

ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม
Relationship between Destination Image and Buddhism Tourism of Nadoon District,
Mahasarakham Province

กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ¹ ธราธร บุ่งทอง² พัทธีธรา จินดาประเสริฐ³
KantimarnChindaprasert¹ TaratonBoongthong² Phattheera Chindaprasert³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว 2) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงพุทธ 3) วิเคราะห์ปัจจัยของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและ 4) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคามโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอนาดูนจำนวน 440 คน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการวิเคราะห์ปัจจัย (Exploratory Factor Analysis) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณผลการศึกษาพบว่า

1. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.43) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พระบรมธาตุนาดูนเป็นจุดดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาอำเภอนาดูน (4.69) การท่องเที่ยวในอำเภอนาดูนมีความคุ้มค่ากับเงินและเวลา (4.59) และการท่องเที่ยวที่อำเภอนาดูนเป็นการรักษา มรดกและวัฒนธรรมของท้องถิ่น (4.54)

2. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธโดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.49) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พระบรมธาตุนาดูนเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา (4.68) ข้าพเจ้ายินดีแนะนำบอกต่อคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวเชิงพุทธที่อำเภอนาดูน (4.58) และการท่องเที่ยวในอำเภอนาดูนทำให้ท่านได้รับความสุขทางใจ (4.57)

3. ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูนจังหวัดมหาสารคาม มี 4 ปัจจัย ได้แก่ การให้ข้อมูล ความศักดิ์สิทธิ์ ความคุ้มค่าของเงิน และกิจกรรมทางพุทธศาสนา

4. ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 4 ปัจจัยนี้มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอ นาดูนจังหวัดมหาสารคามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงพุทธ, อำเภอนาดูน

ABSTRACT

The current study aims 1) to explore the destination image 2) to explore Buddhism tourism 3) to analyze the destination image factor and 4) to analyze the relationship between the destination image and Buddhism tourism in Nadoon district, Mahasarakham province. A total of 440 questionnaires were collected from Thai tourists who traveled in the study site. Statistical analyses were percentage, mean, standard deviation, Exploratory Factor Analysis (EFA), Multiple Correlation Analysis, and Multiple Regression Analysis.

The results were as follows:

1. The overall destination image was at a high level (4.43). The three high rated items of destination image were attraction (4.69), value for money and time (4.59), and to preserve the local culture (4.54) respectively.

¹ อาจารย์ ดร. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² อาจารย์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ อาจารย์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2. The overall Buddhism tourism was at a high level (4.49). The three high rated items of Buddhism tourism were Phra-That Nadoon is the important Buddhism place (4.68), recommendation (4.58), and to feel delight (4.57) respectively.

3. It revealed that there were four destination image factors: information, holiness, value for money, and Buddhism activity.

4. The study also found that there was a positive relationship between those factors and Buddhism tourism in Nadoon district, Mahasarakham province at the statistically significant level of .05.

Keywords : Destination image, Buddhism tourism, Nadoon district

บทนำ

“พุทธมณฑลอีสาน ถิ่นฐานอารยธรรม ผ้าไหมล้ำเลอค่า ตักสิลานคร” คำขวัญของจังหวัดมหาสารคามที่สะท้อนถึงความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน และประเพณีสำคัญของชาวมหาสารคาม สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นจุดดึงดูดที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นเข้ามาเที่ยวชม หากมีการตั้งคำถามว่า เมื่อเอ่ยถึงมหาสารคาม นักท่องเที่ยวจะนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวใดเป็นอันดับต้น ๆ ส่วนใหญ่คำตอบที่ได้ คือ พุทธมณฑลแห่งอีสาน พระบรมธาตุนาดูน อำเภอนาดูน ซึ่งเป็นศาสนสถานที่มีชื่อเสียงและถือว่าเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนจังหวัดมหาสารคาม โดยพื้นที่บริเวณที่ตั้งองค์พระบรมธาตุนาดูนเป็นเขตที่มีการขุดพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีต เพราะบริเวณนี้ได้เคยเป็นที่ตั้งของนครจำปาศรีมาก่อน โบราณวัตถุต่างๆ ที่ค้นพบได้นำไปแสดงไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจังหวัดขอนแก่น และที่สำคัญยิ่งก็คือการขุดพบสลูปรบูรพระบรมสารีริกธาตุบรรจุในตลับทองคำ เงิน และสำริด ซึ่งสันนิษฐานว่ามีอายุอยู่ในพุทธศตวรรษที่ 13-15 สมัยทวารวดี รัฐบาลจึงอนุมัติให้ดำเนินการก่อสร้างพระธาตุนาดูนขึ้นในเนื้อที่ 902 ไร่ โดยบริเวณรอบๆ จะมีพิพิธภัณฑสถานและวัฒนธรรม สวนรุกขชาติ สวนสมุนไพร ซึ่งตกแต่งให้เป็นสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนา และนอกจากนี้อำเภอนาดูนมีกิจกรรมทางศาสนาที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป คือ 1) ประเพณีเนื่องในศาสนา ได้แก่ ประเพณี 12 เดือน (ฮิตสิบสอง) และประเพณีงานนมัสการพระบรมธาตุนาดูนเพื่อทำบุญบวงสรวงและสืบทอดพระพุทธศาสนา รวมถึงให้เกิดอานิสงส์ผลบุญแห่งการทำบุญ 2) ประเพณีเนื่องในความเชื่อและวิถีชีวิตเป็นประเพณีเพื่อบูชาและบวงสรวงต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในป่าชุมชนและแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันระหว่างวิถีชีวิตกับสภาพแวดล้อมที่ชาวบ้านได้อาศัยอยู่ ได้แก่ ประเพณีสงฆ์น้ำกุ่มน้อย ประเพณีสงฆ์น้ำกุ่มตรัน (วรรณคำปวนบุตร, 2557 : 13)

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึงอำเภอนาดูน ในทางการตลาดการท่องเที่ยวเราเรียกภาพที่เกิด

ขึ้นในใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติที่สะท้อนความรู้สึกในด้านบวกหรือด้านลบเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ว่าเป็นภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (อรจันทร์ ศรีโชติ, 2557 : 101) ในการสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงบวกรับเป็นโอกาสที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตที่แท้จริง และรับรู้ได้ถึงเอกลักษณ์ความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเสริมสร้างคุณค่าในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว สร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งก่อให้เกิดรูปแบบพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น คุณค่าจากการแสวงหาความสุขในชีวิต พร้อมทั้งเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้ นอกจากนี้หน่วยงาน องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลจากการค้นหาตัวตนภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูนมาเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอนาดูน ซึ่งมีความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวและพัฒนาศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

จากคำขวัญของจังหวัดมหาสารคามที่กล่าวถึงการเป็นพุทธมณฑลอีสานเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงจุดเด่นของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงพุทธ เนื่องจาก การท่องเที่ยวเชิงพุทธ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับส่วนพุทธศาสนิก พุทธสถาน หรือพุทธประเพณี เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อศึกษาหาความรู้ หรือเพื่อประกอบพุทธศาสนกิจต่างๆ (กรณีย์ ถนอมกุล, 2547: 35) ซึ่งมีความสอดคล้องกับบริบททางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูนเป็นอย่างยิ่ง อย่างเช่น ประเพณีงานนมัสการพระบรมธาตุ ชาวจังหวัดมหาสารคาม ยึดถือว่าพระธาตุนาดูนเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตที่ผูกพันกันมายาวนาน ในช่วงเดือนมาฆะทุกปีชาวอำเภอนาดูนและจังหวัดมหาสารคามจะมีการจัดงานนมัสการ พระธาตุนาดูนขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้มาสักการบูชา ทำพิธีบวงสรวงอันศักดิ์สิทธิ์ และร่วมกันปฏิบัติธรรมที่ลานหน้าองค์พระธาตุนาดูน ถือเป็นงานใหญ่ระดับภาคอีสานและระดับประเทศ จึงมีพุทธศาสนิกชนทั่ว

สารทิศเดินทางมาร่วมนานบุญยิ่งใหญ่แต่ละปีจำนวนมาก (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม, 2559 :ออนไลน์) การจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธในปัจจุบันจัดวิญญูณทางมรดกและวัฒนธรรมศาสนาที่มุ่งเน้นความสำคัญทางการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่ตอบสนองการเรียนรู้ด้านมรดกและวัฒนธรรมและความมีชื่อเสียงด้านพระพุทธรูปศาสนาอันจะนำมาซึ่งความสุขในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ และยังเป็นการรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามของอำเภอนาดูนให้คงอยู่และสืบทอดสู่ลูกหลานต่อไป (ปริธา ไชยา, 2557 : 22) จากความสำคัญดังกล่าว จึงควรค่าแก่การพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูนให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่สำคัญของจังหวัดมหาสารคาม และยังเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูนจึงเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่

ด้วยความสำคัญของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงพุทธตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาเรื่องนี้เพื่อนำเสนอผลการศึกษาที่จะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนในอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม ให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูน ในมุมมองของนักท่องเที่ยว รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงพุทธ เพื่อนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนการตลาดและพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม
4. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม

สมมติฐานของการวิจัย

ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูนจังหวัดมหาสารคาม

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในเขตอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 440 คน
2. ขอบเขตด้านสถานที่ ดำเนินการเก็บข้อมูลที่อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม โดยแจกแบบสอบถามตามสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ พระบรมธาตุนาดูน และกุ้งสันตรัตน์
3. ขอบเขตด้านเวลา เก็บข้อมูลในช่วงวันที่ 20 ถึง 30 มกราคม 2559 จำนวน 11 วัน เวลา 09.00 – 18.00 น.
4. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำแนวคิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและแนวคิด การท่องเที่ยวเชิงศาสนา มาเป็นกรอบแนวคิด ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการทางความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ และความประทับใจที่เกิด จากการรวมประสบการณ์การท่องเที่ยว ข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ และจากการบอกเล่าของผู้ที่มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยว การท่องเที่ยว เชิงพุทธ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางศาสนาพุทธ เช่น การเดินทางมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางศาสนา รวมถึงการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา และวันออกพรรษา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม โดยในปี พ.ศ.2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 890,560 คน (เทศบาลตำบลนาดูน, 2559: ออนไลน์)
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม จากกรเปิดตารางของ Krejcieand Morgan (1970 : 607-610) ได้จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บจริง 440 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงร้อยละ 56.80 เพศชายร้อยละ 43.2 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี (ร้อยละ 50.00) ระดับการศึกษา มีมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช.

และ ปวส. (ร้อยละ 39.55) และอาชีพ นักเรียน นิสิตนักศึกษา (ร้อยละ 42.50)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามความมุ่งหมาย และกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูน เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ จำนวน 26 ข้อ

ตอนที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูน เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับจำนวน 26ข้อ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard

Deviation) ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 103)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้ Exploratory Analysis (EFA) เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา

ตารางที่ 1 ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูน

ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูน	\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
1. พระบรมธาตุนาดูนเป็นจุดดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาอำเภอนาดูน	4.69	0.61	มากที่สุด
2. การท่องเที่ยวในอำเภอนาดูนมีความคุ้มค่ากับเงินและเวลา	4.59	0.66	มากที่สุด
3. การท่องเที่ยวที่อำเภอนาดูนเป็นการรักษามรดกและวัฒนธรรมของท้องถิ่น	4.54	0.68	มากที่สุด
4. แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนาดูนมีป้ายแสดงข้อมูลเป็นอย่างดี	4.53	0.68	มากที่สุด
5. การเดินทางมาอำเภอนาดูนเพื่อไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ช่วยท่านในการเสี่ยงโชค (เช่น ชื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)	4.52	0.70	มากที่สุด
6. การท่องเที่ยวในอำเภอนาดูนทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มขึ้น	4.51	0.74	มากที่สุด
7. กิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนาที่อำเภอนาดูนมีการจัดงานได้อย่างยิ่งใหญ่	4.50	0.74	มาก
8. ร้านอาหารในอำเภอนาดูนสะอาด อร่อย และบริการดี	4.50	0.72	มาก
9. กิจกรรมท่องเที่ยวของอำเภอนาดูนมีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมอีสาน	4.50	0.71	มาก
10. สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอนาดูนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	4.47	0.73	มาก
11. เมื่อคิดถึงการปฏิบัติธรรมข้าพเจ้าจะนึกถึงอำเภอนาดูนเป็นลำดับแรก	4.46	0.76	มาก
12. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่แพง	4.46	0.76	มาก
13. สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอนาดูนมีการบริหารจัดการดูแลเป็นอย่างดี	4.44	0.75	มาก
14. หัตถกรรมในท้องถิ่นมีเอกลักษณ์	4.42	0.79	มาก

ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอหาดใหญ่	\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
15. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่มีความสะดวกและปลอดภัย	4.42	0.76	มาก
16. สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดตา	4.41	0.78	มาก
17. ห้องน้ำสาธารณะสะอาดและมีจำนวนเพียงพอ	4.41	0.77	มาก
18. กิจกรรมท่องเที่ยวของอำเภอหาดใหญ่ดึงดูดในเรื่องของความสวยงามทางธรรมชาติ	4.40	0.78	มาก
19. มีป้ายบอกทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน	4.38	0.78	มาก
20. โบราณสถานในอำเภอหาดใหญ่ เช่น กู่สันตรัตน์ เป็นจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว	4.37	0.84	มาก
21. คนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีกับนักท่องเที่ยว	4.36	0.79	มาก
22. ของฝากหรือของที่ระลึกมีความน่าสนใจ	4.34	0.82	มาก
23. ของฝากหรือของที่ระลึกมีความคุ้มค่ากับเงินที่ท่านจ่าย	4.30	0.80	มาก
24. ที่จอดรถตามสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยและมีจำนวนเพียงพอ	4.28	0.88	มาก
25. มัคคุเทศก์ ยูวมัคคุเทศก์ หรือเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.26	0.86	มาก
26. มัคคุเทศก์ ยูวมัคคุเทศก์ หรือเจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการนำเสนอข้อมูลเป็นอย่างดี	4.25	0.86	มาก
รวม	4.43	0.76	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.43$) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พระบรมธาตุหาดใหญ่เป็นจุดดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาอำเภอหาดใหญ่ ($\bar{x}=4.69$) การท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่

มีความคุ้มค่ากับเงินและเวลา ($\bar{x}=4.59$) และการท่องเที่ยวที่อำเภอหาดใหญ่เป็นการรักษามรดกและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ($\bar{x}=4.54$)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดใหญ่จังหวัดมหาสารคาม ได้ผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดใหญ่

การท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดใหญ่	\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
1. พระบรมธาตุหาดใหญ่เป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา	4.68	0.59	มากที่สุด
2. ข้าพเจ้ายินดีแนะนำบอกต่อคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวเชิงพุทธที่อำเภอหาดใหญ่	4.58	0.66	มากที่สุด
3. การท่องเที่ยวเชิงพุทธเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นวิถีไทย	4.56	0.69	มากที่สุด
4. การท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ทำให้ท่านได้รับความสุขทางใจ	4.57	0.64	มากที่สุด
5. การมีผู้แนะนำว่าหากจะท่องเที่ยวเชิงศาสนาแบบวิถีไทยต้องไปอำเภอหาดใหญ่	4.56	2.03	มากที่สุด
6. การไหว้ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของพระบรมธาตุหาดใหญ่	4.55	0.73	มากที่สุด
7. ความศรัทธาในองค์พระบรมธาตุหาดใหญ่	4.54	0.74	มากที่สุด
8. การมีผู้แนะนำว่าหากจะท่องเที่ยวตามวิถีไทยต้องไปอำเภอหาดใหญ่	4.54	0.69	มากที่สุด
9. การท่องเที่ยวเชิงพุทธเป็นสิ่งที่กระตุ้นภาพพระธรรมะในใจของข้าพเจ้า	4.52	0.71	มากที่สุด
10. ความซาบซึ้งในการท่องเที่ยวเชิงพุทธในอำเภอหาดใหญ่	4.52	0.70	มากที่สุด
11. การท่องเที่ยวเชิงพุทธที่อำเภอหาดใหญ่นำมาซึ่งความสุขทางใจ	4.52	0.70	มากที่สุด

การท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดใหญ่	\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
12. การท่องเที่ยวเชิงพุทธที่อำเภอหาดใหญ่เป็นการร่วมอนุรักษ์วิถีไทย	4.51	0.71	มากที่สุด
13. ความมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดใหญ่	4.50	0.72	มาก
14. พระบรมธาตุหาดใหญ่เป็นสถานที่ที่มีความศักดิ์สิทธิ์ของอำเภอหาดใหญ่	4.50	0.71	มาก
15. วัตถุประสงค์ที่ให้เข้าเป็นสิ่งที่สร้างความเลื่อมใสศรัทธาในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ	4.47	0.77	มาก
16. การให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อบนบานศาลกล่าวต่อพระบรมธาตุหาดใหญ่	4.47	0.76	มาก
17. การได้มาทำบุญในขณะที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธในอำเภอหาดใหญ่	4.47	0.74	มาก
18. การท่องเที่ยวเชิงพุทธที่อำเภอหาดใหญ่ตอบสนองการปฏิบัติธรรมได้เป็นอย่างดี	4.47	0.74	มาก
19. การท่องเที่ยวเชิงพุทธในอำเภอหาดใหญ่เป็นความสนใจพิเศษของข้าพเจ้า	4.47	0.73	มาก
20. ภาพแห่งการจดจำของการท่องเที่ยวเชิงพุทธในอำเภอหาดใหญ่	4.46	0.78	มาก
21. ความซาบซึ้งในการปฏิบัติธรรมช่วงวันมาฆบูชา	4.45	0.78	มาก
22. การท่องเที่ยวเชิงพุทธแบบวิถีไทยเป็นกิจกรรมทางเลือกอย่างหนึ่งในช่วงวันสำคัญทางศาสนา	4.45	0.78	มาก
23. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงพุทธในอำเภอหาดใหญ่มีราคาที่เหมาะสม	4.45	0.76	มาก
24. วัตถุประสงค์ที่ให้เข้าเป็นสิ่งที่ทำให้ท่านระลึกถึงการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในอำเภอหาดใหญ่	4.42	0.82	มาก
25. การแก่นับพระบรมธาตุหาดใหญ่ในขณะที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธในอำเภอหาดใหญ่	4.32	0.89	มาก
26. การมีผู้แนะนำว่าหากจะท่องเที่ยวเชิงพุทธต้องไปอำเภอหาดใหญ่	4.28	0.88	มาก
รวม	4.49	0.78	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.49) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พระบรมธาตุหาดใหญ่เป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา (\bar{x} =4.68) ข้าพเจ้ายินดีแนะนำบอกต่อคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวเชิงพุทธที่อำเภอหาดใหญ่

(\bar{x} =4.58) และการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ทำให้ท่านได้รับความสุขทางใจ (\bar{x} =4.57)

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอหาดใหญ่จังหวัดมหาสารคาม ได้ผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูนจังหวัดมหาสารคาม

Factor	Factor loading	Explained variance (%)
<i>Factor 1: การให้ข้อมูล(IMG1)</i>		49.119
แหล่งท่องเที่ยวมีป้ายแสดงข้อมูลเป็นอย่างดี	0.713	
สถานที่ท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการเป็นอย่างดี	0.671	
มัคคุเทศก์มีความพร้อมในการเสนอข้อมูลเป็นอย่างดี	0.660	
สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยสะอาดตา	0.649	
มัคคุเทศก์ ยุวมัคคุเทศก์ เจ้าหน้าที่มีความรู้เป็นอย่างดี	0.646	
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	0.626	
มีป้ายบอกทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน	0.622	
การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัย	0.589	
Composite mean= 4.355 , Cronbach alpha = 0.911		
<i>Factor 2: ความศักดิ์สิทธิ์ (IMG2)</i>		6.076
เมื่อปฏิบัติธรรมจะนึกถึงอำเภอนาดูนเป็นลำดับแรก	0.733	
การเดินทางมานาดูนเพื่อไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ช่วยในการเสี่ยงโชค	0.691	
การท่องเที่ยวเป็นการรักษามรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น	0.566	
Composite mean= 4.366 , Cronbach alpha = 0.750		
<i>Factor 3: ความคุ้มค่า(IMG3)</i>		4.229
การท่องเที่ยวมีความคุ้มค่ากับเงินและเวลา	0.669	
ของฝากมีความน่าสนใจ	0.633	
หัตถกรรมท้องถิ่นมีเอกลักษณ์	0.612	
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่แพง	0.609	
ที่จอดรถมีความปลอดภัยและมีจำนวนเพียงพอ	0.531	
ร้านอาหารสะอาด อร่อย บริการดี	0.502	
ของที่ระลึกมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย	0.492	
การท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้น	0.476	
ห้องน้ำสาธารณะสะอาดและมีจำนวนเพียงพอ	0.405	
Composite mean= 4.388 , Cronbach alpha = 0.907		
<i>Factor 4: กิจกรรมทางพุทธศาสนา (IMG4)</i>		3.939
พระบรมธาตุนาดูนเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว	0.730	
กิจกรรมท่องเที่ยวมีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมอีสาน	0.635	
กิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนามีการจัดงานอย่างยิ่งใหญ่	0.619	
กิจกรรมท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดในด้านความสวยงามทางธรรมชาติ	0.607	
คนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีกับนักท่องเที่ยว	0.516	
โบราณสถาน เช่น กู่สันตรัตน์ เป็นจุดดึงดูดการท่องเที่ยว	0.487	
Composite mean= 4.463 , Cronbach alpha = 0.870		
Total variance explained		63.362

ภาพลักษณ์ 1 = สำคัญน้อยที่สุด และ 5 = สำคัญมากที่สุด

Kaiser-Olkin measure of sampling adequacy = 0.957

Bartlett's test of sphericity $p < 0.000$

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 26 ข้อ สามารถจัดกลุ่มรายข้อที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกันได้ 4 กลุ่ม โดยพิจารณาจากค่า Factor loading ที่มากกว่า 0.4 (Hair et al., 2006) ดังนั้น ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม มี 4 ปัจจัย ได้แก่ การให้ข้อมูล (IMG1) ความศักดิ์สิทธิ์ (IMG2) ความคุ้มค่าของเงิน (IMG3) และกิจกรรมทางพุทธศาสนา (IMG4)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์ตามที่ได้ตั้งสมมติฐานดังนี้

H_1 : ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (IMG1)

มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม

H_2 : ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (IMG2)

มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม

H_3 : ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (IMG3)

มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม

H_4 : ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (IMG4) มีความ

สัมพันธ์และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม

ตัวแปร	BDH	IMG1	IMG2	IMG3	IMG4	VIF
\bar{x}	4.495	4.355	4.366	4.388	4.463	
S.D.	0.547	0.801	0.824	0.775	0.747	
BDH		0.374*	0.395*	0.320*	0.528*	
IMG1			0.000	0.000	0.000	1.000
IMG2				0.000	0.000	1.000
IMG3					0.000	1.000
IMG4						1.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าตัวแปรอิสระแต่ละด้านไม่มีความสัมพันธ์กันเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในแต่ละด้านพบว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.320 - 0.528

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์การท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม(BDH) ได้ดังนี้

$$BDH = 4.496 + 0.374(IMG1) + 0.395(IMG2) + 0.320(IMG3) + 0.528(IMG4)$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่า การท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม (BDH) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=249.135$; $p=.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง $AdjR^2$ เท่ากับ 0.675 (ตารางที่ 5) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวแต่ละด้านกับตัวแปรการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอหาดงิ้วจังหวัดมหาสารคาม(BDH)ปรากฏดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูนจังหวัดมหาสารคาม

ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวเชิงพุทธ		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	4.496	0.014	315.511	0.000*
1 IMG1	0.374	0.014	14.340	0.000*
2 IMG2	0.395	0.014	15.147	0.000*
3 IMG3	0.320	0.014	12.280	0.000*
4 IMG4	0.528	0.014	20.265	0.000*
F = 249.135 p = 0.000* AdjR ² = 0.675				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ การให้ข้อมูล (IMG1) ความศักดิ์สิทธิ์ (IMG2) ความคุ้มค่า (IMG3) และกิจกรรมทางพุทธศาสนา (IMG4) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูนจังหวัดมหาสารคามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1,2,3 และ 4

อภิปรายผล

1. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พระบรมธาตุนาดูนเป็นจุดดึงดูดสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาอำเภอนาดูนการท่องเที่ยวในอำเภอนาดูนมีความคุ้มค่ากับเงินและเวลา และการท่องเที่ยวที่อำเภอนาดูนเป็นการรักษามรดกและวัฒนธรรมของท้องถิ่น

2. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พระบรมธาตุนาดูนเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา ข้าพเจ้ายินดีแนะนำบอกต่อคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่อำเภอนาดูน และการท่องเที่ยวในอำเภอนาดูนทำให้ท่านได้รับความสุขทางใจ

3. ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม มี 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) การให้ข้อมูลซึ่งหมายถึงในแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายให้ข้อมูลที่ชัดเจน มีการให้บริการข้อมูลโดยมีบุคคลที่ท้องถิ่น 2) ความศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ การเดินทางมานาดูนเพื่อไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ 3) ความคุ้มค่าของเงิน ได้แก่

การมาเที่ยวที่อำเภอนาดูนมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ค่าใช้จ่ายไม่แพง ของที่ระลึกมีความน่าสนใจ และ 4) กิจกรรมทางพุทธศาสนา ซึ่งหมายถึง กิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนามีการจัดงานอย่างยิ่งใหญ่ พระบรมธาตุนาดูนเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชมสักการ จะเห็นได้ว่า 4 ปัจจัยนี้เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนาดูน ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก ผลการศึกษานี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ วรณาคำปวนบุตร (2557:บทคัดย่อ) ที่ศึกษาความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวของคนในชุมชนอำเภอนาดูนพบว่าคนในชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ความศักดิ์สิทธิ์ ความเลื่อมใสศรัทธาต่อพระบรมธาตุนาดูน และการจัดกิจกรรมทางพุทธศาสนาที่ยิ่งใหญ่ถือเป็นงานประจำจังหวัดมหาสารคามดังนั้นในการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวจึงควรเน้นจุดเด่นเหล่านี้ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เป็นการเสริมสร้างคุณค่าในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน องค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูนนี้มาเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอนาดูน ซึ่งมีความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวและพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

4. ผลกระทบและความสัมพันธ์เชิงบวกของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงพุทธของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูนให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่สำคัญของจังหวัดมหาสารคามเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคามควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูล ความศักดิ์สิทธิ์ ความคุ้มค่าของเงิน และ กิจกรรมทางพุทธศาสนา เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นองค์ประกอบของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูน

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของอำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคามควรมีการนำเสนอข้อมูลในเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ กิจกรรมทางพุทธศาสนาที่สำคัญเพราะเป็นองค์ประกอบของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอนาดูนที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการเก็บข้อมูลในช่วงที่มีงานเทศกาล ประเพณีที่สำคัญของอำเภอนาดูน เพื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในครั้งนี้ที่ทำการเก็บข้อมูลในช่วงที่ไม่มีงานประเพณี ว่า ได้ผลการศึกษาที่แตกต่างกันหรือไม่

2. ควรเพิ่มวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรณีย์ ถนอมกุล. (2547). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดสกลนคร**. การค้นคว้าอิสระบธ.ม. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **สถานที่ท่องเที่ยวพระธาตุนาดูน**. สืบค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2559, จาก <http://thai.tourismthailand.org/>

เทศบาลตำบลนาดูน. (2559). **สถิตินักท่องเที่ยวอำเภอนาดูน**. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.nadooncity.com>.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

ปริดา ไชยา. (2557). **การท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร ประเทศไทย**. รายงานวิจัยคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วรรณมา คำปวนบุตร. (2557, มกราคม). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานเชิงนิเวศวัฒนธรรมในเขตพื้นที่ตำบลพระธาตุ อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม. **วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่**, 6(3), 12-25.

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม. (2559). งาน

นมัสการพระธาตุนาดูน. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2559, จาก <http://www.sarakhamclick.com/sarakham>.

อรจันทร์ ศิริโชติ. (2557, กรกฎาคม). ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**, 34(3), 98-112.

Hair, J.F., Black, W., Babin, B.J., Anderson, R.E., & Tatham, R.L. (2006). **Multivariate Data Analysis (6thed)**. New Jersey : Pearson Education Inc., Upper Saddle River.

Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30(3), 607-610.