

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษาวัดเจติย(ไฉ่) จังหวัดนครศรีธรรมราช : การทบทวนวรรณกรรม
The Religious Tourism Behavior of Thai Tourists: A Case Study of
Wat Chedi (Ai Khai) in Nakhon Si Thammarach Province : A
Literature Review

กิติยา ยอดมณี^{1*} ขวัญฤทัย สายจันทร์ยูน² พัทธมน สุวรรณรัมย์³

รุ่งนภา แก้วมณี⁴ เสฏฐวุฒิ สุภาไชยกิจ⁵ และ อีรพร ทองชะโชค⁶

Kitiya Yodmanee^{1*} Khwanruethai Saijanyun² Phatthamon Suwanrasamee³

Rungnapa Kaewmanee⁴ Setthawut Suphachaiyakit⁵ and Teeraporn Tongkachok⁶

หลักสูตรการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

E- mail: 641011133@tsu.ac.th^{1*,2,3,4,5,6}

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวของไทยได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนไปอย่างมาก และมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไป ตามประเภทของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงศาสนา กำลังเป็นที่สนใจในตลาดโลก ตามรายงานข้อมูลจาก Future Market Insight ในปี 2566 ได้รายงานว่าการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเติบโตอย่างก้าวกระโดด และคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนาจะสร้างมูลค่าเศรษฐกิจทั่วโลกเพิ่มขึ้นเป็น 3 เท่า ในอีก 10 ปีข้างหน้า บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา กรณีศึกษาวัดเจติย(ไฉ่) จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยกำหนดขั้นตอนในการทบทวนวรรณกรรม 3 ขั้นตอน คือ 1) ทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบตัวแปรที่ใช้ศึกษา 2) ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา 3) ทบทวนองค์ประกอบของตัวแปรที่ใช้ศึกษาเพื่อนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิด และวิธีการศึกษา โดยการทบทวนวรรณกรรมและการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาครั้งนี้ได้กรอบแนวคิดประกอบด้วย 1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และปัจจัยองค์ประกอบ การท่องเที่ยว (5A) ประกอบด้วย สิ่งดึงดูด กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก 2) ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ประกอบด้วย ช่วงเวลาที่ใช้ในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกของรูปแบบของเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความคิดเห็นในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และผู้ร่วมเดินทาง โดยกรอบแนวคิดที่ได้ในครั้งนี้นำไปศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงศาสนา พฤติกรรมการท่องเที่ยว วัดเจดีย์

Abstract

At present, Thai tourism has developed greatly. and have different names According to the type of tourism, such as agricultural tourism Religious tourism, etc. Religious tourism is becoming of interest in the world market. According to data from Future Market Insight, in 2023 it was reported that tourism is likely to grow exponentially. It is predicted that religious tourism will triple the value of the global economy in the next 10 years. The objective of this article is to review the literature related to factors affecting religious tourism behavior. A case study of Wat Chedi (Ai Khai), Nakhon Si Thammarat Province. The process of reviewing the literature is determined in 3 steps: 1) reviewing relevant theoretical concepts to determine the variable framework used in the study, 2) reviewing research related to factors affecting religious tourism behavior, 3) reviewing the composition of the variables. used to study in order to create a conceptual framework and methods of study By reviewing the literature and analyzing relevant documents. From this study, a conceptual framework was obtained: 1) Independent variables include demographic factors including gender, age, occupation, income, status, and tourism component factors (5A) consisting of attractions, activities, access, facilities, and accommodations. 2) Dependent variables include behavior. Religious tourism consists of the time spent on tourism. Frequency of traveling for tourism Resources that can access tourist attractions Convenience of the mode of travel Travel expenses Comments on returning to travel again and traveling companions The conceptual framework obtained this time will be further studied with empirical data.

Keywords : Religious Tourism , Travel Behavior , Chedi Temple

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นนับว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้ให้จังหวัดอย่างมหาศาลเพราะจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายในรูปแบบของการท่องเที่ยวมากจึงดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นครศรีธรรมราชมีทั้งอำเภอที่ทันสมัยมีธรรมชาติที่สวยงามมีอาหารที่หลากหลายรวมถึงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์สิ่งดึงดูดใจเหล่านี้ส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวม โดยเฉพาะในปัจจุบันการเดินทางมีความสะดวกสบายเกิดการท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดายและมีความถี่มากขึ้นในปีพ.ศ. 2561 ที่ผ่านมাজังหวัดนครศรีธรรมราชมีรายได้ทางการท่องเที่ยว 2,121 ล้านบาทและมีอัตราการขยายตัว 9.18 เปอร์เซ็นต์ จากปี พ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวนี้ นับเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดประโยชน์ในวงกว้างเนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งสัมพันธ์กับธุรกิจหลายภาค

ส่วนทั้งธุรกิจโรงแรมที่พัก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวร้านอาหาร รวมไปถึงธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนทำให้เกิดเงินหมุนเวียนมากขึ้นและเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นสืบเนื่องจากความสำคัญของการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาข้างต้น ภาครัฐและภาคเอกชนจึงควรที่จะให้สนับสนุนอย่างจริงจัง โดยหาช่องว่างในอุตสาหกรรมเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องเปิดโอกาสให้เกิดการท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้นไปอีก สำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นนอกจากจะเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวแล้วก็นับได้ว่าเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศไทย นอกจากจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวแล้วก็นับว่าเป็นเมืองที่มีค่าครองชีพที่ไม่สูง แต่มีนักท่องเที่ยวใช้จ่ายในระดับที่น่าพอใจและทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเยือนได้ง่ายเพราะค่าใช้จ่ายต่ำกว่ามากหากเทียบกับจังหวัดอื่นๆของประเทศ (สำนักข่าว TNN, 2563)

แม้ว่าในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในปี พ.ศ. 2563 ท่ามกลางประเทศไทย ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้หยุดชะงักและส่งผลกระทบโดยตรงต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากที่ผ่านมาประเทศไทยได้พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวจากต่างประเทศเป็นหลัก อย่างไรก็ตามท่ามกลางวิกฤติการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยนั้นได้เกิดปรากฏการณ์สำคัญที่ผู้คนจำนวนมากได้เดินทางไปยังวัดเจดีย์ ทำให้เกิดกระแส "ไอ้ไข่วัดเจดีย์" ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ทำให้เศรษฐกิจด้านท่องเที่ยวและที่พักในจังหวัดนครศรีธรรมราชคึกคักเป็นอย่างมาก มีผู้คนแห่เที่ยวสักการะแน่นวัดเจดีย์ทุกวัน ห้องพักรับเต็มหมดทั้งจังหวัด สายการบินต่าง ๆ ต้องเพิ่มเที่ยวบิน จากการที่มีผู้คนจำนวนมากจากทั่วสารทิศและต่างประเทศประสบความสำเร็จด้านหน้าที่การงานและธุรกิจ หลังจากที่มากราบไหว้สักการะไอ้ไข่ที่วัดเจดีย์แล้วสำเร็จสมใจ ก็กลับมาจุดประทัดแก้บนเป็นจำนวนมากจนเศษประทัดกองเป็นภูเขา จากผู้คนจำนวนมากแห่หลังไหลเข้ามาเที่ยววัดเจดีย์เพื่อกราบไหว้ สักการะรูปปั้นไอ้ไข่ ซึ่งส่วนใหญ่จะบนบานในเรื่องเงินทองและหน้าที่การงาน จนกลายเป็น คำพูดว่า "ขอได้ไหว้รับ" กระแสผู้คนจำนวนมากที่แห่หลังไหลเข้ามาในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีเป้าหมายเดียวกันเพื่อไปกราบไหว้รูปปั้นไอ้ไข่ในวัดเจดีย์ (กรุงเทพธุรกิจ, 2563)

วัดเจดีย์(ไอ้ไข่) จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอีกหนึ่งสถานที่ที่มีชื่อเสียงในด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาตั้งแต่อดีต เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีของพื้นที่ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาที่มีผู้คนศรัทธา ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในวัดเจดีย์(ไอ้ไข่)จังหวัดนครศรีธรรมราช ในวันธรรมดาจันทร์ – ศุกร์ มีคนเดินทางมาโดยเฉลี่ยประมาณ 4,000 - 5,000 คนต่อวัน ส่วนวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ มีคนเดินทางมาโดยเฉลี่ยประมาณ 15,000 - 17,000 คนต่อวัน ยิ่งในช่วงเทศกาลปีใหม่ม 2566 มีคนเดินทางมามากกว่าปกติ ส่งผลให้เงินสะพัดในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเฉลี่ยทั้งปีนับพันล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจ, 2566)

การศึกษาในครั้งนี้จึงทำการทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาวัดเจดีย์(ไอ้ไข่) จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของชาวไทยส่งผลให้เศรษฐกิจของชาวบ้านดีขึ้น และเพื่อหาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกร

ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและเพื่อหาปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว(5A) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ซึ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับนั้นสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษา แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาวัดเจดีย์(ไอ้ไข่) จังหวัดนครศรีธรรมราช

แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิด

การศึกษาค้นคว้าได้ดำเนินการทบทวนแนวคิดทฤษฎีด้วยการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประวัติความเป็นมาของวัดเจดีย์(ไอ้ไข่)หรือวัดไอ้ไข่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว(5A) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ดังนี้

1) วัดเจดีย์ หรือ วัดไอ้ไข่

วัดเจดีย์ไอ้ไข่มีผู้มาสักการะกว่าพันคนต่อวัน เพื่อสวดภาวนาต่อรูปปั้นเด็กชายอายุ 10 ขวบสวมชุด ลายพรางทหารและแว่นกันแดด บางคนถึงกับขับรถจากมาเลเซียเพื่อไปเยี่ยมไอ้ไข่ ซึ่งแปลว่า "เด็กไข่" ซึ่ง เป็นชื่อเล่นที่เรียกกันทั่วไปสำหรับเด็กผู้ชายตัวเล็ก ๆ ในภาคใต้ ว่ากันว่าเขาเป็นเพื่อนของหลวงปู่ทวด พระภิกษุผู้เพียรในศตวรรษที่ 17 ซึ่งเสียชีวิตระหว่างแหว่งพักที่วัดร้าง พระเฒ่าขอให้ผีเด็กชายอยู่ที่นี่จนกว่าผู้มีบุญจะเกิดมาบูรณะวัดจึงให้ไอ้ไข่ เป็นวิญญาณอารักขาวงศ์บ้านในท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสของเขาคือแพร่กระจายไปทั่วภายใต้สโลแกนที่แปลว่า “ขอ อธิษฐาน รับ” รูปปั้นไอ้ไข่อยู่ทุกหนทุกแห่งที่นี่ - ไอ้ไข่เป็นสัตว์ เลี้ยงตัวโปรดของไอ้ไข่ตอนเป็นเด็กผู้ชาย - และเสียง ประทัดดังอยู่เสมอ เดิมทีผู้มาเยือนขอให้วิญญาณช่วยพวกเขาค้นหาของที่สูญหายแต่พลังของเขาได้ขยายออกไป ปัจจุบันผู้คนสวดภาวนาให้ไอ้ไข่เพื่อลูกชายที่ฉลาดและน่ารักเหมือนไข่และขอเลขลอตเตอรี่ หลังจากนั้นพวกเขาจะถูกล่าถ่มของตันไม้ศักดิ์สิทธิ์เพื่อหวังว่าจะได้เลข รางวัล ในทางกลับกันก็มีอุปกรณ์ลายพราง ของเล่นเด็ก ไข่ต้ม และของหวาน (ไอ้ไข่น้ำแดงขวดหมดเกลี้ยงแล้ว) เมื่อสวดมนต์ได้แล้ว ผู้มีศรัทธาจะกลับมา อุบัติการณ์อะไรรำหรือการแสดงหุ่นเชิด

2) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

นางเกศสุตา ไถงตระกูล(2560) กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา พัฒนาจิตใจ ยึดแนวทางปฏิบัติตามหลักของศีล สมาธิ และปัญญา เป็นการสร้างสัมพันธ์อันดีงามระหว่างเพื่อนมนุษย์ สังคม และสิ่งแวดล้อม สร้างความหมายอย่างที่เราเข้าใจง่ายขึ้น การท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดปัญญา

พระสนั่น เจริญยิ่ง(2565) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาจึงมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมอย่างแยกกันไม่ได้เพราะบางสิ่งที่คนสร้างขึ้นในที่สุดก็กลายเป็นคนสร้างวัฒนธรรม สำหรับคนไทยซึ่งมีความเชื่อ ความศรัทธาในพระพุทธศาสนา จะถือว่าวัดเป็นที่พึ่งทางกาย เป็นที่ช่วยพัฒนาจิตใจและเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วย ส่วนคนต่างชาติที่ถือลัทธิความเชื่อต่างไปจากคนไทย เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ส่วนมากเพื่อชมความงดงามของงานสถาปัตยกรรมและงานพุทธศิลป์ที่ตื่นตา จะมีเพียงบางส่วนที่สนใจใฝ่ศึกษาพระธรรมในระดับของการพัฒนาปัญญาที่ลึกซึ้งขึ้นไป

ชนัญ วงษ์วิภาค (ม.ป.ป.) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นแง่มุมเฉพาะอย่าง หนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนามีเป้าประสงค์ 2 ประการใหญ่ คือ การท่องเที่ยวพักผ่อนทางกายเหมือนเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวในบริบทอื่น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการแสวงหาความสงบวิเวกทางใจผ่านสื่อกลางทางศาสนา ความเชื่อ และความคาดหวังที่จะได้รับการเติมเต็มทางใจในรูปของโชคลาภ จากเครื่องรางของขลังและสิ่งลี้ลับที่เชื่อว่ามีปาฏิหาริย์แฝงอยู่

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางศาสนา เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติเรื่องราวความสำคัญทางศาสนา ได้รับประสบการณ์ต่างๆ อันส่งผลให้พัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจ

3) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หรือ พฤติกรรมผู้บริโภค มีความหมายที่คล้ายคลึงกัน คือ การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก ดังนั้นกำหนดนิยามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ดังนี้

กรรณิกา พิมพ์ศรี (2547) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นแง่ของสังคมวิทยา เพราะพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากสาเหตุที่แตกต่างกัน เช่น การอบรมเลี้ยงดู การศึกษา เพศ รสนิยม วัย เชื้อชาติ ศาสนา และประสบการณ์

พิชญนันท์ นภาพรจินดาพัชร (2561) ได้กล่าวว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลที่จะแสดงออกต่างกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมีความชอบหรือไม่ชอบสถานที่เหล่านั้น สินค้าหรือบริการนั้น ๆ อย่างไร การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนี้นักท่องเที่ยวก็เพื่อที่จะรวบรวมข้อมูลและวางแผน เพื่อที่หาทางพัฒนาการท่องเที่ยวและการบริการให้สอดคล้องกับความพึงพอใจและความต้องการของตลาดต่อไปในอนาคต

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยวเป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน

4) ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)

ศิวพร มีนาภา (2561) กล่าวว่า ปัจจัยหลักในการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง การต้อนรับ เป็นต้น การเดินทางของนักท่องเที่ยวยังมาจาก เหตุผลทางด้านความดึงดูดของสถานที่

ท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต และธรรมชาติที่สวยงาม หรือ ความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่คนได้สร้างขึ้น รวมถึงประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ประเพณีต่างๆ เป็นต้น

อารดา หรูสกุล (2563) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. ความดึงดูดใจ (Attraction) คือ โดยมีความงามตามธรรมชาติมาเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ เช่น ความสวยงามของทะเลสีฟ้าคราม หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเพื่อความสวยงาม เช่น รีสอร์ทบนเกาะ เป็นต้น

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) คือ ผู้ดูแลจำเป็นต้องจัดการสร้างการคมนาคมที่มีความสะดวกสบาย เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกก็จะเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เช่น การมี สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ น้ำประปา ไฟฟ้าและระบบการสื่อสาร ระยะเวลา โดยใช้เทคโนโลยีต่างๆ

4. ที่พัก (Accommodation) คือ โรงแรมที่พักที่สามารถพักค้างคืนได้ ซึ่งในการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้น การที่สามารถค้างคืนภายในแหล่งท่องเที่ยวก็จะอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวเป็น อย่างมากเช่นกัน

5. กิจกรรม (Activity) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การดำน้ำดูปะการัง การยิงธนู เป็นต้น

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงในการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นอย่างมาก ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการนำแนวคิดมาใช้ในการวิจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาวัดเจติยไฉ่ (ไอ้ไข่) จังหวัดนครศรีธรรมราช

5) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ดุจเดือน ปัญโยวัฒน์ และภทริยา พรหมราชกุล (2562) ได้ให้คำนิยามของการจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ดังนั้นลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการระบุความแตกต่างที่มีอยู่ในตัวบุคคล อันได้แก่ อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ ครอบครัว ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน) ระดับการศึกษา และรวมถึงอายุการทำงาน

Kotler & Armstrong (2018) กล่าวว่าแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ที่เป็นที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อจำแนกความแตกต่างของผู้บริโภคตามรายละเอียดดังนี้

1.อายุ (Age) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความชอบความต้องการของผู้บริโภค ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าแต่ละช่วงอายุเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีลักษณะแบบใด มีความต้องการอย่างไรเพื่อที่จะสามารถแบ่งส่วนตลาดและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น

2.เพศ (Sex) ผู้หญิงและผู้ชายมีความชอบทัศนคติและความคิดที่แตกต่างกัน ทำให้วิธีการที่นักการตลาดจะใช้กับผู้หญิงและผู้ชายไม่เหมือนกันแต่ในปัจจุบันเรื่องเพศก็เปลี่ยนไปในทางซับซ้อนมากขึ้นผู้หญิงในปัจจุบันอาจไม่ใช่คนที่ทำงานบ้านทำกับข้าวรอสามีอยู่ที่บ้านแล้วแต่ผู้ชายอาจจะเป็นคนทำแทนก็เป็นได้ทำให้นักการตลาดต้องระมัดระวังในการวิเคราะห์เรื่องนี้เพื่อให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการตลาดของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education, Occupation) รายได้ การศึกษา และอาชีพเป็นปัจจัยสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยรายได้ว่าผู้บริโภคมีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หรือไม่ในขณะเดียวกันเมื่อประกอบปัจจัยด้านการศึกษาและอาชีพก็จะส่งผลให้เห็นถึงรูปแบบในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคซึ่งแม้ว่าจะมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการซื้อแต่อาจจะมีวิธีที่สามารถทำได้ทำให้นักการตลาดส่วนใหญ่มักเชื่อมโยงปัจจัยเรื่องรายได้กับปัจจัยด้านอื่น ๆ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาดได้ชัดเจนมากขึ้น

6) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สุริยรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2554) เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แสดงออกมาของ นักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ควรทราบเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งขึ้นกับสภาพแวดล้อม ที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ การคมนาคม รสนิยม ค่านิยม รวมถึงปัจจัยที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้

(1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic factor) เศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและสามารถบ่งบอกถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ละชาติหากนักท่องเที่ยว กลุ่มใดที่เดินทางมาจากต่างประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักถูกจัด อันดับต้น ๆ เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกทางด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไป ในทุกๆด้าน เช่น ด้านที่พัก จะใช้บริการที่พักในโรงแรมระดับสี่ดาวถึงห้าดาว ด้านอาหารจะใช้ บริการอยู่ในโรงแรมหรือภัตตาคาร ด้านนันทนาการ จะใช้บริการอยู่ในโรงแรมระดับสูงด้านการ ท่องเที่ยว จะใช้บริการกับทางบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก จะเลือกซื้อที่อยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวเป็นต้น ตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศพื้นฐานไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งด้วย จึงมักมีปริมาณนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

(2) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรจำนวนมาก การแสดงออกของนักท่องเที่ยว โดยมากแล้ว จะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศ ที่มีประชากรน้อย เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก ผู้ที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดีพอในการเดินทางท่องเที่ยว ได้ ย่อมอยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคมการแสดงออกทางพฤติกรรมย่อมแตกต่างหรือตรงข้าม กับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ซึ่งมีประชากรอยู่จำนวนน้อย เป็นต้น

(3) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic factor) มีผลต่อการแสดงออกของ นักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปเหนือหรือสแกนดิเนเวีย นั้นมักนิยม เดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาด โดยรักที่จะนอนอาบแดด เพราะท้องถิ่นที่อาศัยอยู่นั้นเป็นเขตหนาว มีแสงแดดน้อยมาก ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจาก

ประเทศแถบร้อน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในร่ม เช่น ศูนย์การค้า (Shopping center) หรือแหล่งบันเทิงในร่ม (In house entertainment) ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านี้

(4) ปัจจัยทางการเมือง (Political factor) ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยวด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมาก เดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลักคือการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะ เดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง

(5) ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Media factor) ในยุคโลกาวิวัฒน์ปัจจัยด้าน สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ อินเทอร์เน็ตหรือสื่อทางดาวเทียม ซึ่งปัจจัยด้านสื่อมวลชนสามารถสร้างเสริมและทำลายการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรงและอ้อม เช่น การเผยแพร่ข่าวที่ไม่เป็นความจริงส่งผลให้ไม่เกิดผลดีต่อภาพลักษณ์ของประเทศ

(6) ปัจจัยทางเวลา สภาวะและสุขภาพ (Factor of timing, situation and healthy) ปัจจัยด้านนี้มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากด้วยนักท่องเที่ยวจะวางแผนการท่องเที่ยวหรือเดินทางแต่ละครั้ง ปัจจัยทั้งสามอย่างจะต้องพร้อม หากมีปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไม่พร้อม ก็อาจจะกระทบต่อการเดินทางทันทีอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อการเดินทางท่องเที่ยว

(7) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology factor) ปัจจัยทางเทคโนโลยีได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความ สะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร อันได้แก่ ระบบการจอง สำรอง ที่นั่งเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบิน ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวกสบายรวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความ มั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วยนักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป

วิธีการศึกษา

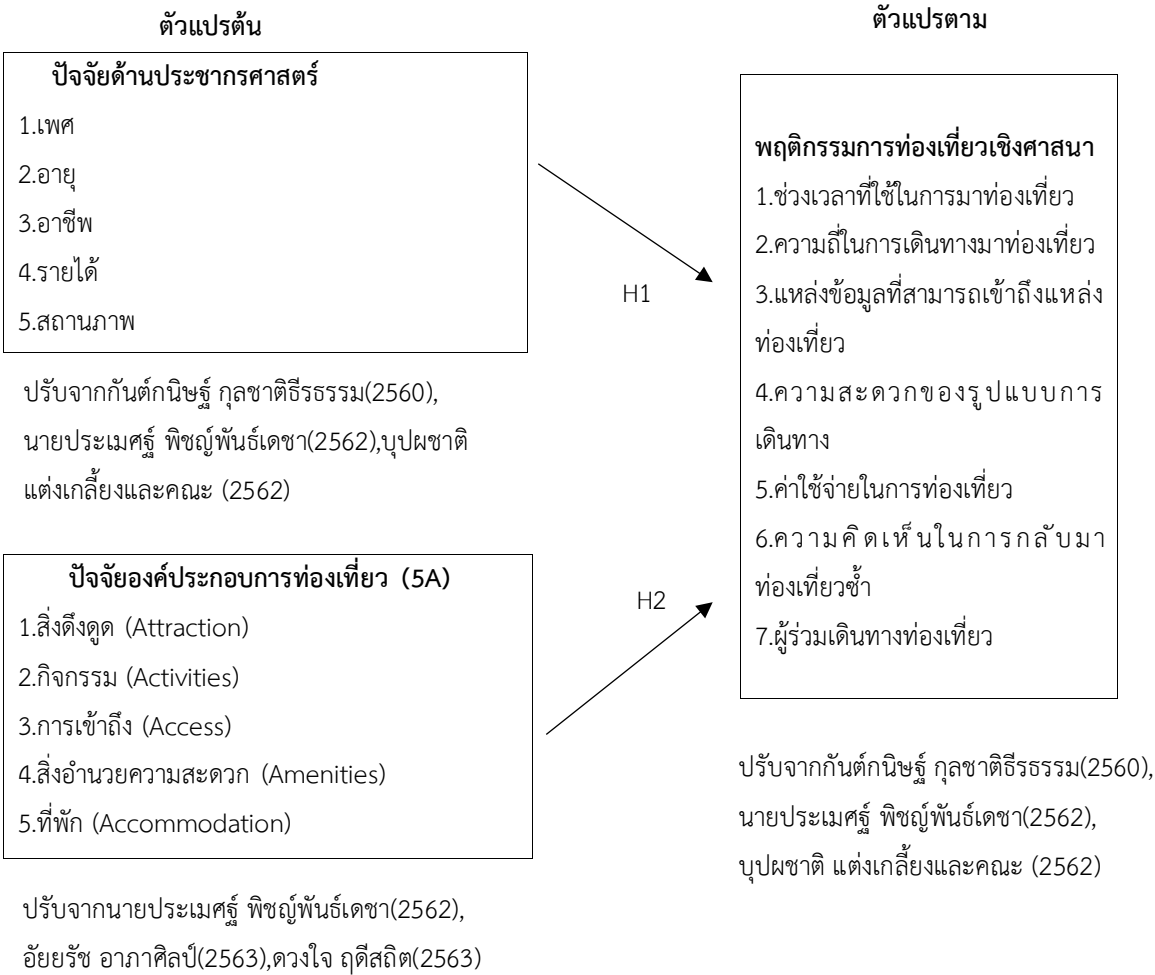
1. กำหนดขั้นตอนในการทบทวนวรรณกรรม 3 ขั้นตอน คือ 1) ทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบตัวแปรที่ใช้ศึกษา 2) ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา 3) ทบทวนองค์ประกอบของตัวแปรที่ใช้ศึกษาที่นำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิด

2. กำหนดแหล่งสืบค้นข้อมูลบทความจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Database) งานวิจัยในประเทศไทย ได้แก่ TCI หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-book

3. กำหนดแหล่งสืบค้นข้อมูลรายงานการวิจัยสถาบันต่าง ๆ เอกสารอ้างอิงของงานวิจัยทั้งหมดที่สามารถสืบค้นได้ และเว็บไซต์ Google Scholar

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสร้างกรอบแนวคิดบนพื้นฐานของแนวคิดและทฤษฎี ซึ่งแสดงได้ดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) โดยทั้งสองปัจจัยดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

บทสรุป

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาวัดเจดีย์ไฉโย จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาได้กรอบแนวคิดการวิจัยที่แสดงถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว(5A) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกรอบแนวคิดที่ได้ครั้งนี้จะนำไปใช้ศึกษากับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กัณฑ์นิษฐ์ กุลชาติธรรม, นชวัล ต้นทับทิมทอง, เอกชัย สีท่ามา, อิสริย์ ดิยะพิพัฒน์, ขวัญข้าว พูลเพิ่ม. (2560).

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ดวงใจ ฤทธิสกลิต. (2563). องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นางสาวธิดาพร ลักษณะวิลาศ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร.

นายประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา. (2561). การจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย.วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, วิทยาลัยนวัตกรรมการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุปผชาติ แต่งเกลี้ยง, สิทธิชัย นวลเศรษฐ, ดนวัต สีพุดสุข. (2562). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช. คณะเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช.

รัติกัญจน์ ชัดสากาญจน์(2565). การประเมินค่าทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยววัดเจดีย์ไฉโยอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช. บทความวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

แสงรวี เกตุสุวรรณ. (2563). องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อนุชิต พึ่งปัญญาดี. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว. สารนิพนธ์ บช.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อัยยรัช อาภาศิลป์. (2563). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในพุทธมณฑลประจำจังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ). คณะการจัดการท่องเที่ยว,สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ค้นจาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

วัดเจดีย์ หรือ วัดไฉโย ค้นจาก หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ “Connecting to Spiritual Thailand”