

การรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Cultural Capital Recognition of Tourist Attractions in Nakhon Ratchasima Province through the Perspective of Thai Tourists

รามณรงค์ นิลกำแหง*

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล*

Ramnarong Nilgumhaeng*

Lecturer of Tourism and Hotel Program, Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University*

Corresponding Author E-mail: ramnarong55@hotmail.com

(Received: April 22, 2021; Revised: May 19, 2021; Accepted: June 30, 2021)

บทคัดย่อ

การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพื่อส่งต่อให้หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ชมรม สมาคม ในการส่งเสริมทางการตลาดท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ รวมทั้งพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางเที่ยว ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชายไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่ไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจำนวน 400 คน เก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Independent Sample: t-test ค่า F-test/ANOVA ทำการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 งานวิจัยในครั้งนี้จึงได้ให้ข้อเสนอแนะในประเด็นดังกล่าว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

คำสำคัญ: ทุนทางวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

Cultural capital education is a key component in building tourists' perceptions of a tourist destination. It will be of great benefit to the tourism industry to be forwarded to government agencies and the private sector, clubs and associations in promoting tourism marketing through various social media, as well as developing appropriate tourism strategies. To encourage tourists to travel, so this research aims to study the cultural capital perception of tourist attractions in Nakhon Ratchasima through the perspective of Thai tourists. The population in the study was Thai male tourists aged 20 years and over who were not domiciled in Nakhon Ratchasima. Simple random sampling was used to select 400

samples with an unknown number of population. An accidental sampling was used to collect data.

The statistics used in the data analysis were percentage, mean, standard deviation, independent sample: t-test, F-test/ANOVA. The hypothesis was tested.

The results of a study on cultural capital perception of tourist attractions in Nakhon Ratchasima province classified by personal factors revealed that most tourists with different genders, ages, educations, occupations and average monthly income had different perceptions of cultural capital with statistical significance at the 0.05 level. This research therefore provided recommendations on the aforementioned issues. to promote tourism in Nakhon Ratchasima.

Keywords: Cultural Capital, Cultural Tourism

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความนิยม และให้การสนับสนุนเป็นอย่างมาก เนื่องด้วยการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งที่สะดวกรวดเร็วขึ้น มีการสร้างถนนสายใหม่ ๆ และทางด่วนมอเตอร์เวย์ที่เชื่อมโยงไปยังจังหวัดต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก และใช้เวลาเดินทางไม่นาน ส่งผลต่อการพัฒนาและส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยอาศัยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่มากมายอย่างยาวนานและเก่าแก่ในชุมชนมาเป็นจุดขายสร้างความน่าสนใจในการเดินทาง เช่น วิถีชีวิตชุมชน ประเพณีพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น การแต่งกาย งานศิลปะ และโบราณสถาน เหล่านี้เป็นรากฐานสำคัญทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ในการนำเสนอวัฒนธรรมความเป็นตัวตนของชุมชนผ่านการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมไปถึงสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งสะท้อนถึงภูมิปัญญาจากผู้คนอันดั้งเดิมในชุมชน เป็นวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นที่หาได้ยาก โดย คำว่า “ทุนทางวัฒนธรรม” (Cultural Capital) คือความคงอยู่ ดำรงอยู่อันเก่าแก่ และมีอยู่อย่างยาวนานโดยมีทั้ง ทุนวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้ และทุนวัฒนธรรมจับต้องไม่ได้ โดย ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ มรดกทางวัฒนธรรม ผลงาน ศิลปะ ภาพวาด งานหัตถกรรม ดนตรี ส่วนทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ความเชื่อ จารีต ประเพณี วิถีชีวิต วรรณกรรมพื้นบ้าน อาจกล่าวได้ว่า ทุน คือ สิ่งที่บุคคลได้รับจากกระบวนการมรดกตกทอดทางสังคม อันกลายเป็นคุณสมบัติติดตัวที่เอื้อให้บุคคลสามารถนำไปเพิ่มพูนมูลค่าของตนได้ เช่น องค์ความรู้ ค่านิยม กิริยามารยาท นอกจากนี้ ยังหมายรวมถึงทรัพย์สินต่าง ๆ ที่มีคุณค่าอย่างหนึ่งที่ไม่ใช่คุณค่าเชิงเศรษฐกิจโดยตรง แต่มีมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจได้ เช่น งานศิลปะ, สถาปัตยกรรม, เครื่องปั้นดินเผา, หนังสือ (Bourdieu, 1986) โดยทุนทางวัฒนธรรม แบ่งออกเป็นสามลักษณะ ได้แก่ 1) ทุนที่เกิดจากการสั่งสมจากปัจจัยต่าง ๆ 2) ทุนที่ปรากฏอยู่ในรูปวัตถุ 3) ทุนที่เกิดจากการเชื่อมโยง คุณค่ากับสถาบัน โดยทุนทางวัฒนธรรมมีได้ 3 รูปแบบคือ 1) สิ่งที่ปลูกฝังอยู่ในตัวบุคคล ชุมชน และกลุ่มคนมาอย่างยาวนาน (Embodies State) เช่น ความคิดจินตนาการ ความคิดริเริ่มและความเชื่อ 2) สิ่งที่เป็นรูปธรรม (Objectified State) ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์สินค้าทางวัฒนธรรม เช่น รูปวาดเขียน หนังสือโบราณ สิ่งก่อสร้างโบราณสถานที่เป็นมรดกโลก 3) ความเป็นสถาบัน (Institutionalization State) ซึ่งสามารถทำให้เกิดความเป็นรูปธรรมได้ เช่น กติกา การยอมรับที่หลาย ๆ คนเห็นร่วมกัน เช่น การยอมรับในสถาบันพระมหากษัตริย์ วัด และโรงเรียน โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันเป็นวัฒนธรรมบางเรื่องอาจยังต้องใช้ตามแบบแผนจารีตดั้งเดิมอยู่หลาย ๆ อย่างนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้วัฒนธรรมนั้น ๆ คงอยู่ต่อไปไม่ให้งจายหายไป และมีการสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2559)

การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ชุมชน นั้นมีคุณลักษณะเฉพาะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และมีวัฒนธรรมเฉพาะที่มีการบอกเล่าเรื่องราวในสังคมมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์ ที่สืบเนื่องเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ ภูมิปัญญาความรู้ และการให้คุณค่าของผู้คนในสังคม ผ่านงานศิลปกรรม โบราณสถาน ที่มีคุณค่าหรือศาสนสถานทาง

ประวัติศาสตร์ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความงดงาม และทรงคุณค่าแก่การอนุรักษ์ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตผู้คน ความเป็นอยู่ในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี สะท้อนถึงสถานะทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี และมีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัด ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ แหล่งโบราณวัตถุ แหล่งโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ สถานที่สำคัญทางศาสนา และงานศิลปกรรมสถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ งานเทศกาลประเพณี งานศิลปหัตถกรรม รวมไปถึงการนำเอาวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว โดยต้องเป็นวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ หรือมีลักษณะเป็นรูปธรรมที่จะนำมาพัฒนาให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวโบราณวัตถุสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน งานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม การละเล่นพื้นบ้าน เทศกาลงานประเพณี และงานศิลปะ หัตถกรรมสินค้าท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และการมีอัตลักษณ์ไม่ซ้ำของคนในชุมชน (สามพร มณีไมตรีจิต, 2539) โดยการท่องเที่ยวที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขาย เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556) ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์, การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและงานประเพณี และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Goeldner & Ritchie, 2006)

จังหวัดนครราชสีมาเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ และมีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีชื่อเสียงหลากหลายเป็นเอกลักษณ์สำคัญของจังหวัด ได้แก่ 1) อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี 2) ภาษาโคราช 3) เพลงโคราช 4) ผาโหม หางกระรอก 5) อาหาร หมี่โคราช และ 6) สัตว์เลี้ยง แมวโคราช รวมไปถึงโบราณวัตถุทางประวัติศาสตร์อันเก่าแก่ อีกทั้งยังมีโบราณสถาน ปราสาทในอารยธรรมเขมร ที่เป็นอุทยานประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย อำเภอพิมาย, ปราสาทเมืองแขก, ปราสาทเมืองเก่า ปราสาทพระโค (อโรคยาศาล) อำเภอสูงเนิน เป็นต้น และในเมืงนครราชสีมา ยังมีการผสมผสานทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาวไทโคราชที่อาศัยอยู่ก่อนแล้ว ยังมีกลุ่มคนชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่ในบริเวณเขตชานเมือง ตามชุมชน ตำบล และอำเภอต่าง ๆ เช่น คนลาว คนแขก คนส่วย คนอินเดีย และคนจีน อาศัยอยู่ด้วยกัน ซึ่งแต่ละเผ่าพันธุ์ก็มีอาชีพ มีประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ การแต่งกาย และภาษาพูดที่แตกต่างกันออกไป นับว่าเป็นความหลากหลายที่ลงตัว สำหรับขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และประเพณีที่สำคัญที่นิยมปฏิบัติสืบทอดกันมาแต่โบราณจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ 1) งานฉลองวันแห่งชัยชนะท้าวสุรนารี จัดตั้งแต่วันที่ 23 มีนาคม ถึงวันที่ 3 เมษายน ของทุกปี 2) งานเทศกาลแข่งเรือประเพณีพิมาย กำหนดจัดประมาณเดือนพฤศจิกายน ของทุกปี 3) งานประเพณีแห่เทียนพรรษาและการประกวดเทียนพรรษา จัดในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 ก่อนวันเข้าพรรษา 1 วัน สถานที่บริเวณสนามหน้าศาลากลางจังหวัดนครราชสีมา 4) งานประเพณีลอยกระทง โดยทั่วไปจัดแทบทุกชุมชน โดยเฉพาะในเขตเทศบาลนครราชสีมา ในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 ณ บริเวณคูเมืองหน้าศาลากลางจังหวัดนครราชสีมา มีกิจกรรมการประกวดกระทงสวยงาม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี 5) เพลงโคราชเป็นเพลงพื้นเมืองที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่ต้องอาศัยไหวพริบปฏิภาณของผู้เล่นเพลง มีท่วงทำนองการขับร้องสัมผัสเป็นภาษาพื้นบ้าน (ภาษาไทยโคราช) และลีลาท่ารำประกอบที่สำคัญ ไม่มีเครื่องดนตรีประกอบในการเล่น นับเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันยิ่งใหญ่ที่สะท้อนให้เห็นถึงขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมให้อนุชนรุ่นหลังได้อนุรักษ์และสืบสานต่อไป เหล่านี้จึงเป็นวัตถุดิบทุนทางวัฒนธรรมชั้นดีในการหยิบมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสร้างการรับรู้ทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวต่อการศึกษารเรียนรู้ และเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวได้ แต่ในความเป็นจริงโดยภาพรวมแล้ว นักท่องเที่ยวกลับไม่ได้ให้ความสนใจการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวนั้นสนใจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่า และถ้าไม่มีธุระ หรือไม่มีงานอยู่ในจังหวัดนครราชสีมาจะไม่เดินทางเข้ามาในตัวเมืองนครราชสีมา ทำให้ไม่พบพฤติกรรม

ของนักท่องเที่ยวที่สนใจเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา และการศึกษาด้านการรับรู้ทุนวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาที่ยังมีน้อยอยู่ เมื่อเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง เพราะยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอีกหลายแห่งในจังหวัดนครราชสีมาที่ต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ การส่งเสริมสนับสนุนทุนวิจัย การการประชาสัมพันธ์ และขาดการให้งบประมาณในการพัฒนาพื้นที่ชุมชน รวมไปถึงการจัดกิจกรรมแสดงทางวัฒนธรรมต่าง ๆ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา การรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้ทราบถึงทุนวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ตามระดับการรับรู้จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ของจังหวัดนครราชสีมา และเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการพัฒนา และการอนุรักษ์วัฒนธรรมของจังหวัด สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์เป็นกลยุทธ์การพัฒนาการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมในจังหวัดนครราชสีมา และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน ประเพณีได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในยุทธศาสตร์ด้านการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยไว้ คือ นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ แตกต่างกันมีการ รับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน

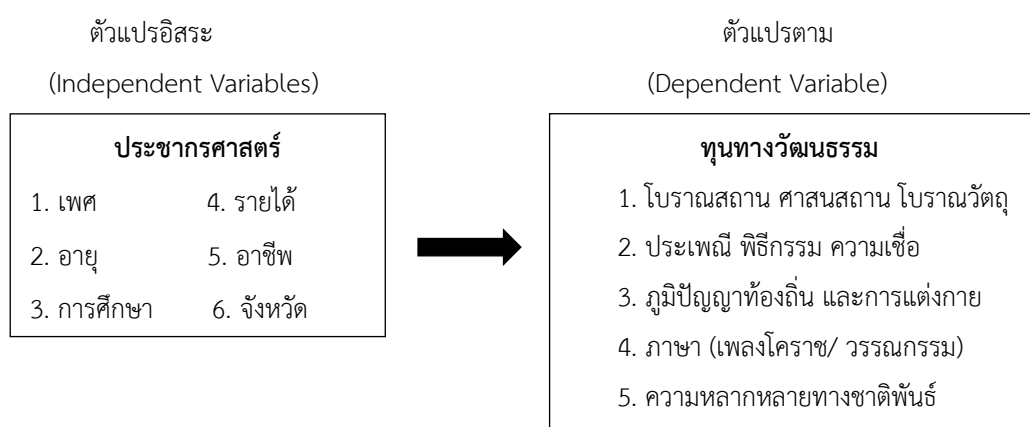
3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่ไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรไม่ทราบขนาดกลุ่มตัวอย่างของคอคแรน (Cochran,1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน $\pm 5\%$

3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบจากแนวคิดทฤษฎี และการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจนได้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้คือ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3.3 ขอบเขตของการศึกษา และการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา 2 สถานที่ คือ 1) อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี อำเภอเมืองนครราชสีมา 2) วัดศาลาลอย อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยกำหนดขอบเขตเวลาในการศึกษาคือ เริ่มทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม 2563 ถึงเดือนมกราคม 2564 ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเป็นเวลาประมาณ 3 เดือน และรวบรวมข้อมูลการค้นคว้าจากตำรา เอกสารบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ และห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา รวมถึงข้อมูลในระบบออนไลน์จากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องในการวิจัย ทั้งภาครัฐ และเอกชนเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษา

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 ชุด ใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ถามเกี่ยวกับการรับรู้ทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครราชสีมา โดยมีลักษณะแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิด ซึ่งได้ค้นคว้าและดัดแปลงจากแนวคิดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใกล้เคียงกับงานของผู้วิจัยที่ได้ทำการศึกษา ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบความถูกต้องให้ครบถ้วนของเนื้อหา โดยนำแบบร่างแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของชุดคำถามในแต่ละตัวแปรด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ก่อนแจกแบบสอบถามจริง โดยผู้วิจัยได้จัดเรียงลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมถึงข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วยดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลโดยศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจังหวัด มี ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และเลือกตอบเพียงข้อเดียว มีคำถามจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 การรับรู้ทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครราชสีมา เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้ทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 5 ด้าน คือ 1) โบราณสถาน ศาสนสถานโบราณวัตถุ 2) ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการแต่งกาย 4) ภาษา (เพลงโคราช / วรรณกรรม) และ 5) ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่าของ Likert scale โดยได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์แปลความหมายของค่าเฉลี่ยคะแนนการรับรู้ทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา (กุลทลี รื่นรัมย์, 2551)

คะแนน 5	หมายถึง	การรับรู้ทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	การรับรู้ทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวมาก
คะแนน 3	หมายถึง	การรับรู้ทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	การรับรู้ทางวัฒนธรรมแหล่งเที่ยวน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	การรับรู้ทางวัฒนธรรมแหล่งเที่ยวน้อยที่สุด

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของการรับรู้ทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยว ของแบบสอบถามตอนที่ 2 กำหนด ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามทำการประมวลผลข้อมูลที่ลงรหัสทำการป้อนข้อมูลของคำตอบในแบบสอบถาม บันทึกเข้าไฟล์ลงในดิสก์ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (ฐานันท์ ศิลป์จารุ, 2555) นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติ ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สถิติ F-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวน ANOVA (One-way analysis of variance) ทดสอบสมมุติฐานปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ๆ (ยกเว้นเพศ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสถิติ Independent Sample : t-test เพื่อหาค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างเพศชาย และเพศหญิง ต่อการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมโดยทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน

4. ผลการศึกษา

การศึกษารับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จากกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.6 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 42.5 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 27.6 รองลงมาคือ 31-40 ปี ร้อยละ 23.4 มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา / ปวส. ร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ร้อยละ 24.8 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 29.3 รองลงมาเป็น นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 26.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 36.3 รองลงมาคือที่รายได้ 20,001 -30,000 บาท ร้อยละ 32.1 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร ฯ ตามลำดับ ผลการศึกษารับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

รับรู้ทุนทางวัฒนธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้	ลำดับที่
โบราณสถาน ศาสนสถาน โบราณวัตถุ	3.50	0.96	มาก	1
ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ	3.48	0.79	มาก	2
ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการแต่งกาย	3.43	0.79	มาก	3
ภาษา (เพลงโคราช / วรรณกรรม)	3.36	0.86	ปานกลาง	4
ความหลากหลายทางชาติพันธุ์	3.06	1.02	ปานกลาง	5
รวม	3.37	0.70	ปานกลาง	

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ การรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรม ด้านโบราณสถาน ศาสนสถาน โบราณวัตถุ โดยได้คะแนนสูงสุดเป็นอันดับแรก และมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) รองลงมาคือ

ด้านประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านการแต่งกาย มีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$), ($\bar{X} = 3.43$) ส่วนด้านภาษา (เพลงโคราช/ วรรณกรรม) และด้านความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$), ($\bar{X} = 3.06$) ตามลำดับ

จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ แตกต่างกันมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ ค่า Independent Sample: t-test และสถิติ F-test ANOVA สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ

การรับรู้ทุนทางวัฒนธรรม	ชาย (n=170)		หญิง (n=230)		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
โบราณสถาน ศาสนสถาน โบราณวัตถุ	3.44	0.75	3.55	1.10	-1.097	0.273
ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ	3.38	0.75	3.55	0.81	-2.113	0.035*
ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการแต่งกาย	3.42	0.76	3.43	0.81	-0.231	0.818
ภาษา (เพลงโคราช/ วรรณกรรม)	3.30	0.84	3.41	0.87	-1.271	0.205
ความหลากหลายทางชาติพันธุ์	3.00	0.93	3.10	1.08	-1.070	0.285
รวม	3.31	0.63	3.41	0.74	-1.454	0.147

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวเพศหญิง และเพศชายมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันในด้านประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่เกี่ยวกับการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 20 ปี (n=50)	21-30 ปี (n=113)	31-40 ปี (n=96)	41-50 ปี (n=74)	51-60 ปี (n=48)	มากกว่า 60 ปี (n=19)
		3.22	3.31	3.28	3.58	3.37	3.70
ต่ำกว่า 20 ปี	3.22	-	-0.09	-0.06	-0.37	-0.15	-0.48*
21-30 ปี	3.31		-	0.03	-0.27	-0.06	-0.39
31-40 ปี	3.28			-	-0.30	-0.09	-0.42
41-50 ปี	3.58				-	0.21	-0.12
51-60 ปี	3.37					-	-0.33
มากกว่า 60 ปี	3.70						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่เกี่ยวกับการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวภาพรวม แตกต่างกับอายุ มากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว น้อยกว่า อายุมากกว่า 60 ปี

นักท่องเที่ยวที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันโดยภาพรวม แตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพแตกต่างกันมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า โดยภาพรวม มีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรม ด้านโบราณสถาน ศาสนสถาน โบราณวัตถุ โดยได้คะแนนสูงสุดสุดมาเป็นลำดับแรก และอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า เพราะจังหวัดนครราชสีมามีโบราณสถาน ศาสนสถาน โบราณวัตถุที่สำคัญ เช่น ปราสาทหินพิมาย อำเภอพิมาย ปราสาทเมืองแขก อำเภอสูงเนิน ปราสาทเมืองต่ำ ปราสาทบ้านปรังนคร ซึ่งมีทั้งแบบที่เป็นอโรคยศาล บรรณาลัย เมรุพรหมทัต และโบราณวัตถุ เช่น พระพุทธรูปเก่าแก่ รูปปั้นพระนาราย พระศิวน และอื่น ๆ ที่ถูกสร้างไว้ในสมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์ที่มีอยู่อย่างมากมายในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ได้จากเอกสารการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา ตำรา บทเรียนในโรงเรียน หรือมหาวิทยาลัยในวิชาประวัติศาสตร์อีสาน รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ และสื่อทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ถุติ หลิมไพโรจน์ และไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, (2558) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านโบราณสถาน ศาสนสถาน โบราณวัตถุ ที่สำคัญนั้น นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ในทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

ผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ทั้งนี้ชี้ให้เห็นได้ว่า ลักษณะของบุคคลที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน เช่น เพศหญิง และเพศชาย จะมีการรับรู้ในเรื่อง ความเชื่อ ประเพณี และพิธีกรรมแตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากวัฒนธรรมนั้นอาจจะมีประวัติที่ยาวนาน และรวบรวมอยู่ในรูปแบบเอกสารทางวิชาการ หรือตำราทางวิชาการ จึงทำให้เด็กเยาวชนรุ่นใหม่ไม่สามารถรับรู้ความรู้ทุนทางวัฒนธรรมได้ดีเท่ากับผู้ที่อายุมากกว่า และผู้ใหญ่ที่สูงอายุจะมีความชื่นชอบความเก่าแก่ และวัฒนธรรมประวัติศาสตร์มากกว่าเด็กวัยรุ่น นอกจากนี้ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน การศึกษาที่สูงกว่าจะมีสืบค้นหาข้อมูลทางตำราอิเล็กทรอนิกส์ (E-book) และได้รับการถ่ายทอดจากครู อาจารย์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเข้าถึงได้ดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาน้อย ทั้งนี้รวมถึงอาชีพด้วย และนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นงนุช หวันจิต และประสิทธิ์ รัตนพันธ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้การท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุงโดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

จากการศึกษาการรับรู้ทุนวัฒนธรรม ชี้ให้เห็นว่าควรให้ความสำคัญทุนทางวัฒนธรรม ด้านโบราณสถาน ศาสนสถาน โบราณวัตถุ มากที่สุด เพราะจังหวัดนครราชสีมา มี โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ เช่น ปราสาทหิน พิมาย, ปราสาทเมืองแขก เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจ ค้นคว้ากับวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์ และรู้จักร่องรอยทางอารยธรรมเขมร เขตอีสานตอนล่าง ดังนั้น จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายช่องทางมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และถูกต้องมากยิ่งขึ้น และส่งเสริมวัฒนธรรม ด้านประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ ต้องให้ความสนใจและหน่วยงานภาครัฐ ต้องจัดสรรงบประมาณมาสนับสนุน โดยเฉพาะ งานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี และพิธีรำบวงสรวงท้าวสุรนารี (คุณย่าโม) ต้องมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ เช่น งานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี โดยต้องระบุวัน เวลา ให้ชัดเจนในพิธีรำบวงสรวงท้าวสุรนารี (คุณย่าโม) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ และสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวในงานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารีได้อย่างสะดวก ส่วนวัฒนธรรม ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และการแต่งกาย ต้องให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น เช่น ส่งเสริมส้มตำโคราช ให้กลายเป็นกิจกรรมทานอาหารพื้นบ้านประจำจังหวัด เพราะตำโคราชมีเอกลักษณ์รสชาติเฉพาะตัว และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับรู้ถึงอาหารประจำจังหวัดนครราชสีมา ผ่านช่องทางกิจกรรม เทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ และโปรโมทลงสื่อสังคมออนไลน์

อีกประการหนึ่งการจัดกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมประเพณีไทย ควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศหญิงก่อนเพราะผู้หญิงจะมีความเชื่อ และอ่อนไหวต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในเรื่องพิธีกรรมได้ง่ายกว่าผู้ชาย จะเห็นได้ชัดเจนจากพิธีกรรมรำบวงสรวงท้าวสุรนารี ผู้รำบวงสรวงเป็นผู้หญิงทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าควรเจาะตลาดกลุ่มสตรี ก่อนยกตัวอย่าง ผู้หญิงจะชื่นชอบการสวมใส่ผ้าไทยตามประเพณี เพราะผู้หญิงจะให้ความสำคัญกับการแต่งกายมากกว่าผู้ชาย การประชาสัมพันธ์จึงต้องมุ่งเน้นไปทางกลุ่มผู้หญิงจึงจะเห็นผล รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ผ้าไหม ผ้าคลุมไหล่ กระเป๋าถือ สร้อยข้อมือ และหมวกจักสานด้วย

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาเพียง 2 แห่ง หากจะมีการวิจัยในครั้งต่อไป ควรเก็บข้อมูลเน้นทางด้านแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมในหลากหลายพื้นที่ จะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น และเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐและภาคเอกชนในจังหวัดนครราชสีมา

7. รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). ทุนวัฒนธรรมไทยสู่การสร้างสรรค์เศรษฐกิจ. *อุตสาหกรรมสาร*, 58, 4-5. สืบค้นจาก

<https://e-journal.dip.go.th/dip/images/ejournal/fd2eaa1aedd740f4b4e32346220a000d.pdf>

กฤษณ์ รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยตลาด Marketing Research* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). *แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. สืบค้นจาก <http://tourism-dan1.blogspot.com>

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ : บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.

นางนุช หวันชิตนาย และประสิทธิ์ รัตนพันธ์. (2561). การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุง.

วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 10(2), 13-20 สืบค้นจาก

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ecbatsu/article/view/153991/120640>

ฤดี หลิมไพโรจน์ และไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2558). อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *รายงานการประชุมวิชาการและนำเสนอผลการวิจัย ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 6 ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* (น. 448-460). สืบค้นจาก

<http://journalgrad.ssrui.ac.th/index.php/5-02/article/view/269/203>

สามพร มณีไมตรีจิต. (2539). *บทบาทวัฒนธรรมไทยกับการท่องเที่ยว*. เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ โครงการสืบเสาะวัฒนธรรมไทย ภูมิไทยนิยมไทย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ภาษาอังกฤษ

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.) New York: John Wiley & Sons.

Goeldner, C., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (10th ed.). Hoboken: Wiley.