

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา  
A Study of Thai Tourists' Behavior and Satisfaction for the Development  
of Phanom Wan Stone Castle Tourism Nakhon Ratchasima Province

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย<sup>1\*</sup> และจิรัฏฐ์ อภิวิษณุทิปกร<sup>2</sup>

Kittisak Klinmuenwai<sup>1\*</sup> and Jirat Apeevitteepakorn<sup>2</sup>

<sup>1</sup>หัวหน้าสาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

<sup>2</sup>อาจารย์ สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

<sup>1\*</sup>Head of Tourism Industry Department the Faculty of Business Administration Vongchavalitkul University

<sup>2</sup>Lecturer from Tourism Industry Department the Faculty of Business Administration Vongchavalitkul University

\*Corresponding Author Email: kittisak\_kli@vu.ac.th

Received: 28 October 2025 Revised: 12 November 2025 Accepted: 13 November 2025

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา และ 3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ มีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จำนวน 400 คน ที่มาจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้และเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากับครอบครัวและญาติพี่น้อง เดินทางมาครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 2,001- 4,000 บาท และรู้จักแหล่งท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวันจากอินเทอร์เน็ต 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.06$ ) และ 3) ลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน ขณะเดียวกัน ลักษณะส่วนบุคคลส่วนใหญ่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นเพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่พบว่ามีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, การพัฒนาการท่องเที่ยว



## Abstract

This research consists purposes were 1. to examine the behavior of Thai tourists visiting Phanom Wan Stone Castle in Nakhon Ratchasima Province 2. to investigate the satisfaction of Thai tourists toward the tourism components of Phanom Wan Stone Castle in Nakhon Ratchasima Province and 3. to compare the differences in behavior and satisfaction regarding tourism development at Phanom Wan Stone Castle among tourists with different personal characteristics. This study employs a quantitative research methodology. The research instrument is a questionnaire, administered to a sample group of 400 Thai tourists visiting Phanom Wan Stone Castle, determined by Cochran (1977), by using a convenience sampling method by using a convenience sampling. The collected data are analyzed using descriptive statistics and inferential statistics for data interpretation and hypothesis testing. The findings indicate that 1) the majority of tourists travel to this site for educational purposes and relaxation. They traveled by personal car with family or relatives, and for most, this was their first visit to the attraction. Travel expenditures were reported to range between 2,001 and 4,000 THB, and the findings revealed that tourists learned about the Phanom Wan Stone Castle tourist attraction from the internet 2) The overall tourist satisfaction with the components of tourism at Phanom Wan Stone Castle in Nakhon Ratchasima Province was at a high level ( $\bar{x} = 4.06$ ) and 3) Differences in personal characteristics influenced tourists' behavior in visiting Phanom Wan Stone Castle in Nakhon Ratchasima Province. Meanwhile, most personal characteristics did not significantly affect satisfaction with tourism development at the 0.05 statistical significance level, except for gender, age, and educational level, which were found to have an impact on satisfaction according to these personal characteristics.

**Keywords:** Tourist Behavior, Satisfaction, Tourism Development

## บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านการสร้างรายได้ การกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจ และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืน ภาครัฐและภาคเอกชนจึงมีบทบาทสำคัญในการร่วมกันพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ตลอดจนสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) ในบริบทของประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมและมีศักยภาพสูง นักท่องเที่ยวจำนวนมากสนใจเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี มรดกทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งล้วนสะท้อนอัตลักษณ์และภูมิปัญญาของคนไทยที่สืบทอดกันมาช้านาน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายใต้

การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เพราะช่วยให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรของตนเอง เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างรายได้และความเข้มแข็งทางสังคมภายในชุมชน

จังหวัดนครราชสีมา เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่อารยธรรมขอมโบราณยังคงปรากฏมีร่องรอยอยู่ในปัจจุบัน โดยถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบปราสาทหินและศาสนสถานต่าง ๆ ซึ่งสถานที่เหล่านั้นนอกจากจะเป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และสถาปัตยกรรมชั้นดีแล้ว ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่ยังมีกลิ่นอายแห่งศรัทธาอบอวลอยู่ จนก่อเกิดเป็นประเพณีและเทศกาลที่เกี่ยวข้อง (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2564) ปราสาทหินพนมวัน เป็นสถาปัตยกรรมศาสนสถานในคติความเชื่อของชาวเขมรโบราณ ถือเป็นปราสาทหินขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 5 ของประเทศไทย สร้างขึ้นราวพุทธศตวรรษที่ 15 ในสมัยศิลปะแกละ-บาแค็ง เดิมมีปราสาทจำนวน 5 หลัง และต่อมาได้มีการก่อสร้างเพิ่มเติมจนรวมเป็นอาคารอิฐทั้งหมด 10 หลัง ทางทิศตะวันออกมี “บาราย” หรือสระน้ำขนาดใหญ่ประจำชุมชนที่เรียกว่า “สระเพลง” ซึ่งยังคงใช้งานได้จนถึงปัจจุบัน จากการขุดค้นทางโบราณคดีเมื่อปี พ.ศ. 2533 พบโครงกระดูกมนุษย์ใต้ฐานปราสาทประธาน พร้อมภาชนะดินเผาและเครื่องประดับ เช่น กำไลทำจากเปลือกหอยทะเล ซึ่งสันนิษฐานว่ามีอายุราว 2,500–3,000 ปี แสดงให้เห็นว่าพื้นที่บริเวณนี้เป็นชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ นอกจากนี้คุณค่าทางสถาปัตยกรรมและโบราณคดีแล้ว ปราสาทหินพนมวันยังมีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับวิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรมของคนในชุมชนโดยรอบตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สะท้อนให้เห็นถึงการดำรงอยู่ของอารยธรรมขอมโบราณที่ผสมกลมกลืนกับเอกลักษณ์ท้องถิ่นอย่างงดงาม (สำนักศิลปากรที่ 10 นครราชสีมา, 2567) โดยที่ผ่านมาการจัดการท่องเที่ยวของปราสาทหินพนมวันดำเนินการโดยความร่วมมือระหว่างคนในชุมชน ผู้นำท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง มีการบริหารจัดการและวางแผนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาด สวยงาม และมีบรรยากาศร่มรื่น ด้วยการจัดสวนต้นไม้และสวนดอกไม้ให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อน ทั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นในการวางแผนและจัดการแหล่งท่องเที่ยว (เทศบาลตำบลบ้านโพธิ์, 2567)

ปัจจุบันปราสาทหินพนมวันยังไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากนัก และมีแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง อีกทั้งการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังขาดความต่อเนื่องและขาดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดความร่วมมือภายในชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ตลอดจน องค์ประกอบที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนา ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน รวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา จึงมีความสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อันจะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ช่วยกำหนดทิศทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของปราสาทหินพนมวันให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต อันนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น และส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา

### การบททวนวรรณกรรม

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจ ซึ่งมีประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยพิจารณาจากตัวแปรสำคัญ เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ และภูมิสำเนา (Kotler, 2015) ทั้งนี้ ลักษณะทางประชากรศาสตร์สะท้อนถึงปัจจัยภายในของแต่ละบุคคล เช่น โครงสร้างครอบครัว ประสบการณ์ และสถานภาพทางสังคม ซึ่งมีอิทธิพลต่อความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550) ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยภายในส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ และวางกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด (ปกัด อุดมธรรมกุล, ธีัญญา, สุพรประดิษฐ์ชัย และสิทธิธิรณ์ คำรอด, 2563)

#### 2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหมายถึง ความชอบ ความต้องการ และรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง เช่น การเลือกจุดหมายปลายทาง กิจกรรมที่สนใจ การวางแผนการเดินทาง การเลือกซื้อสินค้าและบริการ ตลอดจนความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนถึงความคิดและอารมณ์ภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมภายนอก (ศาสนีย์ ปัญญาญงค์ และวิลาสินี ยนต์วิทย์, 2567) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น งบประมาณ เวลา ความสะดวกสบาย และความสนใจส่วนบุคคล ซึ่งกำหนดลักษณะของการเดินทางและประสบการณ์ที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ ระยะเวลา ช่วงเวลา ความถี่ ค่าใช้จ่าย ประเภทแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และพาหนะที่ใช้ (Cohen et al., 2014; พิศมัย จัตุรัตน์ และชวลีย์ ณ ถลาง, 2565) โดยรวมแล้ว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงสะท้อนความต้องการและปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลา ความถี่ในการท่องเที่ยว พาหนะที่เดินทางรวมถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง

#### 3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกิดจากประสบการณ์ที่ตระหว่างการเดินทาง ซึ่งสร้างความทรงจำเชิงบวกและส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยว หากประสบการณ์ที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวัง ย่อมนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ (Anggraeni, 2019) โดยความพึงพอใจถือเป็นสภาวะทางจิตใจที่เกิดจากการประเมินผลระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริโภคบริการ (Diep et al., 2020) ทั้งนี้ ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ของประสบการณ์และภาพลักษณ์การท่องเที่ยว โดยทั่วไปความพึงพอใจสามารถกำหนดแนวคิดได้จากสองมุมมอง คือ ความรู้ ความเข้าใจ และอารมณ์ จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจนั้นประเมินได้จาก

ตอบสนองของปัจเจกบุคคลหลังจากได้รับประสบการณ์ โดยสามารถสังเกตได้จากมิติเดียวหรือหลายมิติ ซึ่งในการศึกษานี้เน้นสะท้อนในมิติทางอารมณ์เป็นหลัก (Monika et al., 2022)

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวหมายถึงกระบวนการเดินทางของบุคคลจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน หาประสบการณ์ใหม่ หรือสนองความต้องการส่วนบุคคล โดยไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานหรือแสวงหารายได้ การท่องเที่ยวเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และชุมชนที่มีทรัพยากรดึงดูดใจ เพื่อสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีในการเดินทาง ทั้งนี้การเดินทางเป็นไปโดยสมัครใจ ไม่ถูกบังคับ และมีลักษณะชั่วคราวไม่ถึงขั้นตั้งถิ่นฐานถาวร โดยมีการวางแผนเพื่อเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่อื่น โดยใช้ยานพาหนะและสามารถเดินทางทั้งในระยะทางใกล้หรือไกลก็ได้ จุดหมายปลายทางที่ไปจะเป็นการชั่วคราวและต้องกลับที่อยู่เดิม ซึ่งสถานที่นั้นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเพียงพอเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว และหลากหลายที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานหรือหารายได้ โดยเลือกสถานที่และกิจกรรมตามความชอบของแต่ละบุคคล (United Nations, Department of Economic and Social Affairs, 2008; UNWTO, 2015; จิตตภา สนิทจันทร์, 2564; สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552)

#### 5. แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยว

การพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยความสะดวกและเป็นสิ่งช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบท่องเที่ยวในแต่ละที่ย่อมมีศักยภาพที่แตกต่างกัน โดยการพัฒนาองค์ประกอบท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความน่าสนใจและเอื้ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทาง โดยแนวคิดของ Western (2008) ได้เสนอองค์ประกอบท่องเที่ยว 5A's ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมการท่องเที่ยว การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ขณะที่อิสรพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2561) ได้ขยายแนวคิดนี้ให้สอดคล้องกับบริบทของอุทยานแห่งชาติ โดยมุ่งเน้น 5 ด้าน คือ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว และการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่วน Heritage Council of Western Australia (2022) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติม ได้แก่ การเข้าถึง การจัดการพื้นที่ การสื่อความหมาย ความแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนถึงการบูรณาการทั้งด้านกายภาพและการบริหารจัดการเพื่อยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม (Western, 2008; อิสรพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว, 2561; Heritage Council of Western Australia, 2022)

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

##### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ประกอบด้วย

1.1 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ได้รับการคำนวณขนาดโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเพิ่มอีก 4% เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 7 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบเลือกตอบข้อเดียว ส่วนที่ 2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ส่วนที่ 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน ครอบคลุม 7 ด้าน โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert 5 ระดับ จำนวน 35 ข้อ (Likert, 1967; Buhalis, 2000; Pelasol, 2000; พล เหลืองรังสี, 2561) และส่วนที่ 4) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบปลายเปิด โดยแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มนักท่องเที่ยว 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย พบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.862 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูง (Cronbach, 1990)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บข้อมูลโดยขอความร่วมมือจากแหล่งท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวันและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชนปราสาทหินพนมวัน เทศบาลตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามด้วยตนเองในช่วงเวลาวันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ในช่วงระหว่างเดือน มีนาคม 2567 ถึง มกราคม 2568 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Random Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency), ค่าเฉลี่ย (Mean), ร้อยละ (Percentage), และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และ 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยจะใช้การทดสอบค่า (t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างสองกลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสามกลุ่มหรือมากกว่า หากพบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญจะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มแต่ละคู่โดยใช้วิธีแอลเอสดี (LSD)

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ประกอบด้วย 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency), ค่าเฉลี่ย (Mean), ร้อยละ (Percentage), และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยจะใช้การทดสอบค่า (t-test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

### ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

#### 1. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน (ร้อยละ 50.2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 21- 30 จำนวน 215 คน (ร้อยละ 51.3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 172 คน (ร้อยละ 43.00) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 220 คน (ร้อยละ 55.0) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 216 คน (ร้อยละ 54.0) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 152 คน (ร้อยละ 38.0) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 136 คน (ร้อยละ 34.0) สำหรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เท่ากัน จำนวน 130 คน (ร้อยละ 33.00) เดินทางมากับครอบครัวและญาติพี่น้อง จำนวน 167 คน (ร้อยละ 41.8) พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 305 คน (ร้อยละ 76.00) ส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก จำนวน 285 คน (ร้อยละ 71.00) มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 2,001-4,000 บาท จำนวน 202 คน (ร้อยละ 50.50) นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวันจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 241 คน (ร้อยละ 60.7) และมีการวางแผนการท่องเที่ยวน้อยกว่า 3 วัน จำนวน 182 คน (ร้อยละ 45.50)

#### 2. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกเป็นรายด้าน (n=400)

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล	ลำดับ
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	4.51	0.47	มากที่สุด	1
2. ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.21	0.53	มาก	2
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.11	0.61	มาก	4
4. ด้านสถานที่พักผ่อน	3.69	0.79	มาก	7
5. ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	4.15	0.57	มาก	3
6. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน	4.07	0.67	มาก	5
7. ด้านบริการเสริมทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.73	0.69	มาก	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.06</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 4.06) และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว เป็นรายด้านพบว่าด้านที่

มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.51$ ) รองลงมาคือความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ( $\bar{x} = 4.21$ ) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.15$ ) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{x} = 4.11$ ) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ( $\bar{x} = 4.07$ ) ด้านบริการเสริมทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.73$ ) และด้านสถานที่พักผ่อน ( $\bar{x} = 3.69$ ) ตามลำดับ

### 3. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน ต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมในการมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า ยอมรับข้อสมมติฐานดังกล่าว เนื่องจากลักษณะส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) จะมีผลต่อพฤติกรรมในการมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน ตามสมมติฐานที่ 1 และในสมมติฐานที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน เพราะลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันนั้นไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นปัจจัยเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างตามลักษณะส่วนบุคคล

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา พบว่าลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน (คิดเป็นร้อยละ 50.2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 จำนวน 215 คน (คิดเป็นร้อยละ 51.3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 172 คน (คิดเป็นร้อยละ 43.00) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 220 คน (คิดเป็นร้อยละ 55.0) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 216 คน (คิดเป็นร้อยละ 54.0) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 152 คน (คิดเป็นร้อยละ 38.0) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 136 คน (คิดเป็นร้อยละ 34.0) สำหรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เท่ากัน จำนวน 130 คน (คิดเป็นร้อยละ 33.00) เดินทางมากับครอบครัวและญาติพี่น้อง จำนวน 167 คน (คิดเป็น ร้อยละ 41.8) พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 305 คน (คิดเป็นร้อยละ 76.00) ส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก จำนวน 285 คน (คิดเป็นร้อยละ 71.00) มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 2,001-4,000 บาท จำนวน 202 คน (คิดเป็นร้อยละ 50.50) นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวันจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 241 คน (คิดเป็นร้อยละ 60.7) และมีการวางแผนการท่องเที่ยวน้อยกว่า 3 วัน จำนวน 182 คน (คิดเป็นร้อยละ 45.50)



2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.06$ ) และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว เป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.51$ ) รองลงมาคือความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ( $\bar{x} = 4.21$ ) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.15$ ) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{x} = 4.11$ ) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ( $\bar{x} = 4.07$ ) ด้านบริการเสริมทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.73$ ) และด้านสถานที่พักผ่อน ( $\bar{x} = 3.69$ ) ตามลำดับ

3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน โดยลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ขณะที่ความแตกต่างด้านลักษณะส่วนบุคคลโดยรวมไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นเพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน

#### การอภิปรายผล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้และเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมากับครอบครัวและญาติพี่น้อง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 2,001-4,000 บาท และรู้จักแหล่งท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวันจากอินเทอร์เน็ต โดยสอดคล้องกับพิศมัย จตุรัตน์ และชวลี วัฒนกลาง (2565) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวและญาติ เดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่า 3 เดือน/1 ครั้ง ใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่ำกว่า 2,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาเพื่อชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ และเพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลในครอบครัวเท่ากับเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน และสอดคล้องกับนุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย, ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ และภูริวัจน์ เดชอุ่ม (2566) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวหรือคนที่คุ้นเคย และนิยมสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์บล็อกและสนใจกิจกรรมที่มีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนท้องถิ่น

2. การวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว เป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีความพึง

พอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านบริการเสริมทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และด้านสถานที่พักผ่อน ตามลำดับ สอดคล้องกับพิมพ์วิภา ตราชูวนิช และณัฐพงศ์ พันธุ์น้อย (2565) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพในประเทศไทยเน้นการวิเคราะห์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวและการเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีการประเมินศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ, สิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง เพื่อให้สามารถวางแผนนโยบายการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพได้อย่างสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวและความสามารถของพื้นที่ในการรองรับ และสอดคล้องกับจรรุวรรณ กมลสินธุ์ และอรุวรรณ เกิดจันทร์ (2564) การศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดศรีอุทุมพร ตำบลหนองกรด อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมมีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และทรงคุณค่า ความพึงพอใจมากต่อบริเวณวัดสะอาด เป็นระเบียบ และเงียบสงบ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

3. การวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวทุกด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านบริการเสริมทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และด้านสถานที่พักผ่อน โดยเฉพาะด้านแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์สูงสุดกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับพูนทรัพย์ เศษศรี และคณะ (2566) ที่ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดยโสธร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ และภูมิฐานะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับณัฐวิภา พิมพ์เมืองเก่า และโอชญญา บัวธรรม (2567) ศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่ดีต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่นี้ ควรเน้นพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ด้านหลัก ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก แหล่งอำนวยความสะดวก การจัดการและการบริการ รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว

สำหรับผลเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านบริการเสริมทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และด้านสถานที่พักผ่อน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05 และระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านบริการเสริมทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และด้านสถานที่พักผ่อน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05 จากการศึกษา

อภิปรายทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุและระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของปราสาทหินพนมวันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยได้จากอิทธิพลของปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่หล่อหลอมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของบุคคล ในด้านวิถีชีวิตทางสังคม นักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่างกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานนิยมกิจกรรมที่แปลกใหม่และสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ สะท้อนวัฒนธรรมการบริโภคประสบการณ์ ขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับความสะดวก ความปลอดภัย และคุณค่าทางวัฒนธรรมด้านระดับการศึกษาและทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักให้ความสนใจในมิติทางประวัติศาสตร์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า เนื่องจากมีทุนทางวัฒนธรรมสูงกว่า ส่วนผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่ามักมุ่งเน้นความสะดวกและบรรยากาศโดยรวม นอกจากนี้ บริบทของสังคมท้องถิ่นและอัตลักษณ์วัฒนธรรม มีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และบริการท่องเที่ยวสะท้อน “ทุนทางสังคม” ที่ช่วยสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับพื้นที่ ขณะเดียวกัน อิทธิพลของสื่อและวัฒนธรรมร่วมสมัย ก็มีผลต่อรูปแบบการเลือกและการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลเท่านั้น หากแต่ได้รับอิทธิพลจากบริบททางสังคม วัฒนธรรม และทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่ม ซึ่งเป็นปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อสร้างอัตลักษณ์และความยั่งยืนในระยะยาว

### ข้อค้นพบ หรือองค์ความรู้ใหม่

ผลจากการศึกษาทำให้ทราบถึงองค์ความรู้ใหม่โดยเฉพาะในด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาทำให้เข้าใจลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างลึกซึ้งมากขึ้น ทั้งในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทาง รูปแบบการใช้เวลา การรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง ซึ่งสะท้อนให้เห็นแนวโน้มของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ การเรียนรู้ และความประทับใจที่เกิดจากความงามทางสถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และยังพบว่าองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด ความปลอดภัย การให้บริการของเจ้าหน้าที่ และการจัดการพื้นที่ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและความผูกพันทางสังคม นำไปสู่แนวความคิดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว โดยปัจจัยเหล่านี้ช่วยให้สามารถออกแบบแนวทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงจุดมากขึ้น โดยที่องค์ความรู้ใหม่ทั้งในเชิงข้อมูลเชิงประจักษ์และเชิงทฤษฎี ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงการยกระดับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทยโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา ควรมีการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นทางแหล่งท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาการให้บริการด้านต่าง ๆ ให้มีมาตรฐานสูงขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

1.2 หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวปราสาทหินพนมวันอย่างต่อเนื่องผ่านหลายช่องทาง รวมถึงการส่งเสริมให้ชุมชนมีบทบาทในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อดิจิทัล เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวจากมุมมองของคนในพื้นที่ ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่จริงแท้และยั่งยืนมากขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องและทั่วถึง

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการพัฒนารูปแบบและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมุ่งเน้นรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การรับรู้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงปัจจัยที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วม เพื่อใช้เป็นแนวทางกำหนดนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืนในพื้นที่ปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา

2.2 ควรศึกษาการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของปราสาทหินพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการท่องเที่ยว ประจำปี 2567. แผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. 2567)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2567, จาก [https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article\\_20231116084514.pdf](https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article_20231116084514.pdf)
- จารุวรรณ กมลสินธุ์ และอรวรรณ เกิดจันทร์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, กรณีศึกษาวัดศรีอุทุมพร ตำบลหนองกรด อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(3), 492-503.
- จิรดาภา สนิทจันทร์. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตร์). กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐฎีกา พิมพ์เมืองเก่า และโอชญญา บัวธรรม. (2567). การพัฒนาการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 14(1), 148-162.
- เทศบาลตำบลบ้านโพธิ์. (2567). *สภาพและข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทศบาลตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2567, จาก <https://www.Banphokorat.go.th/index.php>

- นุชนารถ รัตน์สูงศ์ชัย, ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ และภูริวัจน์ เดชอ้อม. (2566). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี และลพบุรี. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 19(1), 37-72.
- ปภัค อุดมธรรมกุล, ธัญญา สุพรประดิษฐ์ชัย และสิทธิกรณ ค้ารอด. (2563). ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมและส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(3), 25-38.
- พล เหลืองรังษี. (2561). *การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้อัจฉริยะครั้งที่ 2*. กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992).
- พิมพ์วิภา ตราชวณิก และณัฐพงศ์ พันธุ์น้อย. (2565). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทประเทศไทย. *สารศาสตร์*, 3(2565), 497-508.
- พิศมัย จตุรัตน์ และชาลิย์ ณ ถลาง. (2565). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 16(2), 50-64.
- พูนทรัพย์ เศษศรี, ชาลิย์ ณ ถลาง, เสรี วงษ์มณฑา และสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ. (2566). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร. *วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 4(1), 56-73.
- ศาสนีย์ ปัญญาสงค์ และวิลาสินี ยนต์วิทย์. (2567). แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 18(1), 154-166.
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). *คำนิยามของการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2567, จาก <http://www.tourism.go.th/>.
- สำนักศิลปากรที่ 10 นครราชสีมา. (2567). *ปราสาทพนมวัน ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*. สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2567, จาก <https://www.finearts.go.th/fad10/view/32579>.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2564). *พาลัดเลาะปราสาทหินถิ่นอีสานใต้ ร่องรอยแหล่งอารยธรรมขอมโบราณ.(บพท.)*. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2567, จาก <https://www.dasta.or.th/th/article/296>
- อิสระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว. (2561). การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 38(5), 18-39.
- Anggraeni, R. (2019). Enhancing the revisit intention of nature-based tourism in Indonesia: The role of Memorable tourism experience and satisfaction. *Management and Business Research Quarterly*, 11, 9-19.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Cochran, W.G. (1977). *Wiley: Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Cohen, S. A., Prayag, G., and Moital, M. (2014). Consumer behavior in Tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.



- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed). New York: Harper Collins Publishers.
- Diep, N. S., Nguyen, A. N. N., Quynh, N. T. N., and Thao, P. T. (2020). *The link between travel motivation and satisfaction towards a heritage destination: The role of visitor engagement, visitor experience and heritage destination image*. *Tourism Management Perspectives*. Retrieved 8 August 2024, from <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100634>
- Heritage Council of Western Australia. (2022). *Strategic and policy documents for the Heritage Council of Western Australia. Annual Report 2022-2023*. Retrieved 1 May 2024, from <https://www.wa.gov.au/government/documentcollections/heritage-council-of-western-australia-publications>
- Kotler, P. (2015). *Marketing Management* (Pearson Education). New Jersey: Prentice Hall.
- Likert, R. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale*. In *Reading in Fishbein, M (Ed.), Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley and Son.
- Monika, B., Thamaraiselvan, N., and Sivanesan, G. (2022). Memorable Tourism Experience, Destination Image, Satisfaction and Behavioral Intention: A Study of Tourist in Pondicherry, India. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 5(2). 26-36.
- Pelasol, J. (2012). Igcabugao: A potential tourist destination in the southern part of Iloilo, Philippines. *JPAIR Multidisciplinry Research is being certified for QMS ISO 9001:2008 by the Anglo Japanese American Registrars of the United Kingdom*, 8, 90-97.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. New York: United Nations Publication. Retrieved 8 August 2024, from [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf).
- UNWTO. (2015). *Tourism Towards 2030: Global Overview*. Spain: World Tourism Organization.
- Western, T. (2008). *Five A's of Toursim*. Australia: Tourism Western Australia.