้เติบโตอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง มีการพัฒนาและการจัดการอย่างเป็นระบบจนกลายเป็นธุรกิจที่ใหญ่ ทำรายได้เป็นเงินตราก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว ช่วยสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนมีงานทำ มีการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวตลอดจนรูปแบบและกิจกรรมนำเที่ยวที่จะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ปนัดดา โพธิ์นาม, 2559)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีความสำคัญกับประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ ศาสนสถานและศิลปวัฒนธรรม ที่สำคัญ เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ อนุสาวรีย์ พระพุทธรูป ศาลาการเปรียญ หอไตร ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของชนชาติไทย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต และการจัดการของผู้คนในสังคมเป็นแหล่งรวมศิลปวิทยาการในสาขา ต่าง ๆ ทั้งด้านโบราณคดี ศาสนสถาน วัฒนธรรม จารีต

ประเพณี สถาปัตยกรรม ศิลปกรรม สุนทรียศาสตร์ ฯลฯ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดนั้น นับว่ามีคุณค่าและมีบทบาทที่สำคัญยิ่ง เพราะวัดเป็นแหล่งที่เชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับ ชุมชนและเป็นสถานที่รวบรวมมรดกศิลปวัฒนธรรม และศิลปกรรมอันวิจิตรงดงามเพียบพร้อม ด้วยคุณค่าทางศิลปะที่แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาและความเป็นอัจฉริยะของบรรพบุรุษ นอกจากนี้วัดยังเป็น ที่ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทั้งทางภูมิสถาปัตยกรรมที่สวยงาม ดังนั้นวัดจึงเป็นทรัพยากร การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและมีคุณค่าทางศิลปะที่นักท่องเที่ยวให้ ความสนใจ (พระครูสันติ ธรรมภากร, 2557) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความพิเศษตรงที่ นักท่องเที่ยวจะเน้นที่ การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มี คุณลักษณะที่สำคัญทาง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สถานที่ดัง กล่าวจะมีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและ มนุษย์ ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของ สังคมโดยสามารถสะท้อนให้เห็นถึง สภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมหรือขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ดังเช่น จังหวัดสกลนคร (กาญจนา แสงลัมสุวรรณและศรีนยา แสงลัมสุวรรณ, 2555)

จังหวัดสกลนครมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจนได้รับการขนานนามว่า “เมือง 3 ธรรม” คือ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม และมีแนวโน้มการเติบโตด้านการท่องเที่ยวแบบ ขึ้นบันไดคือ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จำนวนมากขึ้นตามลำดับ นักท่องเที่ยวเดินทางมาและพักตามสถานพักแรมมากช่วงที่มีการจัดงาน หรือกิจกรรมประเพณีสำคัญ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐได้สนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อ กระตุ้นการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมและจัดทำเส้นทางบุญ ไหว้พระ ๙ วัด ตลอดจนส่งเสริมการ ประชุม สัมมนาหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวได้ช่วยการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และสร้าง สีสันให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร (สำนักวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร, 2563) ดังนั้นผู้วิจัย จึงมีแนวคิดว่าจะมีการศึกษาถึงด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจ ปัญหา/อุปสรรคและ ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้ได้มาซึ่ง ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนคร เนื่องจากอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคงจะต้องมีการบริการ การจัดการในลักษณะการพึ่งพิงกัน ร่วมมือกัน มีการ วางแนวทางร่วมกัน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร ที่มีเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมที่ โดดเด่น จึงต้องมีการทำนุบำรุงหรือรักษาศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครควบคู่กับ การแข่งขันใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสมัยใหม่ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลด้านการเดินทางที่มีต่อ ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิง ศิลปวัฒนธรรม

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลด้านการให้บริการนำเที่ยวที่มีต่อความประทับใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีต่อ ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ และเครื่องดื่มที่มีต่อ ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกและโอท็อป ที่มีต่อความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : อิทธิพลด้านการเดินทางที่มีต่อ ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

สมมติฐานที่ 2 : อิทธิพลด้านการให้บริการนำเที่ยวที่มีต่อ ความประทับใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

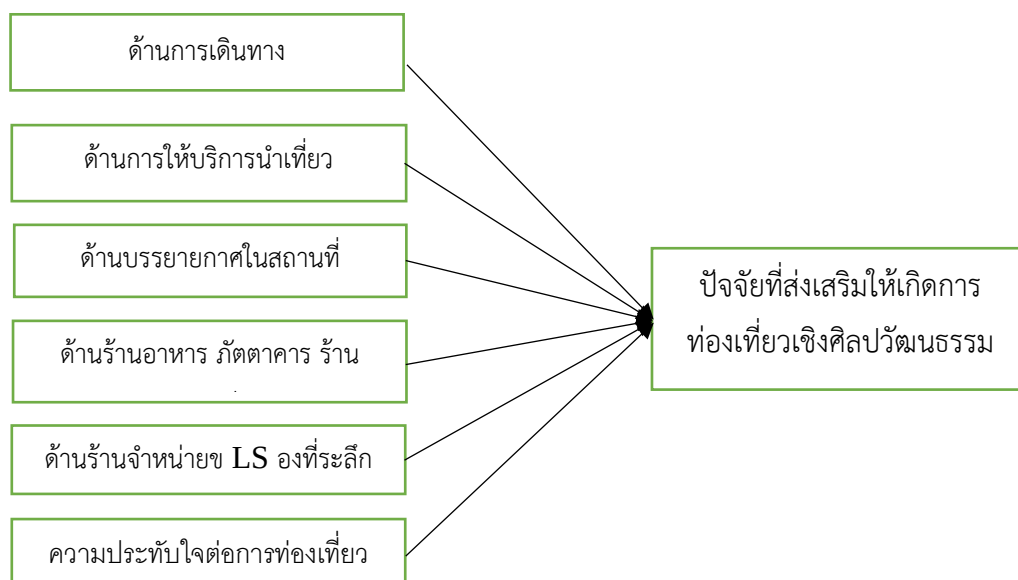
สมมติฐานที่ 3 : อิทธิพลของบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีต่อความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

สมมติฐานที่ 4 : อิทธิพลของความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ และเครื่องดื่มที่มีต่อ ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

สมมติฐานที่ 5 : อิทธิพลของความพึงพอใจด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกและโอท็อป ที่มีต่อความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าจากเอกสาร ตำราและผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร ถูกนำมาใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ของด้านการเดินทาง ด้านการให้บริการนำเที่ยว ด้านบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ ความพึงพอใจด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก และความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม งานวิจัยพบว่าปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร (ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนามและอรอนงค์ เดชมณี, 2563), (หทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์, 2562), (ปนัดดา โพธินาม, 2559), (นรินทร์ สังข์รักษา, 2552), (กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณและศรีนยา แสงลิ้มสุวรรณ, 2555) ดังนั้นกรอบแนวคิดของงานวิจัยที่จะแสดงได้ดังรูปที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การเดินทาง หมายถึง การท่องเที่ยวทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและพึงพอใจของผู้เดินทาง เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อนการเดินทาง การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทาง เพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน เป็นต้น ซึ่งด้านการเดินทางนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (ธัญวรรณ มาตกุล.2556) ปัจจัยด้านการเดินทางนี้ยังรวมถึง ระยะทางและเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว รวมถึงความสะดวกของเส้นทาง ในการเดินทาง ซึ่งปัจจัยด้านการเดินทาง นั้นอาจส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

ด้านการให้บริการนำเที่ยว หมายถึง การจัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยวธุรกิจโรงแรม นักท่องเที่ยวธุรกิจภัตตาคารสถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยวธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยวการดำเนินงานนิทรรศการงานแสดงงานออกร้านการโฆษณาเผยแพร่หรือการดำเนินการอื่นใดโดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว (พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, พ.ศ. 2551) ซึ่งการให้บริการนำเที่ยวจะสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจมีความคาดหวังที่จะได้รับความรู้ ความตื่นตาตื่นใจจากการให้บริการนำเที่ยว

บรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถจำแนกองค์ประกอบหลักๆ ที่สำคัญได้ 4 ประการ คือ 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 2) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม 3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและ

กระบวนการเป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว 4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (ศุภจิตา ก้อนศิลา.2555)

ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ หมายถึง สถานที่จำหน่ายอาหารร้านอาหาร เป็นร้านที่คอยบริการอาหารตามความต้องการของลูกค้า อาคารที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นร้านอาหารในส่วนของเอกชน และต้องมีพื้นที่ไว้สำหรับปรุงอาหาร (กุลวรา สุวรรณพิมล .2548) ซึ่งปัจจัยด้าน ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ นั้นเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม อาจช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเดินทางมา การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมใน

ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าแก่นักท่องเที่ยวเพื่อนำกลับไปยังภูมิลำเนาเป็นของฝากหรือใช้สอยในชีวิตประจำวัน โดยเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีชีวิตชีวามากขึ้นเมื่อได้มีโอกาสจับจ่ายใช้สอย สินค้าที่ระลึกมักมีลักษณะสำคัญ คือ เป็นสินค้าเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่ไปเที่ยว อาจเป็นสินค้าที่หายากและราคาแพง หรือเป็นสินค้าที่มีราคาถูกกว่าที่วางขายในภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว เป็นสินค้าที่มีขนาดและรูปร่างเหมาะสมในการขนส่งไม่เปราะบางหรือชำรุดง่าย เป็นสินค้าที่มีการแสดงขั้นตอนการผลิตให้นักท่องเที่ยวเห็นหรือทดลองทำเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและเห็นคุณค่าของสินค้านั้น (จุฑาทิพย์ ทิพย์เหรียญ, 2559)

ความประทับใจ หมายถึง ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือมีความชื่นชอบพอใจต่อการที่บุคคลอื่นกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งตอบสนองความต้องการของบุคคลหนึ่งทีปรารถนาให้กระทำในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันหรือมีความพึงพอใจมากน้อยขึ้นอยู่กับค่านิยมของแต่ละบุคคลและความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจตลอดจนสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งอาจสามารถทำให้ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันได้ เช่น ความสะดวกสบายที่ได้รับความสวยงาม ความเป็นกันเอง ความภูมิใจ การยกย่อง การได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการและความศรัทธา (ตันติกร โคตรขารี, 2555)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาในครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร โดยคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 374 คน ซึ่งได้มาจากการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967) เลือกลุ่ม

ตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) นักท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในสถานที่ต่างๆของจังหวัดสกลนคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม โดยสร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด เป็นแบบสอบถามที่ใช้ทั้งคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยรายละเอียดของแบบสอบถามประกอบด้วยส่วนคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ปัญหา/อุปสรรค และความคาดหวังในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร เพื่อกำหนดโครงสร้างแบบสอบถามตามประเด็นที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและขอบเขตการศึกษา

2. นำผลการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) กำหนดค่าของคะแนนในแบบสอบถามที่มีระดับการยอมรับ 5 ระดับ โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดระดับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ เป็น 5 ระดับ คือ 4.21-5.00 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด 3.41-4.20 หมายถึง ความพึงพอใจมาก 2.61-3.40 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง 1.81-2.60 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย และ 1.00-1.80 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วย เทคนิคการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง(IOC) ทุกคำถามเท่ากับ 1.00

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

4.1 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบใช้ (Try – out) กับปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

4.2 การหาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) โดยใช้เทคนิค ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm factor loadings: CFA) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเชิง

ยืนยัน อยู่ระหว่าง .758 - .944 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair, et al (2010) ได้เสนอว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบต้องมีค่า 0.40 ขึ้นไปจึงจะถือว่ายอมรับได้

4.3 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ผลการวิเคราะห์พบว่า ทุกปัจจัยมีค่าอยู่ระหว่าง .735 - .869 ซึ่งมีค่ามากกว่า .70 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994) ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ต้องมีค่า .70 ขึ้นไป

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ Factor Loadings	ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach Alpha)
ด้านการเดินทาง (TS)	.758 - .879	.880
ด้านการให้บริการนำเที่ยว (LS)	.818 - .895	.944
ด้านบรรยายภาคในสถานที่ท่องเที่ยว(LC)	.774 - .904	.945
ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ(RS)	.861 - .925	.941
ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก (SS)	.857 - .918	.909
ความประทับใจในการท่องเที่ยว (GS)	.917 - .944	.964

5. นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเสนอที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ดำเนินการแจกแบบสอบถามและทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามออกศึกษากับนักท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร

2. นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง มาตรวจสอบความสมบูรณ์ทั้งหมดจำนวน 374 ราย

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของคำตอบในแบบสอบถามแต่ละฉบับ จากนั้นบันทึกคะแนนคำตอบลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคตอบแบบสอบถาม โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (percent) และ ศึกษาระดับ

ความคิดเห็นด้วย ทั้ง 6 ด้าน ประกอบไปด้วย ด้านการเดินทาง ด้านการให้บริการนำเที่ยว ด้านบรรยายภาคในสถานที่ท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ ความพึงพอใจด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก และความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม โดยใช้ สถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation) เพื่อทดสอบภาวะที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) และทดสอบสมมติฐานด้วยความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 (ร้อยละ 61.0) รองลงเป็นเพศชาย จำนวน 146 (ร้อยละ 39.0) ส่วนใหญ่มีอายุ 31-50 ปี จำนวน 164 (ร้อยละ 43.9) อายุ 21-30 ปี จำนวน 154 คน (ร้อยละ 41.2) อายุ 51-60 ปี จำนวน 28 คน (ร้อยละ 7.5) อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 22 คน (ร้อยละ 5.9) อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.6) ส่วนใหญ่มีสถานะภาพโสด จำนวน 196 คน (ร้อยละ 52.4) รองลงมาก็คือสมรส จำนวน 156 คน (ร้อยละ 41.7) หย่าร้าง จำนวน 14 คน (ร้อยละ 3.7) หม้าย จำนวน 4 คน (ร้อยละ 1.1) แยกทาง จำนวน 4 คน (ร้อยละ 1.1) ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 174 คน (ร้อยละ 46.5) รองลงมาก็คือระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 78 คน (ร้อยละ 20.9) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 60 คน (ร้อยละ 16.0) มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จำนวน 44 คน (ร้อยละ 11.8) อื่นๆ โปรตรระบุ จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.7) สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน (ร้อยละ 2.1) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10001 - 15000 บาท จำนวน 88 คน (ร้อยละ 23.5) และ 6000 - 10000 บาท จำนวน 88 คน (ร้อยละ 23.5) รองลงมาก็คือ 15001 - 20000 บาท จำนวน 76 คน (ร้อยละ 20.3) 20001 - 30000 บาท จำนวน 62 คน (ร้อยละ 16.6) น้อยกว่า 6000 บาท จำนวน 36 คน (ร้อยละ 9.6) มากกว่า 30000 บาท จำนวน 24 คน (ร้อยละ 6.4) ส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงาน/หน่วยราชการ จำนวน 140 คน (ร้อยละ 37.4) รองลงมาก็คือรับจ้าง จำนวน 56 คน (ร้อยละ 15.0) ค้าขาย จำนวน 50 คน (ร้อยละ 13.4) นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 42 คน (ร้อยละ 11.2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน (ร้อยละ 9.1) บริษัท จำนวน 20 คน (ร้อยละ 5.3) เกษตรกรรม จำนวน 16 คน (ร้อยละ 4.3) และอื่นๆ จำนวน 16 คน (ร้อยละ 4.3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่นอกจังหวัดสกลนคร จำนวน 192 คน (ร้อยละ 51.3) รองลงมาก็คืออาศัยอยู่ในจังหวัดสกลนคร จำนวน 180 คน (ร้อยละ 48.1) อื่นๆ จำนวน 3 คน (ร้อยละ 0.5)

2. การศึกษาทดสอบระดับความคิดเห็นพบว่า ทั้งหมดมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดโดยที่ ด้านความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (GS) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (3.80) ตามมาด้วยด้านบรรยายภาคในสถานที่ท่องเที่ยว (LC) (3.68) ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก (SS)

(3.57) ด้านการเดินทาง (TS) (3.49) ด้านการให้บริการนำเที่ยว (LS) (3.49) และ ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ (RS) (3.44) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตัวแปร	TS	LS	LC	RS	SS	GS
ค่าเฉลี่ย (Mean)	3.49	3.49	3.68	3.44	3.57	3.80
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	.794	.793	.891	.839	.810	1.01
ด้านการเดินทาง						2
	.796*					
ด้านการให้บริการนำเที่ยว	*					
	.785*	.810*				
ด้านบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยว	*	*				
	.738*	.821*	.830*			
ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ	*	*	*			
	.711*	.807*	.786*	.788*		
ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก	*	*	*	*		
	.776*	.724*	.858*	.715*	.744*	
ด้านความประทับใจต่อการท่องเที่ยว	*	*	*	*	*	

** P < .01, *** P < .001

3. ผลการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจำนวน 6 ตัวแปร ทุกคู่มีความสัมพันธ์กันทางบวกและมีนัยสำคัญอยู่ที่ระดับ .01 ทุกค่า ด้านการเดินทางมีความสัมพันธ์กับทุกด้าน คือ ด้านการให้บริการนำเที่ยวระดับ .796 ด้านบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยวระดับ .785 ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟระดับ .738 ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกระดับ .711 ด้านความประทับใจต่อการท่องเที่ยวระดับ .776 ตัวแปรด้านการให้บริการนำเที่ยวมีความสัมพันธ์กับด้านบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยวระดับ .810 ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟระดับ .821 ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกระดับ .807 ด้านความประทับใจต่อการท่องเที่ยวระดับ .724 ตัวแปรด้านบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟระดับ .830 ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกระดับ .786 ด้านความประทับใจต่อการท่องเที่ยวระดับ .858 ตัวแปรด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟมีความสัมพันธ์กับ ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกระดับ .788 ความ

ประทับใจต่อการท่องเที่ยวระดับ .715 ตัวแปรด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับด้านความประทับใจต่อการท่องเที่ยวระดับ .744

4. ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ สามารถสมการพยากรณ์ ความประทับใจต่อการท่องเที่ยว จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า สามารถพยากรณ์ $PD = .000 + .286TS + .650LC - .109RS + .193SS$ ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 253.703$; $p = .000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adj R²) เท่ากับ .772 (ตาราง 3) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระปัจจัยที่มีผลต่อด้านความประทับใจต่อการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัย 4 ด้าน ที่ได้วิเคราะห์ผลด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions analysis) อันได้แก่ ด้านการเดินทาง (TS) ด้านการให้บริการนำเที่ยว (LS) ด้านบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยว (LC) ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ (RS) และ ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก (SS) ร่วมกันอธิบายประสิทธิผลได้ร้อยละ .772 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($R^2 = .772$, $F=253.703$, $p=.000$) ด้านการเดินทาง (TS) มีอิทธิพลต่อความประทับใจต่อการท่องเที่ยว ($b=.286$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .000 ด้านการให้บริการนำเที่ยว (LS) มีอิทธิพลทางลบความประทับใจต่อการท่องเที่ยว ($b=-.096$) อย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .075 ด้านบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยว (LC) มีอิทธิพลต่อความประทับใจต่อการท่องเที่ยว ($b=.650$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .000 ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ (RS) มีอิทธิพลทางลบต่อความประทับใจต่อการท่องเที่ยว ($b=-.109$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .034 ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก (SS) มีอิทธิพลต่อความประทับใจต่อการท่องเที่ยว ($b=.193$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .000 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 3 และ 5 อย่างไรก็ตามไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 และ 4

ตารางที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับปัจจัยที่มีผลต่อด้านความประทับใจต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัย	ความประทับใจต่อการท่องเที่ยว		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	.000	.025	.000	1.000
ด้านการเดินทาง (TS)	.286	.045	6.416	.000
ด้านการให้บริการนำเที่ยว (LS)	-.096	.054	-1.786	.075
ด้านบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยว (LC)	.650	.053	12.377	.000

ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ (RS)	-.109	.051	-2.123	.034
ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก (SS)	.193	.047	4.142	.000

$F = 253.703$ $p = .000$ $\text{Adj } R^2 = .772$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนคร ได้นำผลสรุปมาเชื่อมโยงกับแนว ทฤษฎี และวิทยาพจน์ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันเพื่ออธิบายสมมติฐาน และวัตถุประสงค์การวิจัยผลการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังนี้ (1) การบริการด้านการเดินทางนั้นถือได้ว่าเป็นปัจจัยหลักที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะในเรื่องของความต้องการด้านความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว หรือข้อจำกัดของยานพาหนะที่นำมาท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลข่าวสารของเส้นทางในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและมีป้ายบอกทางตลอดจนนำมาให้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยและรวดเร็ว รวมถึงการบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเรื่องความพอเพียงของสถานที่จอดรถ (2) บรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยว เป็นส่วนสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนมากจะเลือกเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากความต้องการที่อยากจะสัมผัสบรรยากาศที่ผ่อนคลาย สภาพอากาศที่ดี ธรรมชาติสวยงาม ความคุ้มค่า การบริการของคนไทย วัฒนธรรมที่น่าสนใจ อาหารหลากหลาย โรงแรมที่พักมีคุณภาพดี และภาพลักษณ์ผู้ประกอบการและคนในชุมชนมีอัธยาศัยดี (3) ความพึงพอใจด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกและโอท็อป เพราะนักท่องเที่ยวต้องการที่จะซื้อสินค้าเพื่อนำกลับไปยังภูมิลำเนาเดิมของตน เพื่อเป็นของระลึก ของฝาก หรือแม้แต่เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน เพราะว่าสินค้าที่ระลึกนั้นส่วนใหญ่มักถูกพัฒนาจากศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่นที่แสดงถึงเอกลักษณ์และความเป็นอยู่ โดยใช้วัสดุของท้องถิ่นในการผลิตและใช้แรงงานภายในท้องถิ่น จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในทางเลือกซื้อสินค้าเหล่านั้นเพื่อเป็นของฝาก สอดคล้องกับงานวิจัยของชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนามและอรอนงค์ เดชมณี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19 พบว่า ผลของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังโควิด-19 เริ่มจากการหาข้อมูลการท่องเที่ยวโดยเยาวชนไทยนิยามหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็นข้อมูลที่ได้มาจากญาติและเพื่อน การท่องเที่ยว นิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ชมวิวและถ่ายรูปลงโซเชียล ลักษณะการเดินทางนิยมไปกับเพื่อน รองลงมาเป็นครอบครัว

และนิยมเดินทางโดยรถส่วนตัวมากกว่ารถสาธารณะ ด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญไปที่ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพัก

อย่างไรก็ตามการ การให้บริการนำเที่ยวไม่มีอิทธิพลต่อการสร้างความประทับใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากรูปแบบของการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น นักท่องเที่ยวต่างศึกษาความรู้ความเข้าใจได้ด้วยตนเองต่อสถานที่ท่องเที่ยว จึงเป็นเหตุผลของพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวจึงไม่จำเป็นต้องพึ่งบริการนำเที่ยว และรวมถึงความหลากหลายทางด้านเทคโนโลยี ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวมีเป้าหมายเฉพาะเจาะจง การเดินทางมีจุดประสงค์หลัก ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงเกษตร เชิงอุตสาหกรรม เชิงพานิชย์ เชิงวัฒนธรรม สำหรับ ความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ และเครื่องดื่ม ไม่เป็นไปตามสมมติฐานเนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัตถุ ประสงค์ในการเดินทางจึงมีเพื่อชื่นชมความเป็นธรรมชาติและการเล่นกีฬา ความโบราณศิลปวัฒนธรรม ดังนั้นหากมีความเจริญของวัตถุที่จะทำให้บดบังความเป็นเอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรมอาจทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้หายไป และส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางมาครบครันและเป็นการท่องเที่ยวแบบ ไป-กลับ จึงทำให้ธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟและเครื่องดื่ม ไม่มีอิทธิพลและเป็นเป้าหมายหลักต่อการมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย จากการศึกษาวิจัยนี้ทำให้ทราบปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสกลนครได้ดังนี้

1.1 ผู้เกี่ยวข้องควรดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม จัดทำป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยว หรือป้ายบอกทางให้ชัดเจน

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเน้นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ผ่านทางสื่อป้ายโฆษณาท่องเที่ยว และทางเว็บไซต์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาการปฏิบัติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมกรท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่หรือแหล่งท่องเที่ยวรอง รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยว กระตุ้นสินค้าที่โดดเด่นอันเป็นเอกลักษณ์ในจังหวัด สกลนคร มีการศึกษาวิจัยและพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมรวมถึงการท่องเที่ยวแบบเกาะกลุ่ม ที่สำคัญควรมีการวิจัยแบบมีส่วนร่วมทำการวิจัยรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ศึกษา เรียนรู้ถึงความสำเร็จและล้มเหลวในการ

ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมใน
จังหวัดสกลนคร

บรรณานุกรม

- กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ และศรัณยา แสงลี้มสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรม
อย่างยั่งยืน. วารสารนักบริหาร, 32(4), 136-146.
- กุลวรา สุวรรณพิมล.(2548). ความหมายของนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน. เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- จุฑาทิพย์ ทิพย์เหรียญ. (2559). พฤติกรรมการซื้อของฝากของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระใน
เขตกรุงเทพมหานคร.ค้นคว้าอิสระ.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการ
บัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนามและอรอนงค์ เดชมณี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19.วารสารวิชาการและวิจัย
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 10(3), 187-201.
- ตันติกร โคตรชารี. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการศึกษาเชิงศาสนา พระธาตุประ
จักษ์วันเกิด จังหวัดนครพนม. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการ
จัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธฤชวรรณ มาตกุล. (2556). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชื่อมโยงสู่เชิงวัฒนธรรมอีสาน
กรณีศึกษา วัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2552). การศึกษาสภาพการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัด
นครปฐม.คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปนัดดา โพธิ์นาม. (2559).การศึกษาการตลาดและการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยววัฒนธรรมภูไท
กรณีศึกษา บ้านโคกโก่ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์.วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา.
10(2),135-143.
- ปรียาณัฐ เอื้อยศิริเมธี, นฤชล ธนจิตชัย และเทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปาก
ช่อง จังหวัดนครราชสีมา.วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา. 11(1), 39-48.
- พระครูสันติธรรมาภิรัต. (2557). ศาสนสถานแหล่งท่องเที่ยวในพระพุทธศาสนา. วารสารวิทยาลัย
นครราชสีมา. 8(1), 89-96.

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์. (2551). **พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**

พ.ศ. 2551. มาตรา 4 ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์.

ศุภธิดา ก้อนศิลา. (2555). **ผลกระทบจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษาสามพันโบก**

ตำบลเหล่างาม อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สำนักวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร (2563). **แผนปฏิบัติการประจำปี 2563, 17-18.**

หทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์.(2562). **ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการของธุรกิจ**

นำเที่ยว.การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการท่องเที่ยวกับมนุษยศาสตร์ครั้งที่ 1 : การ
ท่องเที่ยวในยุคเปลี่ยนผ่าน. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. วันที่ 19 ธันวาคม 2562.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis**
(7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall