



การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์  
A Study of Thai Tourists Behavior toward Sports City Tourism in Buriram Province

วนิชา แผลงรักษา (Wanicha Plangruksa)

097-974-4564, wanicha.pr@bru.ac.th

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ, คณะวิทยาการจัดการ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

(Business Computer, Faculty of Management Sciences: Buriram Rajabhat University)

ปิติวรรณ ฝ้ายโคกสูง (Pitiwan Faikhoksung)

081-064-0553, pitivan03@gmail.com

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ, คณะวิทยาการจัดการ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

(Business Computer, Faculty of Management Sciences:

Buriram Rajabhat University)

กิตติคุณ บุญเกตุ (Kittikoon Boonkate)

081-999-1411, kittikoon.bk@bru.ac.th

สาขาวิชาสถิติประยุกต์, คณะวิทยาศาสตร์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

(Applied Statistics, Faculty of Science: Buriram Rajabhat University)

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬากรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬากรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 100 คน โดยเลือกมาแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามปลายปิด พบว่า ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,000-25,000 บาท และมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว

ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น สนามฟุตบอลช้างอารีนา เป็นสถานที่ที่ดึงดูดในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ คิดเป็นร้อยละ 47 มีครอบครัวเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 37 มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 67 เดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 47 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 87 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35 มีช่วง วันเสาร์ - วันอาทิตย์ เป็นวันที่เหมาะสมต่อเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ คิดเป็นร้อยละ 74 มีค่าใช้จ่าย มากกว่า 1,500 บาท ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58 ใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าน้ำมันเชื้อเพลิง คิดเป็นร้อยละ 48 ใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ไปเช้า - เย็นกลับ กับ ค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 40 เฟสบุ๊คเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ คิดเป็นร้อยละ 21.50 มีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ คิดเป็นร้อยละ 100 มีวัตถุประสงค์ในการใช้งาน

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal)

สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”



เทคโนโลยีเพื่อค้นหาเส้นทาง คิดเป็นร้อยละ 25.10 และส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนในการรับรู้สื่อหรือใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 49.00

ผลการศึกษาความพึงพอใจโดยรวมทุกด้าน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬา ภูมิศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬา ภูมิศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ ด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิต ด้านสถานที่และการเข้าถึง และน้อยที่สุดคือ ด้านด้านราคาสินค้าและบริการ

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมนักท่องเที่ยว / การรับรู้สื่อ / การท่องเที่ยวเมืองกีฬา

## 1. บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวเข้าไปเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง กระตุ้นการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยสนับสนุน พื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี พัฒนาสาธารณูปโภค การศึกษา และเทคโนโลยี ตลอดจนลดการอพยพเข้าสู่เมือง

บุรีรัมย์เป็นเมืองแห่งความรื่นรมย์ตามความหมายของชื่อเมืองที่น่าอยู่สำหรับคนในท้องถิ่นและเป็นเมืองที่น่ามาเยือนสำหรับคนต่างถิ่น จังหวัดบุรีรัมย์มีวัฒนธรรมอันโดดเด่นที่มีการสืบทอดมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน จนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งทางด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม ศิลปกรรมต่าง ๆ ตลอดจนขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีที่ดั้งเดิม และในปัจจุบันนี้จะเห็นได้ว่าจังหวัดบุรีรัมย์ได้พัฒนาจากที่เคยเป็นแค่เมืองผ่าน ทุกวันนี้มีความเจริญกลายเป็นเมืองหนึ่งที่ต้องห้ามพลาด ซึ่งมีความโดดเด่นในเรื่องกีฬา จึงได้ฉายาว่า เป็นเมืองแห่งการกีฬา โดยมีสถานที่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความสนใจที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ นั่นก็คือ สนามฟุตบอลช้างอารีนา สนามแข่งรถระดับโลกบุรีรัมย์อินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต (Buriram International Circuit, BRIC) นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ ประสาทหินพนมรุ้ง ประสาทหินเมืองต่ำ วนอุทยานเขากระโดง หมู่บ้านท่องเที่ยวไหมสวนนอก เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์: 2560) โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2558 จำนวน 1.2 ล้านคน ปี 2559 จำนวน 1.3 ล้านคน และปี 2560 เพิ่มจำนวน เป็น 1.5 ล้านคน (สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์ : 2560) และในสังคมปัจจุบันสื่อโซเชียลถือเป็นสื่อที่มีอิทธิพลหรือเป็นแรงดึงดูดในการใช้ชีวิตประจำวันในด้านต่างๆ ของมนุษย์ทั่วโลกในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องจากสื่อมีหลากหลายสื่อและผู้จัดทำวิจัยมีความคิดว่าสื่อเป็นสิ่งหนึ่งที่จะเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

จากความสำคัญดังกล่าวมา ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมและการรับรู้สื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬาภูมิศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อศึกษาว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมอย่างไรในการมาเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ หรือปัจจัยใดที่สร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์และการรับรู้สื่อของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์มีการรับรู้สื่อแบบใดบ้าง ช่องทางในการรับรู้สื่ออย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาพัฒนารูปแบบของสื่อให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เป็นที่นิยมแพร่หลายในวงกว้าง อีกทั้งยังนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการทำธุรกิจ การทำการตลาด การปรับปรุงยุทธ์และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

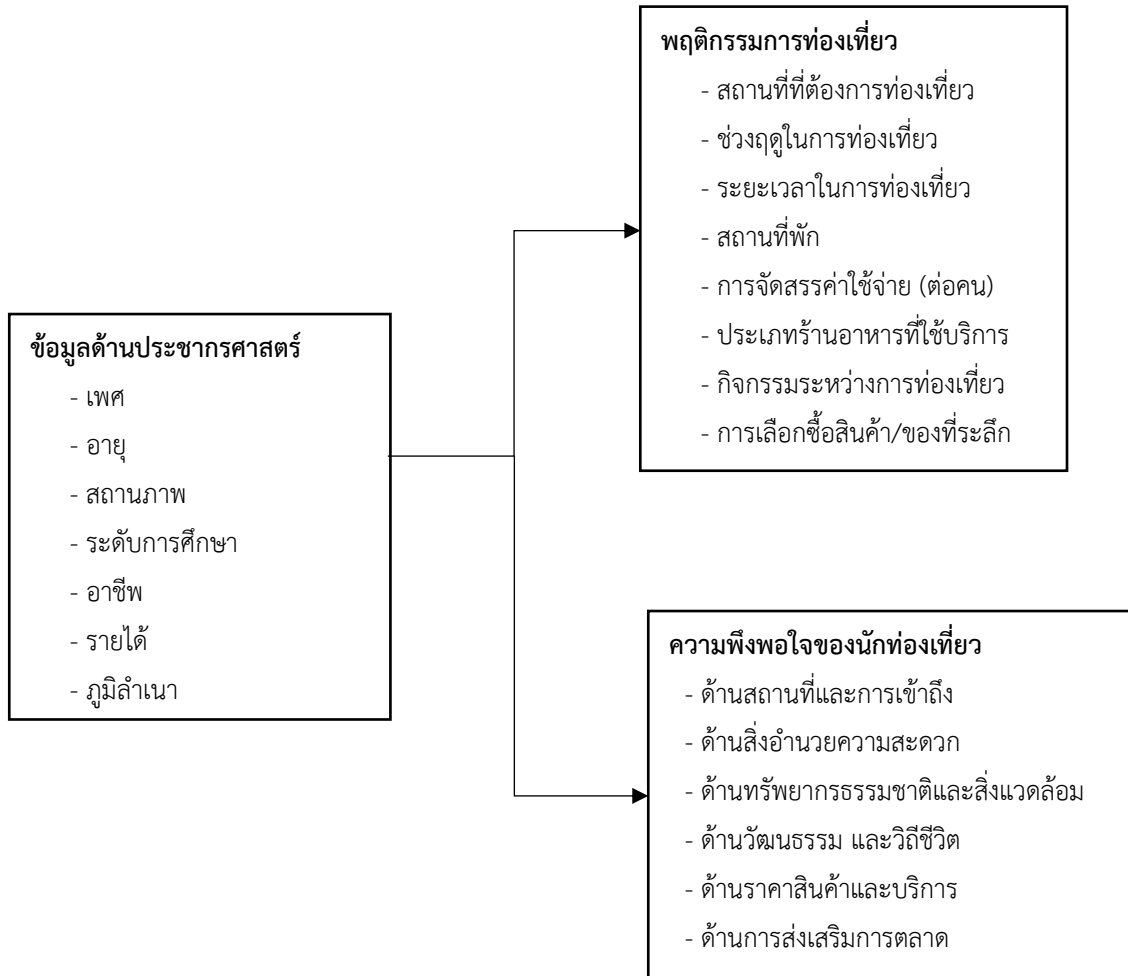
งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal)

สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
- 2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

### กรอบแนวคิดการวิจัย





### 3. วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและการรับรู้สื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬา กรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ คณะผู้วิจัยเลือกศึกษา สถานที่หลักๆ ที่สำคัญ มีดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น สวนเกษตร สวนผลไม้ พืชผล 3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น สนามฟุตบอลช้างอารีนา 4) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น บ้านโคกเมือง และวัด โดยคณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามเป็นขั้นตอนในการศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Cochran ซึ่งขนาดประชากรมีจำนวนไม่แน่นอน และกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญที่ 95% และกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนเป็น 0.10 ได้จำนวน 100 หน่วยตัวอย่าง สำหรับแนวคิดในการวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แรงจูงใจ การรับรู้ของผู้บริโภค สื่อโฆษณา และการท่องเที่ยว

#### 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบบตรวจรายการ (Check List) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 4 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจมากที่สุด ความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจน้อย ระวังความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

#### 3.2 การทดสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่นำไปแจกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งคณะผู้วิจัยสร้างตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการนำไปใช้จึงจำเป็นต้องทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

3.2.1 ผู้วิจัยนำเสนอแบบสอบถามให้แก่ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำให้ถูกต้อง

3.2.2 ผู้วิจัยได้นำไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 30 คน แล้วนำมาค่าสัมประสิทธิ์ของความเที่ยง (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach โดยใช้โปรแกรมทางสถิติช่วยในการวิเคราะห์ปรากฏว่าค่าที่ได้มากกว่า 0.70 ขึ้นไป แสดงว่ามีความน่าเชื่อถือเหมาะสมดีแล้ว แสดงได้ในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของแบบสอบถาม

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal)

สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”

รายการ	ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรง
1. ด้านสถานที่และการเข้าถึง	0.82
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.86
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	0.79
4. ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	0.90
5. ด้านราคา สินค้าและบริการ	0.86
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.88
7. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	0.84
<b>รวม</b>	<b>0.86</b>

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน

3.3.2 เก็บรวบรวมแบบสอบถาม คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัสในคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลต่อไป

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 ขั้นตอนการดำเนินการรวบรวมข้อมูล

1) การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ศึกษาจะตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องของการตอบแบบสอบถาม และคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2) การลงรหัส (Coding) ผู้ศึกษาจะนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนด

3) การประมวลผลข้อมูล ผู้ศึกษาจะนำแบบสอบถามที่ผ่านการลงรหัสแล้วมาบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางด้านสถิติ

4) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบที (Independent Sample T-Test) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

## 4. ผลการวิจัย

### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และ เป็นเพศชาย 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal)

สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”



21 – 30 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 อายุระหว่าง มากกว่า 50ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และ อายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ มีสถานภาพโสด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมา ได้แก่ สถานภาพสมรส จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมา ได้แก่ มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 มีระดับการศึกษาประถมศึกษา หรือต่ำกว่า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และ มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 25,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมา ได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมา ได้แก่ อาชีพรับราชการ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 อาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 อาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 อาชีพเกษตรกร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และ อาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

#### 4.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองกีฬา

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ แสดงได้ดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>สถานที่ที่ดึงดูดให้เข้ามาท่องเที่ยว</b>		
แหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรม	32	32
แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	13	13
แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	47	47
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	8	8
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว</b>		
ตนเอง	31	31
ครอบครัว	37	37
เพื่อน	16	16



ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ที่ทำงาน	16	16
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
เพื่อพักผ่อน	67	67
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	23	23
เพื่อซื้อสินค้าของฝาก	5	5
เพื่อศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม	5	5
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ผู้ที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
คนเดียว	13	13
ครอบครัว	47	47
เพื่อน	25	25
ที่ทำงาน	15	15
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ยานพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
รถยนต์ส่วนตัว	87	87
รถโดยสารประจำทาง	7	7
บริษัทนำเที่ยว	6	6
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>จำนวน(ครั้ง) ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
1 ครั้ง	33	33
2 ครั้ง	35	35
3 ครั้ง	13	13
4 ครั้ง ขึ้นไป	19	19
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ช่วงวันที่เหมาะสมต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal)  
สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”



ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	74	74
วันจันทร์ - วันศุกร์	4	4
วันหยุดนักขัตฤกษ์ - วันหยุดเทศกาล	22	22
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว (ต่อครั้ง)</b>		
ต่ำกว่า 500 บาท	2	2
500 – 1,000 บาท	20	20
1,001 – 1,500 บาท	20	20
มากกว่า 1,500 บาท	58	58
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ค่าใช้จ่าย (ที่นิยมใช้จ่าย)</b>		
ของฝาก ของที่ระลึก	20	20
อาหาร การกิน	19	19
ที่พัก	13	13
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	48	48
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ระยะเวลาที่ใช้ในการมาท่องเที่ยว</b>		
ไปเช้า - เย็นกลับ	40	40
ค้างคืน	40	40
ค้างคืนมากกว่า 1 คืน	20	20
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองกีฬา วิทยาลัยการศึกษจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น สนามฟุตบอลช้างอารีนาเป็นสถานที่ดึงดูดในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น สวนเกษตร สวนผลไม้ พืชผล จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น บ้านโคกเมือง วัดต่างๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ มีครอบครัวเป็น

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal)

สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”





ส่วนร่วมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมา ได้แก่ ตัดสินใจด้วยตนเองในการมาท่องเที่ยว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 และมีเพื่อนกับที่ทำงานเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมา ได้แก่ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้าของฝาก กับ เพื่อศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม จำนวนอย่างละ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ด้านการเดินทางส่วนใหญ่มาด้วยครอบครัว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมา ได้แก่ เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 เดินทางมากับที่ทำงาน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และ เดินทางมาคนเดียว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ ยานพาหนะที่ใช้เดินทางส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 87 รองลงมา ได้แก่ เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 เดินทางโดยบริษัทนำเที่ยว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และ เดินทางโดยรถเช่า จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ 2 ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา ได้แก่ เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ 1 ครั้ง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ 4 ครั้งขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และ เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ 3 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ ด้านวันเวลาที่เหมาะสมต่อการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีช่วง วันเสาร์ - วันอาทิตย์ เป็นวันที่เหมาะสมต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมา ได้แก่ มีช่วง วันหยุดนักขัตฤกษ์ - วันหยุดเทศกาล เป็นวันที่เหมาะสมต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 และมีช่วง วันจันทร์ - วันศุกร์ เป็นวันที่เหมาะสมต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย มากกว่า 1,500 บาท ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ต่อครั้ง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมา ได้แก่ มีค่าใช้จ่าย 500 - 1,000 บาท ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ต่อครั้ง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีค่าใช้จ่าย 1,001 - 1,500 บาท ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ต่อครั้ง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และมีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 500 บาท ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ต่อครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ และส่วนใหญ่ใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา ได้แก่ ใช้จ่ายเกี่ยวกับของฝาก ของที่ระลึก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหาร การกิน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และ ใช้จ่ายเกี่ยวกับที่พัก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ ด้านการรับรู้ส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ 3 อันดับแรก ได้แก่ รับรู้จากเฟสบุ๊ค จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 รองลงมา คือ รับรู้จากโทรทัศน์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 และรับรู้จากยูทูป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 โดยมีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวใช้สมาร์โฟนในการรับรู้สื่อหรือใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวใช้โน้ตบุ๊กในการรับรู้สื่อหรือใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 และ นักท่องเที่ยวใช้คอมพิวเตอร์ในการรับรู้สื่อหรือใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.70

#### 4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ แสดงได้ดังตารางที่ 4.2 ดังนี้

---

### งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal)

#### สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”



ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์.

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสถานที่และการเข้าถึง	4.20	0.47	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.12	0.58	มาก
ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.25	0.59	มาก
ด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิต	4.22	0.49	มาก
ด้านราคาสินค้าและบริการ	4.05	0.43	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.16	0.45	มาก
ด้านความต้องการส่วนบุคคล	4.19	0.40	มาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>4.17</b>	<b>0.29</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬา ภูมิศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิต ด้านสถานที่และการเข้าถึง และน้อยที่สุด คือ ด้านด้านราคาสินค้าและบริการ

#### 4.4 ข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบสอบถาม

- 1) การคมนาคมควรจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น
- 2) ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค
- 3) สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ไกลจากตัวเมือง กรณีที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัวทำให้เดินทางลำบาก ควรเพิ่มจุดบริการรถโดยสารประจำทางให้มากขึ้น และควรปรับปรุงและพัฒนาป้ายบอกทางให้ชัดเจน ให้มีครบทุกจุด
- 5) ควรมีการปรับปรุงและเพิ่มจุดแวะซื้อของฝาก ของที่ระลึก และร้านอาหาร

#### 5. การอภิปรายผลและสรุปผล

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการรับรู้สื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬา ภูมิศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ มีประเด็นสำคัญที่นำมาสรุปและอภิปรายผล ดังนี้

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองกีฬา ภูมิศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่มีครอบครัวเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชันมากที่สุด คือ ญาติหรือบุคคลในครอบครัว

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal)  
สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”



วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองกีฬา ทัศนศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน รองลงมา ได้แก่ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ และมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้าของฝาก กับ เพื่อศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองกีฬา ทัศนศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมา ได้แก่ เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง เดินทางโดยบริษัทนำเที่ยว และ เดินทางโดยรถเช่า ช่วงวันที่เหมาะสมต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองกีฬา ทัศนศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่มีช่วง วันเสาร์ - วันอาทิตย์ สอดคล้องกับ กาญจนา กาแก้ว (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตรจังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 79.8 ส่วนใหญ่ผู้บริโภคเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 78.00 และส่วนใหญ่มาท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์

ระดับความพึงพอใจโดยรวมทุกด้าน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬา ทัศนศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬา ทัศนศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิต ด้านสถานที่และการเข้าถึง และน้อยที่สุด คือ ด้านด้านราคาสินค้าและบริการ สอดคล้องกับ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน ให้ความคาดหวังระดับมากในทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังมากที่สุด คือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ การศึกษาความพึงพอใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมากในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ยกเว้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

## 6. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการรับรู้สื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเมืองกีฬา ทัศนศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ มีข้อเสนอแนะดังนี้

### 6.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

6.1.1 ด้านการอำนวยความสะดวก ควรมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า ปรับปรุงให้มีรถประจำทางไปถึงสถานที่ท่องเที่ยว และเพิ่มแสงไฟส่องสว่างบนเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

6.1.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้นและมีความหลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว ควรเพิ่มการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนให้มากยิ่งขึ้น และควรดึงเอาความเป็นบุรีรัมย์ วัฒนธรรมของบุรีรัมย์ออกมาให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชนมากขึ้น

6.1.3 ด้านสถานที่ ควรพัฒนาให้สถานที่ท่องเที่ยวทุกสถานที่ที่มีระบบดูแลความปลอดภัย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจว่ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดบุรีรัมย์แล้วจะปลอดภัย

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal)

สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”



## 6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

6.2.1 ควรมีการเก็บจำนวนตัวอย่าง และสำรวจข้อมูลเชิงลึกให้มากขึ้น โดยอาจจะมีการสร้างแบบสัมภาษณ์เพิ่มเติมในการเก็บข้อมูล

6.2.2 ควรมีการศึกษาประสิทธิภาพของหน่วยงานในการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์

6.2.3 ควรมีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มเติมด้วย

## 7. บรรณานุกรม

กวี วรรณิน. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ บริษัทพัฒนาคุณภาพวิชาการ จำกัด.

กาญจนา กาแก้ว. (2558). **พฤติกรรมกรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตรจังหวัดระยอง**. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2530). **เอกสารสรุปผลโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2530 ในรอบ 6 เดือนแรก**. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2530). **ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะ 5 ปี**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2560). **ข้อมูลการส่งเสริมการลงทุนจังหวัดบุรีรัมย์**. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.buriram.go.th/bru/mymap.php>

ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2560). **ข้อมูลการส่งเสริมการลงทุนจังหวัดบุรีรัมย์**. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.buriram.go.th/bru/mymap.php>

คณิต ดวงหัสดี (2537). **สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้น ประทวนในเขตเมืองและเขตชนบทของจังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

จริญญา เจริญสุกใส, และ สุวัฒน์ จุฑากรณ์. (2545). **แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว**. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมกรท่องเที่ยว สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี.

จุฑามาศ คงสวัสดิ์. (2550). **การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชวัลนุช อุทยาน. (2551). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2561, จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพชรส แอนด์ ดีไซน์.

พิชญา ดวงฟู. (2558). **การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดลำปาง**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมกรบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

งานประชุมวิชาการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal)

สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”



ภััสสร วรวงษ์วิวัฒน์. (2558). การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ท : แบบพื้นถิ่นและแบบพื้นไทยประยุกต์. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรม, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ธรรมสารจำกัด.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ : นานมีบุคส์พับลิเคชั่นส์.

Anita E. Woolfolk. (1995). *Motivation and Personnality*.

Abraham H. Maslow. (1954). *Motivation and Personality*. New York : Harper and Row.

Cronbach, L.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16 (3), 297-334

Domjan, M. (1996). *The Principles of Learning and Behavior Belmont*. California: Thomson Wadsworth.

Gee,Choy; & J.C. Maskens. (1984). *The Travel Industry*. Westport Connecticut : AVI Publishing.

Good, C. V. (1973). *Dictionary of education*. (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Holloway, J.C. (1983). *The Business of Tourism*. Plymouth : Macdonald and Evans Ltd.

Korman, A. K. (1977). *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.