

ปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
Communication factors influencing thai tourists' decision  
On sightseeing tour of ancient places in sisaket province

อติเมศร์ ดวงเงิน<sup>1</sup> พิษณุญา นาสองสี<sup>2</sup> เปรมฤทัย สกกุลนิษฐ์อุดม<sup>3</sup> และพรพนา สรรหารดิษ<sup>4</sup>

<sup>1</sup>สาขาการจัดการ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา  
99 หมู่ที่ 6 ตำบลโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ 33000

<sup>2</sup>คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา  
333 หมู่ 8 ตำบลชุมเห็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000

<sup>3</sup>คณะรัฐศาสตร์ วิทยาลัยเฉลิมกาญจนาระยอง  
333/3 หมู่ 3 ตำบลวังห้ว อำเภอแกลง จังหวัดระยอง 22110

<sup>4</sup>สาขาการจัดการ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา  
333 หมู่ 13 ตำบลช้างซ้าย อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

\*E-mail: wasinee\_koy@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษจำนวนตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเดินทางมาเที่ยวโบราณสถานของนักท่องเที่ยวชาวไทย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนทั้งสิ้น 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW โดยใช้ค่าสถิติอันได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test (Independent Sample t-test) และ F-test (One way ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี จำนวนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ ตั้งแต่ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร จนถึงผู้รับสาร โดยภาพรวมในระดับมาก ( $=3.55$ ) ลักษณะของผู้มาเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะเป็นคนกรุงเทพฯ ที่เดินทางมาเที่ยวโดยตรงหรือแวะผ่านมาวัตถุประสงค์สำคัญที่มาเที่ยวคือ เสริมสร้างความเป็นสิริมงคลให้แก่ตนเองและครอบครัว โดยส่วนใหญ่ตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจมาเที่ยว และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโบราณสถานในจังหวัด ศรีสะเกษ จากคำบอกกล่าวแนะนำของผู้อื่น นิยมมาเที่ยวในช่วงวันหยุดประจำสัปดาห์ อีกทั้งมีการคิดและวางแผนไว้ก่อนการตัดสินใจมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันในเรื่อง อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการเดินทางมาเที่ยว โบราณสถานที่แตกต่างกันในเรื่อง โอกาสที่มาเที่ยว จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในด้านผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสารแตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวโบราณสถาน, ปัจจัยสื่อสาร

#### ABSTRACT

The study of communication factors influencing Thai tourists' decision on sightseeing tour of ancient places in Sisaket province was aimed at studying : 1) communication factors influencing Thai tourists' decision on sightseeing tour of ancient places in Sisaket province 2) Thai tourists' behavior towards sightseeing tour of ancient places in Sisaket province and 3) a comparison of communication

factors influencing Thai tourists' decision on sightseeing tour of ancient places in Sisaket province categorized by personal factors and Thai tourists' behavior towards sightseeing tour of ancient places.

The questionnaires were constructed as a tool for collecting information from 400 Thai tourists. The statistics used for analysis were SPSS/FW (Statistic Package for Social Sciences for Windows) with frequencies distribution, percentage, arithmetic mean, standard deviation, T-test (Independent Sample t-test) and F-test (one way ANOVA). The research finding indicated that most of the Thai tourists in the sample group were female, aged between 21-30 years old, and graduated Bachelor's degree. They also worked for a private company and earned Baht 10,001-20,000 per month. This sample group considered source, message, channel and receiver in communication factors influencing Thai tourists' decision on sightseeing tour of ancient places in Sisaket province important at high level ( $\alpha = 3.55$ ). Most of Thai tourists in this sample group lived in Bangkok and traveled direct or dropped by for sightseeing tour. The main reason of traveling was their own luck of themselves and their families. Most of the subjects in this sample group were the ones who decided sightseeing tour of ancient places and they received information about ancient places in sisaket province from people's talks and suggestions. They mostly do sightseeing tour of ancient places on weekends..Most of them thought and planned before making decision on sightseeing tour of ancient places in Sisaket province. The result of hypotheses tests at the statistical significance of 0.05 showed that different ages, jobs, monthly income in personal factors and different Thai tourists' behavior towards sightseeing tour of ancient places caused different consideration source, message, channel and receiver in communication factors influencing Thai tourists' decision on sightseeing tour of ancient places in Sisaket province Do you mean that different age, jobs ,monthly income other personal factors played a big influent an the communication factors that influenced thai tourist.

**Key word:** Tour of ancient places, Communication factors

## 1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานะเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น เพื่อสร้างรายได้ให้มีการหมุนเวียนเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม เพราะถ้าหากมีการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้น ย่อมจะต้องมีการใช้จ่ายตั้งแต่การเดินทางหรือการขนส่ง การพักรแรม การรับประทานอาหาร การใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และการซื้อของที่ระลึก สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดการขยายตัวทางด้านบริการสาขาต่างๆ และส่งผลกระทบต่อกระแสการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนการสร้างงานในท้องถิ่นก็จะมีเพิ่มขึ้นอีกด้วย (สุจิต บุตรประเสริฐ, 2533 :1) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นกิจกรรมสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาประเทศ และเป็นผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม

วัฒนธรรม การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และเกิดการกระจายรายได้ อย่างมาก สามารถนำเงินตราเข้าประเทศเป็นรายได้ อันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าส่งออกสำคัญที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศนอกจากนี้การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ออกสู่ท้องถิ่นต่างๆ อย่างแท้จริงก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เพื่อรองรับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกและอื่นๆ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างอาชีพอย่างกว้างขวางและแก้ปัญหาการว่างงานได้ การท่องเที่ยวนอกจากจะมี บทบาททางเศรษฐกิจแล้วยังเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างมนุษยชาติ ทำให้เกิดความไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือนก่อให้เกิดการอนุรักษ์ และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการสร้างความเจริญให้แก่สังคมประเทศชาติได้อีกทางหนึ่ง (ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ, 2529 :3)



จังหวัดศรีสะเกษ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคอีสานตอนล่างซึ่งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีประวัติความเป็นมายาวนาน เคยเป็นชุมชนที่มีอารยธรรมรุ่งเรืองมานับพันปีนับตั้งแต่สมัยขอมเรืองอำนาจ และมีชนเผ่าต่างๆอพยพมาตั้งรกรากในบริเวณนี้ได้แก่ พวกส่วย ลาว เขมร และเยอศรีสะเกษเดิมเรียกกันว่า เมืองขุขันธ์ เมืองเก่าตั้งอยู่ที่บริเวณบ้านปราสาทสี่เหลี่ยมดงลำดวน ตำบลดงใหญ่ อำเภอวังหินในปัจจุบันได้รับการยกฐานะ ขึ้นเป็นเมืองเมื่อ พ.ศ. 2302 สมัยกรุงศรีอยุธยาโดยมีหลวงแก้วสุวรรณซึ่งได้รับบรรดาศักดิ์เป็นพระยาไกรภักดีเป็นเจ้าเมืองคนแรก ล่วงถึงรัชสมัยรัชกาลที่ 5 ได้ย้ายเมืองขุขันธ์มาอยู่ที่บ้านเมืองเก่า ตำบลเมืองเหนือ อำเภอเมือง ศรีสะเกษในปัจจุบันแต่ยังคงใช้ชื่อ ว่าเมืองขุขันธ์จนถึง พ.ศ. 2481 จึงเปลี่ยนเป็นจังหวัดศรีสะเกษตั้งแต่นั้นมา เป็นแดนแห่งประสาทขอมและวัฒนธรรมที่หลากหลาย (แคมป์ทัวร์ ดอทเน็ต แอนด์ เซอร์วิสดีไนน์, 2551) มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่สร้างชื่อเสียงให้แก่ชาวศรีสะเกษ และเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวจำนวนมาก เนื่องจากมีโบราณสถานที่สำคัญอันได้แก่ ปราสาทสระกำแพงใหญ่ ปราสาทหินวัดสระกำแพงน้อย ธาตุบ้านปราสาท ธาตุบ้านเมืองจันทร์ ปราสาทหินบ้านสมอ ปราสาทเยอ ปราสาทปรางค์กู๋ ปราสาทตาหนักไทร ปรางค์ศิลา ช่องเขาโดน ปราสาทตาเล็ง และปราสาทเขาพระวิหาร (จังหวัดศรีสะเกษ, 2551) จึงกล่าวได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประชาชนที่สัญจรไปมาหรือตั้งใจมาท่องเที่ยว

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และประวัติศาสตร์ของไทย และปลูกฝังศิลปวัฒนธรรมประเพณีไทย การเคารพบูชาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ และประพฤติปฏิบัติให้เป็นคนดีในสังคม อยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ
- 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเดินทางมาชมสักการะของนักท่องเที่ยวชาวไทย

## 3. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของกลุ่มที่ศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่ ไม่มีตัวเลขเก็บในรูปสถิติ จึงได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยใช้สูตรของ สุปรณนรี มังคะลี และธีรเดช รุ่งมงคล.(2544 : 213) และใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ขอบเขตของเนื้อหาที่ศึกษา จะศึกษาในส่วนของปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ ตามทฤษฎีแบบจำลองการสื่อสาร (SMCR) ของ Berlo ในเรื่องผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร และพฤติกรรมการเดินทางเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ ตามทฤษฎีการค้นหาลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค (70s) ของ Kotler ซึ่งจะศึกษาในเรื่อง ลักษณะของผู้มาเที่ยว สิ่งที่ต้องการ วัตถุประสงค์ที่มาเที่ยว บทบาทของกลุ่มที่มีผลต่อการตัดสินใจ โอกาสที่มาเที่ยว กิจกรรมที่มาเที่ยว จนถึงลักษณะการตัดสินใจมาเที่ยว ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา ระยะเวลาในการศึกษาตลอดโครงการจำนวนทั้งสิ้น 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2551 จนถึง 30 มิถุนายน พ.ศ. 2551 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปหรือบรรยาย คุณลักษณะของสิ่งที่เราสนใจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 จึงใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544 : 35-60)

#### 4. ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าเพศกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 59.8 เป็นเพศหญิง ส่วนที่เหลือร้อยละ 40.3 เป็นเพศชายอายุ กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 31-40 ปี จำนวนมากที่สุดร้อยละ 49.0 รองลงมา อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 27.5 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 14.5 และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 9.0 ตามลำดับวุฒิการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 74.0 จบ

การศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาได้แก่ ปวช./ปวส./ปวท./อนุปริญญา ร้อยละ 11.3 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 9.3 มัธยมศึกษา ร้อยละ 4.0 และประถมศึกษา จำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 1.5 ตามลำดับอาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 62.0 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาได้แก่ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 12.5 อาชีพอิสระ/รับจ้าง ร้อยละ 9.0 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 8.5 และนักเรียน/นักศึกษา/นักศึกษา จำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 8.0 ตามลำดับรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 43.5 รองลงมาได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ร้อยละ 25.5 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 11.5 รายได้ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 9.3 รายได้ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 7.3 และรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวนน้อยที่สุดมีเพียงร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ ตั้งแต่ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร จนถึงผู้รับสาร โดยภาพรวมในระดับมาก (=3.55) โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผู้รับสาร (=3.85) รองลงมา ช่องทางการสื่อสาร (=3.47) ข่าวสาร (=3.45) และผู้ส่งสาร (=3.44) ตามลำดับเมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านผู้ส่งสาร กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านผู้ส่งสารมากที่สุด ในเรื่อง คำบอกกล่าวและแนะนำจากผู้เคยมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ (=3.85) รองลงมาการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (=3.35) การสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ต่อเนื่องของจังหวัด ศรีสะเกษ (=3.29) และการให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ขององค์กรเอกชนผ่านสื่อต่างๆ (=3.28)

ด้านข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านข่าวสารมากที่สุด ในเรื่องภาพโบราณสถานที่พบเห็นในจังหวัด ศรีสะเกษ (=3.66) รองลงมา กิจกรรมที่จัดขึ้นตามโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ (=3.62) ข้อความประชาสัมพันธ์เชิญชวนที่ปรากฏ ในบริเวณจังหวัดศรีสะเกษและตามสื่อต่างๆ(=3.32) และถ้อยคำแนะนำเชิญชวนที่ได้ยินจากสื่อต่างๆ (=3.20)

ด้านช่องทางการสื่อสาร กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านช่องทางการสื่อสารมากที่สุด ในเรื่องถ้อยคำพูดที่แสดงถึงความประทับใจหรือความอยากไปชมและเคารพสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามโบราณสถานในลักษณะปากต่อปาก (=3.97) รองลงมา การจัดงานเทศกาลประจำปี ในบริเวณโบราณสถานของจังหวัดศรีสะเกษ (=3.57) มนัสการองค์หลวงพ่อโสธรอย่างสม่ำเสมอการพบเห็นป้ายโฆษณา และข้อความประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน (=3.22) และการเผยแพร่ออกอากาศสถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถานผ่านสถานีโทรทัศน์ คลื่นความถี่วิทยุ (=3.14)

ด้านผู้รับสาร กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านผู้รับสารมากที่สุดในเรื่อง ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพสักการะและบูชาเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ (=4.31) รองลงมาความรู้สึกได้ที่รับความสุขทางกายและทางจิตใจจากการมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ (=4.18) การได้รับอิทธิพลเชิญชวนจากบุคคลใกล้ชิดบิดา/มารดา ญาติพี่น้อง เพื่อน/ครู/เพื่อนบ้านให้มาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ (=3.66) และการค้นคว้าหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ก่อนตัดสินใจมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ (=3.23)

จากการศึกษา พฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ ตั้งแต่ลักษณะของผู้มาเที่ยว สิ่งที่ต้องการ วัตถุประสงค์ที่มาเที่ยว บทบาทของกลุ่มที่มีผลต่อการตัดสินใจ โอกาสที่มาเที่ยว กิจกรรมที่มาเที่ยว จนถึงลักษณะการตัดสินใจมาเที่ยวพบว่า ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างผู้มาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษส่วนใหญ่ร้อยละ 61.3 เป็นคนกรุงเทพฯ ที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ โดยตรงหรือแวะผ่านมา รองลงมา เป็นคนต่างจังหวัดที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานใน จังหวัดศรีสะเกษโดยตรง



หรือแวะผ่านมา ร้อยละ 35.5 และเป็นคนศรีสะเกษที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในพื้นที่ มีเพียงร้อยละ 3.3 สิ่งในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการจากการมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษคือ เพื่อเสริมสร้างความเป็นสิริมงคล สุขกายสบายใจให้แก่ตนและครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 57.5 ส่วนที่เหลือร้อยละ 42.5 ต้องการรำลึกถึงประวัติศาสตร์ของโบราณสถาน ต่างๆ

วัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษคือ เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย ร้อยละ 52.3 รองลงมา เคารพสักการะและบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ร้อยละ 28.5 เพื่อแสดงถึงความรัก ห่วงแทนและอนุรักษ์โบราณสถานให้มียาวนานสืบไป ร้อยละ 11.5 และเพื่อเสริมสร้างความรู้ทางประวัติศาสตร์ มีจำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 7.2 พบว่าในการตัดสินใจมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษนั้นส่วนใหญ่ตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจคิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาได้แก่ บิดา/มารดา ร้อยละ 34.3 เพื่อน/คู่รัก/เพื่อนบ้าน ร้อยละ 9.3 และญาติพี่น้อง ร้อยละ 3.8 ตามลำดับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 97.0 ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษจากคำบอกกล่าวแนะนำของผู้อื่น รองลงมาได้แก่ ข้อความบนโปสเตอร์/ป้ายผ้า/แผ่นพับ/ใบปลิว ร้อยละ 21.8 รายการทางโทรทัศน์ ร้อยละ 18.8 ข้อความในหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารและเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต จำนวนเท่ากันร้อยละ 18.3 และรายการทางวิทยุ ร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 68.0 มาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในช่วงวันหยุดประจำสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) รองลงมาได้แก่ ช่วงวันหยุดนักชดถุช ร้อยละ 22.5 และช่วงวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างนิยมมาเที่ยวโบราณสถานปราสาทปรากฏอยู่ในจังหวัดศรีสะเกษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาได้แก่ ปราสาทตาเล็ง ร้อยละ 22.5 ปราสาทเขาพระวิหาร ร้อยละ 22.3 ปราสาทตำหนักไทร ร้อยละ 21.5 ปราสาทหินบ้านสมอและปราสาทเยอ จำนวนร้อยละ 20.3 และ 19.3 ตามลำดับ

ลักษณะของผู้มาเที่ยว ถูกจัดกลุ่มใหม่ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) เป็นคนศรีสะเกษที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในพื้นที่/เป็นคนต่างจังหวัดที่เดินทาง

มาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษโดยตรงหรือแวะผ่านมา และ 2) เป็นคนกรุงเทพฯ ที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษโดยตรงหรือแวะผ่านมา สิ่งที่ต้องการ ไม่ถูกจัดกลุ่มใหม่ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) เพื่อรำลึกถึงประวัติศาสตร์ของโบราณสถานต่างๆ และ 2) เพื่อเสริมสร้างความเป็นสิริมงคล สุขกายสบายใจให้แก่ตนและครอบครัว

วัตถุประสงค์ที่มาเที่ยว ไม่ถูกจัดกลุ่มใหม่ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เพื่อเสริมสร้างความรู้ทางประวัติศาสตร์และความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย 2) เพื่อแสดงถึงความรัก ห่วงแทนและอนุรักษ์โบราณสถานให้มียาวนานสืบไป และ 3) เคารพสักการะและบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ

บทบาทของกลุ่มที่มีผลต่อการตัดสินใจ ถูกจัดกลุ่มใหม่ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ตนเอง 2) บิดา/มารดา และ 3) ญาติพี่น้อง/เพื่อน/คู่รัก/เพื่อนบ้าน โอกาสที่มาเที่ยว ไม่ถูกจัดกลุ่มใหม่ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ช่วงวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) 2) ช่วงวันหยุดประจำสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) และ 3) ช่วงวันหยุดนักชดถุช กิจกรรมที่มาเที่ยว ไม่ถูกจัดกลุ่มใหม่ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ชมโบราณสถานที่สำคัญในจังหวัดศรีสะเกษพร้อมถ่ายภาพ และ 2) ชมโบราณสถานที่สำคัญในจังหวัดศรีสะเกษพร้อมถ่ายภาพและเคารพสักการะและบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ลักษณะการตัดสินใจมาเที่ยว ไม่ถูกจัดกลุ่มใหม่ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1) มีการคิดและวางแผนไว้ก่อนการตัดสินใจมา และ

2) ตัดสินใจมาทันทีเมื่อพบเห็นหรือได้ยิน

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test (Independent Sample t-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เพศแตกต่างกัน มีความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในด้านผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสารไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านข่าวสาร และผู้รับสารที่พบว่าแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายให้ความสำคัญในด้านข่าวสารและผู้รับสารมากกว่าเพศหญิง โดยภาพรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน ในกรณีเพศต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิง

สรุปได้ว่า เพศแตกต่างกัน มีความสำคัญต่อ ปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในด้านผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสารไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านข่าวสาร และผู้รับสารที่พบว่าแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อายุแตกต่างกัน มีความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย F-test (One way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า อายุแตกต่างกัน มีความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในด้านผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสารแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อายุมากกว่า 50 ปี มีความสำคัญในด้านผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสารมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่อายุ 21-40 ปี และมีความสำคัญในด้านข่าวสาร และผู้รับสารมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่อายุ 21-50 ปี

โดยภาพรวม มีความสำคัญต่อให้ความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน ในกรณีอายุแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อายุมากกว่า 50 ปี มีความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่อายุ 21- 50 ปี

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย F-test (One way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า อาชีพแตกต่างกัน มีความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในด้านผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสารที่พบว่าแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความสำคัญในด้านผู้ส่งสาร และผู้รับสารมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ/รับจ้าง และให้ความสำคัญในด้านข่าวสาร ช่องทางการสื่อสารมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ/รับจ้าง

โดยภาพรวม มีความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน ในกรณีอาชีพแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ/รับจ้าง

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test (Independent Sample t-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ลักษณะการตัดสินใจมาเที่ยวแตกต่างกัน มีความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกันในด้านผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสารไม่แตกต่างกัน

โดยภาพรวม มีความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษไม่แตกต่างกัน ในกรณีการตัดสินใจมาเที่ยวต่างกัน

สรุปได้ว่า ลักษณะการตัดสินใจมาเที่ยวแตกต่างกัน มีความสำคัญต่อปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในด้านผู้ส่งสาร ข่าวสารช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสารไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้และวางแผนไว้ก่อนการตัดสินใจมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ

## 5. สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษเดินทางมาท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษตั้งแต่ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร จนถึงผู้รับสาร โดยภาพรวมในระดับมาก ( $=3.55$ ) โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผู้รับสาร ( $=3.85$ ) รองลงมา ช่องทางการสื่อสาร ( $=3.47$ ) ข่าวสาร ( $=3.45$ ) และผู้ส่งสาร ( $=3.44$ ) ตามลำดับ

พฤติกรรมการเดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างผู้มา



เที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 61.3 เป็นคนกรุงเทพฯที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษโดยตรงหรือแวะผ่านมา สิ่งที่ต้องการส่วนใหญ่จากการมาเที่ยวคือ เพื่อเสริมสร้างความเป็นสิริมงคล สุขกายสบายใจให้แก่ตนและครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 57.5 โดยมีวัตถุประสงค์การมาเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย ร้อยละ 52.3 ในการตัดสินใจมาเที่ยวโบราณสถานนั้นส่วนใหญ่ตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 52.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 97.0 ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโบราณสถานจากคำบอกกล่าวแนะนำของผู้อื่น โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 68.0 มาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในช่วงวันหยุดประจำสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) กลุ่มตัวอย่างนิยมมาเที่ยวโบราณสถานปราสาทปรังก์กูในจังหวัดศรีสะเกษเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.3 กิจกรรมที่นิยมเที่ยวคือ ชมโบราณสถานที่สำคัญในจังหวัดศรีสะเกษพร้อมถ่ายภาพและเคารพสักการะและบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 78.3 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 92.0 มีการคิด

## 6. อภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ ตั้งแต่ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร จนถึงผู้รับสาร โดย ภาพรวมในระดับมาก (=3.55) โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผู้รับสาร (=3.85) รองลงมา ช่องทางการสื่อสาร (=3.47) ข่าวสาร (=3.45) และผู้ส่งสาร (=3.44) ตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากแบบจำลองการสื่อสารจำต้องประกอบด้วยองค์ประกอบการสื่อสาร 4 ประการ (SMCR) ของ Berlo (Berlo, 1960 : 30-72) อันได้แก่ ผู้ส่งสาร (Source) ข่าวสาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) จึงจะทำให้ระบบการสื่อสารมีความต่อเนื่องและสัมฤทธิ์ผล ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้องค์ประกอบดังกล่าวต่างมีความสำคัญยิ่งต่อ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ โดยเฉพาะในด้านของผู้รับสาร ซึ่งจะแสดงออกถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและประทับใจในการมาท่องเที่ยวโบราณสถานของจังหวัดศรีสะเกษ พฤติกรรมการเดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรี

สะเกษ พบว่า ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างผู้มาเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 61.3 เป็นคนกรุงเทพฯที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษโดยตรงที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้มาเที่ยว โดยคนในเมืองที่มีไม่ค่อยเดินทางไปทางไกล จึงเหมาะสำหรับมาเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ตลอดจนเป็นทางผ่านระหว่างเดินทางไปจังหวัดอื่นเพื่อเสริมสร้างความเป็นสิริมงคลในการดำเนินชีวิตด้วย ส่วนสิ่งที่ต้องการจากการเพื่อเสริมสร้างความเป็นสิริมงคล สุขกายสบายใจให้แก่ตนและครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 57.5 โดยมีวัตถุประสงค์การมาเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย ร้อยละ 52.3 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากสภาพพื้นฐานทางจิตใจของคนไทยโดยทั่วไปมีความเชื่อ ศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ นำพาสิ่งดี ๆ และป้องกันภัยอันตรายที่นำมาสู่ตนและผู้ใกล้ชิด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณศรี ปัญญาประชุม (2542) ได้ศึกษาพัฒนาการของประเพณีทำบุญผ้าป่าอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ในด้านความเชื่อที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือพิธีกรรมทางศาสนาต่าง ๆ ที่กล่าวถึงการทอดผ้าป่า (ผ้าบังสุกุล) จะเป็นการให้ผ้าคลุมกายแก่พระสงฆ์ถือเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง ต่อมาพัฒนาเป็นการถวายผ้าบังสุกุล เพื่ออุทิศส่วนกุศลแก่ญาติพี่น้องที่เสียชีวิต และ เพื่อส่งเสริมศาสนา การศึกษา วัฒนธรรมประเพณีและการเมืองตามรูปแบบผ้าป่าสามัคคีทั่วไปและผ้าป่าอนุเคราะห์สงเคราะห์ที่ดำเนินการในสังคมอยู่ปัจจุบัน ในการตัดสินใจมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษนั้น โดยส่วนใหญ่ตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจคิดเป็นร้อยละ 52.8 รวมถึงมีการคิดและวางแผนไว้ก่อนการตัดสินใจมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษ ถึงจำนวนร้อยละ 92.0 เนื่องจากส่วนใหญ่อยู่ในวัย 21-30 ปีที่มีวุฒิภาวะสามารถตัดสินใจด้วยตนเองได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 97.0 ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโบราณสถานจากคำบอกกล่าวแนะนำของผู้อื่น ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก คำบอกกล่าวแนะนำจากผู้อื่นจัดเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two way Communication) มีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข้อมูลที่ได้จึงมีความน่าเชื่อถือสูง โดยเฉพาะจากการบอกกล่าวของผู้ใกล้ชิด

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เกตินิก จูทาวิจิตร (2540 : 83-84) ที่กล่าวถึงสื่อบุคคลว่าเป็นรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลในลักษณะเห็นหน้าค่าตาหรือเผชิญหน้าเป็นการสื่อสารแบบสองทางมีบทบาทสำคัญต่อการโน้มน้าว และชักจูงใจ รวมถึงมีความน่าเชื่อถือ (Credibility) โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 68.0 มาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในช่วงวันหยุดประจำสัปดาห์(เสาร์-อาทิตย์) และนิยมมาเที่ยวโบราณสถานปราสาทปรangkū ในจังหวัดศรีสะเกษเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.3 กิจกรรมที่นิยมทำคือ ชมโบราณสถานที่สำคัญในจังหวัดศรีสะเกษ พร้อมถ่ายภาพและเคารพสักการะและบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 78.3 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากอยู่ในช่วงของวันหยุดสุดสัปดาห์ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากจะมาเที่ยวสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์เพื่อความเพลิดเพลินแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างความเป็นสิริมงคลได้อีกด้วย

#### 7. ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า สิ่งทีกลุ่มตัวอย่างต้องการจากการมาเที่ยวโดยส่วนใหญ่คือ เพื่อเสริมสร้างความเป็นสิริมงคล สุขกายสบายใจให้แก่ตนและครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 57.5 และกิจกรรมที่นิยมทำคือ ชมโบราณสถานที่สำคัญในจังหวัดศรีสะเกษพร้อมถ่ายภาพและเคารพสักการะและบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 78.3 จึงเห็นควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องผลักดันนโยบายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีการจัดกิจกรรมแสดงถึงความเป็นมาของโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ การจัดแหล่งสภาพแวดล้อมให้มีความเหมาะสมเอื้อต่อการถ่ายภาพ รวมถึงการเคารพสักการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามโบราณสถานต่างๆ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเที่ยวและได้รับความเป็นสิริมงคล

2. จากผลการศึกษาพบว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างผู้มาเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 61.3 เป็นคนกรุงเทพฯที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษโดยตรงหรือแวะผ่านมา โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 68.0 จะมาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในช่วง

วันหยุดประจำสัปดาห์(เสาร์-อาทิตย์) จึงเห็นควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องผลักดันนโยบายการอำนวยความสะดวกในเรื่องการเดินทาง ให้มีรถทัวร์ รถตู้ หรือรถให้บริการอย่างเพียงพอ และระบุอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน เพื่อเป็นอำนวยความสะดวกและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาเที่ยวโบราณสถานในจังหวัดศรีสะเกษในกรณีไม่ได้นำพาหนะส่วนตัวมา

#### 8. เอกสารอ้างอิง

- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2545). บทบาทของการวิจัยตลาดเพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลระบบสารสนเทศทางการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดย่อม. วารสารพาณิชยศาสตร์ บูรพาปริทรรศน์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มี.ค.).
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2547). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์ และปริญ ลักขิตานนท์. (2534). การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา.
- แคมป์ ทัวร์ดอกหน้ด. (2551). ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดศรีสะเกษ. กรุงเทพมหานคร. แหล่งที่มา: <http://www.camptour.net>.
- สุพรรณศรี มังคะลี และธีรเดช รุ่งมงคล. (2544). การวิจัยธุรกิจตามแนวแนะ. กรุงเทพมหานคร.
- สุพรรณณี อินทร์แก้ว. (2549). การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง. คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพฯ: บริษัท เอส.เอ็ม.เอส. การพิมพ์ จำกัด.
- Kotler, Philip. (2003). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control. (12th ed.) New Jersey: Prentice Hall
- Schiffman, L.G.and Kanuk, L.L. (1994). Consumer Behavior. (5 rd ed.) New Jersey: Prentice Ha