

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษาวัดเจดีย์(ไอ้ไข่) จังหวัดนครศรีธรรมราช : การทบทวนวรรณกรรม
Religious tourism behavior of Thai tourists, a case study of Wat Chedi
(Ai Khai), Nakhon Si Thammarat Province : A Literature Review

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาวัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาวัดเจดีย์(ไอ้ไข่)จังหวัดนครศรีธรรมราช ในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาโดยกำหนดขั้นตอนในการทบทวนวรรณกรรม ๓ ขั้นตอน คือ ๑) ทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบตัวแปรที่ใช้ศึกษา ๒) ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ๓) ทบทวนองค์ประกอบของตัวแปรที่ใช้ศึกษาที่นำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิด ผลการศึกษาครั้งนี้ได้กรอบแนวคิดประกอบด้วย ๑) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว (๕A) ประกอบด้วย สิ่งดึงดูด กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก ๒) ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ประกอบด้วย ช่วงเวลาที่ใช้ในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกของรูปแบบของเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความคิดเห็นในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ผู้ร่วมเดินทาง โดยกรอบแนวคิดที่ได้ในครั้งนี้นำไปศึกษากับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงศาสนา , พฤติกรรมการท่องเที่ยว , วัดเจดีย์

Abstract

study of Religious tourism behavior of Thai tourists A case study of Wat Chedi (Ai Khai), Nakhon Si Thammarat Province. To develop a research framework to study factors influencing religious tourism behavior of Thai tourists, a case study of Wat Chedi (Ai Khai), Nakhon Si Thammarat Province. This time, the researcher reviewed the literature related to factors affecting religious tourism behavior by setting up ๓ steps in the literature review: ๑) reviewing relevant theoretical concepts to determine the variable framework used in the study; ๒) reviewing Research related to factors affecting religious tourism behavior. ๓) Review the elements of the study variables that lead to the creation of the conceptual framework. The results of this study resulted in a conceptual framework consisting of ๑) independent variables, including demographic factors including gender, age, occupation, income, status, and tourism component factors (5A) consisting of attractions, activities, access, amenities, and accommodations. ๒) dependent variables, including 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 traveling companion The conceptual framework obtained this time will be further studied with empirical data.

Keyword : Religious Tourism , Travel Behavior , Chedi Temple

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ สร้างงานให้แก่ประชาชน และสร้างระบบสาธารณสุขโรคอีกมากมาย แต่ในขณะเดียวกันทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ถูกใช้ไปอย่างหนักจนเกิดปัญหาความเสื่อมโทรมและส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามมา อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติยังมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน รูปแบบการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบก็มีความแตกต่างกัน (บุญชัย อาสอภิสิต, ๒๕๖๑) ส่งผลให้มีการนำเสนอแนวคิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมาก เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religion Tourism) โดยเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ ความสบายใจและเรื่องที่น่าสนใจเกี่ยวกับการศึกษาพุทธศาสนา นอกจากนี้ยังรวมถึงการเดินทางไปเพื่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การนมัสการเกจิอาจารย์และการประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนา (วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และ พะยอม ธรรมบุตร, ๒๕๕๘)

ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาจัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เป็นมุมมองของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และมีแนวโน้มในการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นับถือศาสนาพุทธ เพราะเป็นการเดินทางเพื่อทัศนศึกษาพร้อมกับการเรียนรู้ทางด้านพุทธศาสนารวมถึงวัฒนธรรมในท้องถิ่น การเข้าร่วมกิจกรรมทางพุทธศาสนาภายในวัด ในเทศกาลต่างๆ ตามประเพณีปฏิบัติของผู้คนในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้กับชุมชนและผู้คนในท้องถิ่นนั้นๆ ได้เป็นอย่างดีในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าทัวร์ไหว้พระทำบุญ ณ วัดสำคัญต่างๆ หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า ทัวร์ไหว้ พระเก้าวัด เริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความเป็นสิริมงคลกับตนเอง (ธนิต บุตรทิพย์สกุล, ๒๕๕๘)

วัดเจดีย์(ไผ่) จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอีกหนึ่งสถานที่ที่มีชื่อเสียงในด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาตั้งแต่อดีต เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีของพื้นที่ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาที่มีผู้คนศรัทธา ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในวัดเจดีย์(ไผ่)จังหวัดนครศรีธรรมราช ในวันธรรมดาจันทร์ – ศุกร์ มีคนเดินทางมาโดยเฉลี่ยประมาณ ๔,๐๐๐ - ๕,๐๐๐ คนต่อวัน ส่วนวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ มีคนเดินทางมาโดยเฉลี่ยประมาณ ๑๕,๐๐๐ - ๑๗,๐๐๐ คนต่อวัน ยิ่งในช่วงเทศกาลปีใหม่๒๕๖๖ มีคนเดินทางมาจำนวนมากกว่าปกติ ส่งผลให้เงินสะพัดในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเฉลี่ยทั้งปีนับพันล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจ, ๒๕๖๖)

การศึกษาในครั้งนี้จึงทำการทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาวัดเจดีย์(ไผ่) จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของชาวไทยส่งผลให้เศรษฐกิจของชาวบ้านดีขึ้น และเพื่อหาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและเพื่อหาปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว(๕A) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ซึ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับนั้นสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาวัดเจดีย์(ไผ่) จังหวัดนครศรีธรรมราช

แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิด

๑. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (๒๕๕๑) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Region Tourism) เป็นการเดินทางโดยมีเหตุผลทางศาสนาเป็นหลักถือเป็นการปฏิบัติที่มีมาตั้งแต่ยุคแรกๆ ซึ่งเหตุผลในการเดินทางที่แท้จริงแล้วอาจไม่มีการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ในปัจจุบันการเดินทางลักษณะนี้มักจะรวมกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากกิจกรรมทางพุทธศาสนาเข้า ซึ่งอาจรวมถึงการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือประกอบพิธีกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพสังคมที่วุ่นวายในปัจจุบันนี้ผู้คนโดยทั่วไปต่างให้ความสำคัญสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาเป็นที่พึงพิงทางจิตใจกันมากขึ้น

กรมการท่องเที่ยว (๒๕๕๙) กล่าวว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจที่ต้องการเสริมสร้างความเจริญทางจิตใจและความเป็นมงคลให้กับชีวิต เพื่อสนับสนุนให้เกิดการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้สอดคล้องกับ วัฒนธรรมอันดีงามและสถาปัตยกรรมของประเทศไทยที่มีอยู่อย่างยั่งยืน อีกทั้งเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงความสนใจพิเศษอีกด้วย

ชนัญ วงษ์วิภาค (ม.ป.ป.) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นแง่มุมเฉพาะอย่าง หนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนามีเป้าประสงค์ ๒ ประการใหญ่ คือ การท่องเที่ยวพักผ่อนทางกายเหมือนเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวในบริบทอื่น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการแสวงหาความสงบวิเวกทางใจผ่านสื่อกลางทางศาสนาความเชื่อ และความคาดหวังที่จะได้รับการเติมเต็มทางใจในรูปของโชคลาภ จากเครื่องรางของขลังและสิ่งลี้ลับที่เชื่อว่ามีความปาฏิหาริย์แฝงอยู่

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางศาสนา เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติเรื่องราวความสำคัญทางศาสนา ได้รับประสบการณ์ต่างๆ อันส่งผลให้พัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจ

๒. วัดเจดีย์ หรือ วัดไผ่ไข่

ประวัติและตำนานของไผ่ไข่ว่า เมื่อกาลล่วงมากกว่า ๓๐๐ ปีแล้ว สถานที่แห่งนี้เป็นที่รกร้าง มีหลักฐานให้รู้ว่าเป็นวัด ชากอิฐที่ปรักหักพัง และพระพุทธรูปที่ชาวบ้านเรียกว่า “ท่านเจ้าวัด” ยังคงหลงเหลืออยู่กับความศักดิ์สิทธิ์ของเด็กวัด สิ่งดังกล่าวคงระดับความศรัทธาของชาวบ้านผู้นับถือเพราะได้พบว่ามีการบนบานศาลกล่าวอย่างต่อเนื่องกว่าร้อยละ ๙๙ ที่ได้ตั้งใจปรารถนา เมื่อสิ่งบนบานสัมฤทธิ์ผลก็มีคนเข้ามาแก้บนที่วัดร้างแห่งนี้เป็นประจำ ท่านเจ้าอาวาสกล่าวต่อไปว่า ท่านเองก็อยากทราบประวัติเหมือนที่ญาติโยมพุทธบริษัทถามนั่นแหละ ท่านถามใครก็ไม่รู้แต่ผู้เฒ่าผู้แก่เล่าว่าเรื่องคล้ายกันว่า “รู้แต่ว่าปู่ของปู่ ๆ หรือย่าของย่า ๆ ตรงนี้เป็นที่วัดมีเด็กเป็นสิ่งที่ศักดิ์สิทธิ์ประจำวัด” เจ้าอาวาสเลยพยายามค้นคว้าหาข้อมูลและสอบถามผู้คนที่มีความรู้เรื่อง ไผ่ไข่ จนได้ความว่า ย้อนอดีตไปตั้งแต่สมัยวัดเจดีย์มีพระชรัททองเป็นเจ้าอาวาส ซึ่งได้มีเด็กวัดคอยให้การรับใช้อยู่ ๒ คน คนแรกมีชื่อว่า เขมียน แต่อีกคนไม่ทราบชื่ออะไรแต่ชาวบ้านแถวนั้นต่างแรกรุ่นว่า “ไผ่ไข่” เป็นเด็กที่อยู่บริเวณวัดมีความซนตามประสาเด็ก แต่ชอบช่วยเหลือผู้อื่นที่มีความเดือดร้อนเพราะมีวิชาอาคมเก่งกว่าเด็กคนอื่น ๆ โดยเล่ากันว่าหากเรื่องใดที่ชาวบ้านไม่สามารถแก้ปัญหาได้ ก็จะนึกถึงเด็กวัดคนนี้เพราะทุกครั้งทีขอให้ ช่วยก็จะสำเร็จผลทุกครั้ง เพราะเด็กวัดคนนี้ถือสังข์จะ หากกล่าวแล้วก็จะต้องทำให้ได้ตามที่กล่าวไว้ตัวอย่างเช่น กรณีควายของชาวบ้านไม่ยอมให้เจ้าของจับเลยมาขอให้ไผ่ไข่ช่วยก็สามารถจับควายตัวนั้นได้ จนทำให้ชาวบ้านต่างสรรเสริญเอ็นดูและกลายเป็นที่รักของผู้คน ต่อมาเมื่อสมัยมีศึกสงครามพม่ายกทัพมาทางเมืองนครศรีธรรมราช (ในศึกสงคราม๙ทัพ ที่พม่าต่างยกทัพเข้าล้อมกรุงศรีอยุธยาโดยรอบ) ทำให้ผู้คนต่างอพยพหนีสงคราม มีเพียงแต่เจ้าอาวาสที่แก่ชราและเด็กวัดที่มีชื่อว่าไผ่ไข่ อยู่เฝ้าวัด พระอธิการอธิษฐาน เจ้าอาวาสวัดเจดีย์ไผ่ไข่ปัจจุบันได้กล่าวว่าไม่ทราบว่าท่านชรัททอง (อดีตเจ้าอาวาส) และไผ่ไข่เสียชีวิตเมื่อใด เป็นเพียงแค่เรื่องเล่าว่าไผ่ไข่เดินลงน้ำเพื่อปลิดชีวิตตัวเองหวังให้ดวงวิญญาณอยู่เฝ้ารักษาวัดหลังจากที่ท่านเจ้าอาวาสได้มรณภาพ จากนั้นก็ได้ปรากฏกายให้ชาวบ้านเห็นว่าวิ่งเล่นอยู่ภายในบริเวณวัด อีกเรื่องคือประมาณปี พ.ศ. ๒๕๔๓ ได้มีกองทหารจากกองทัพภาคที่ ๔ เข้ามาในพื้นที่เพื่อปราบปรามผู้ก่อการร้าย และนอนพักค้างแรมที่วัดแห่งนี้ ก็ได้เจอกับสิ่งที่ไม่คาดคิดนั่นคือ วิญญาณไผ่ไข่ ที่มาวิ่งเล่นและตึงแขนตึงขา และแสดงอิทธิฤทธิ์ให้เห็นต่อจากนั้น ไผ่ไข่ ก็เริ่ม

เป็นที่รู้จักของผู้คนมากขึ้น ซึ่งแท้จริงแล้วเรื่องราวของไอ้ไข่มีมานาน ชาวบ้านที่อยู่บริเวณวัดต่างรู้ดีและเข้ามาขอความช่วยเหลือจากไอ้ไข่อยู่เป็นประจำจนได้มีการนำเอาไม้ตะเคียนมาแกะสลักให้เป็นรูปเด็กที่มีอายุประมาณ ๙-๑๐ ขวบ แล้วเชิญดวงวิญญาณมาสถิต โดยผู้ใหญ่เที่ยง เมืองอินทร์ ผู้ที่มีวิชาอาคมแล้วนำไปไว้ในกุฏิภายในวัดให้ผู้คนกราบไหว้บูชาบนบานศาลกล่าว จากนั้นมา ก็มีการปรับปรุงและพัฒนาวัดมาเรื่อย ๆ และมีการจัดสร้างรูปปั้นไอ้ไข่ขึ้นมามากมาย ด้วยแรงศรัทธาของผู้คนที่สมหวังจากเรื่องที่ขอจนได้ขนานนามไอ้ไข่ให้กลายเป็น “เทพแห่งสามัญชน” (คำรพ เกิดมีทรัพย์, ๒๕๕๖)

๓. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

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

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (๒๕๕๓) ได้กล่าวว่า การกระทำหรือการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพฤติกรรมที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายใน และภายนอก หรือเป็นพฤติกรรมด้านความรู้ ด้านความคิด ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบ และพฤติกรรมด้านการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

กรรณิกา พิมพ์ศรี (๒๕๕๗) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นแง่ของสังคมวิทยา เพราะพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากสาเหตุที่ต่างกัน เช่น การอบรมเลี้ยงดู การศึกษา เพศ รสนิยม วัย เชื้อชาติ ศาสนา และประสบการณ์

ชูชัย สมธิโก (๒๕๕๔) ได้กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

สุปัญญา ไชยชาญ (๒๕๕๐) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สุริรัตน์ เตชะทวีวรรณ (๒๕๕๕) ให้ความหมายของพฤติกรรม ว่า การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใดๆก็ตาม แบบคล้ายคลึงกันบ่อยครั้ง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน ความหมายของคำว่า พฤติกรรม อาจจะคล้ายกับคำว่า นิสัย แต่จะแตกต่างกันเพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ ถือว่าเป็น พฤติกรรม หากไม่แสดงออกมาให้เห็น เราจะเรียกว่า นิสัย ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behaviour หรือ อเมริกัน เรียกว่า Behavior ซึ่งแปลว่า การปฏิบัติตัวความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการ หรือการแสดงออก

ชวลินช อุทยาน (๒๕๕๑) ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ว่า เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นหรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการหนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน จะมีความสัมพันธ์กัน โดยที่พฤติกรรมภายใน จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

ปณิศา ลัญชานนท์ (๒๕๕๘) ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยว ที่จะสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจอย่างเต็มที่

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (๒๕๕๕) ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ว่า การประพฤติหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยว การแสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูปรับประทานอาหาร ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัย หรือความต้องการพื้นฐานของแต่ละคน ที่อาจคล้ายคลึงหรือแตกต่างหรืออาจมาจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่ได้รับขณะนั้น

Mayo และ Jarvis (๑๙๘๑) ให้ความหมายของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวว่าสามารถอธิบายได้จากระยะเวลาของกระบวนการการตัดสินใจและจากอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ทางด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเลือกของบุคคลนั้นหลังจากที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวแล้ว เขาก็จะทำการตัดสินใจเรื่องอื่นๆ ในภายหลัง เช่น เริ่มจะตัดสินใจเกี่ยวกับว่าจะไปที่ไหน และจะทำอะไรบ้าง โดยการใช้วิธีต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ มีตั้งแต่การตัดสินใจในเรื่องง่ายในชีวิตประจำวันไปจนถึงการตัดสินใจที่ต้องใช้เวลานักทฤษฎีส่วนใหญ่มีความเชื่อร่วมกันว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายผู้บริโภคทุกคนมีอิสระในการเลือก และมีอิสระในการตัดสินใจว่าจะเลือกท่องเที่ยวที่ไหน

Ajzen และ Fishbein (๑๙๗๕ อ้างใน เลิศพร ภาระสกุล, ๒๕๕๖) กล่าวว่า โดยทั่วไปมนุษย์ทุกคนมีเหตุผล และมีการใช้ข้อมูลที่มีอย่างเป็นระบบ เราไม่ยอมรับในความคิดที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์ เป็นพฤติกรรมที่ถูกควบคุมโดยแรงจูงใจที่ไม่รู้สึกตัว หรือเกิดจากความอยากที่ไม่จบสิ้นตรงกันข้ามกับมนุษย์ เราจะพิจารณาไตร่ตรองน้อยต่างๆ ของการกระทำก่อนการตัดสินใจที่จะแสดง หรือไม่แสดงพฤติกรรมของเขา

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยวเป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับจิตพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของกันตกนิษฐ์ กุลชาติธีรธรรม(๒๕๖๐), นายประเมษฐ์ พิษณุพันธ์เดชา(๒๕๖๒), และบุปผชาติ แต่งเกลี้ยงและคณะ(๒๕๖๒) มาปรับใช้ในการศึกษารั้วนี้เนื่องจากเป็นแนวคิดที่กำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

๔. องค์ประกอบการท่องเที่ยว (๕A)

๔.๑ ความหมายขององค์ประกอบการท่องเที่ยว(๕A)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม (Industry) ที่ทำรายได้ให้กับประเทศมากที่สุด ยิ่งวิทยาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่มีมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทเท่านั้น เพราะมนุษย์เราต้องการเปลี่ยนบรรยากาศที่ซ้ำซากจำเจจากชีวิตการทำงานรวมทั้งมีความจำเป็นด้านอื่นๆ เช่น การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนเพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือการเดินทางเพื่อร่วมประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบการเดินทาง เพื่อให้เกิดความสนุกสนานสบายใจ เพื่อศึกษาและหาความรู้ รวมทั้งเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรม สังคม ความเป็นอยู่ของแหล่งต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งกิจกรรมต่างๆ นั้นรวมถึงการได้รับการบริการจากธุรกิจการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว(Tourist) มีการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งรวมถึงการเคลื่อนย้ายของประชาชนชุมชนจากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่ง การสร้างกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกันมีกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน มีการศึกษา การได้เรียนรู้ ได้รับความสนุกสนานในสถานการณ์ปัจจุบันลักษณะของการท่องเที่ยวจึงมาใช้ในการประกอบธุรกิจที่กว้างขวาง

๔.๒ องค์ประกอบการท่องเที่ยว(๕A)

พยอม ธรรมบุตร (๒๕๔๙) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น ๕ ประเภท ดังนี้

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้าง พื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการ ค้างคืนได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่างกันซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สรรวายน้ำ พิตเนส เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุด ของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็น แหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านเรียนรู้ถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่น

กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist activities and recreational activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการ ท่องเที่ยวมิได้หมายถึง เพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ความงดงามของธรรมชาติ เท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำ ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าถิ่น เช่น การดำน้ำเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของ นักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิ บริการด้าน ร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

Dickman (๑๙๙๖) ได้แบ่งองค์ประกอบของทฤษฎี ๕A ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจ จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ภูเขา หรือสถานที่ต่างๆที่มีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่โด่งดัง

กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความดึงดูดใจในการท่องเที่ยวและรวมถึงระยะเวลาท่องเที่ยวสถานที่ควรมีการจัดกิจกรรมต่างๆที่หลากหลายและเพิ่มความน่าดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

การเข้าถึง (Access) สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง การเดินทางเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลายช่องทางในการเดินทางและแต่ในช่องทางมีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดโดยจะดูจากศูนย์ การในการคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวปลายทางโดยพิจารณาจากระยะทางท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบาย มากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ระบบไฟฟ้า สถานีตำรวจ เป็นต้น

ที่พัก (Accommodations) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ และราคา การบริการต้องมาพร้อมกับความพร้อมของสถานที่ และที่พักควรต้องตั้งอยู่ละแวกสถานที่ท่องเที่ยว เดินทางไปมาสะดวกและมีความปลอดภัย

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว (๕A) คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงในการวิเคราะห์พฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการนำแนวคิดมาใช้ในการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาวัดเจติยภูมิ (ไผ่ไข่) จังหวัดนครศรีธรรมราช

๕. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

๕.๑ ความหมายประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การทำความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และปัจจัยอื่นๆ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ภูมิฐานะ ภาษา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สถานภาพการทำงาน อาชีพ และรายได้ (สันติ์ เกลิมศรี, ๒๕๕๑)

๕.๒ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (๒๕๕๐) กล่าวว่าลักษณะของประชากรศาสตร์เป็นเกณฑ์ที่มักจะใช้ในการแบ่งส่วนทางการตลาดบ่อยครั้ง ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญ นับเป็นสถิติที่สามารถใช้วัดลักษณะประชากร เพื่อช่วยกำหนดเป้าหมายทางการตลาด รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ มีดังนี้

อายุ (Age) เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคมียุคที่แตกต่างกันจะมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน นักการตลาดจึงใช้ข้อมูลจากอายุเป็นตัวแปรสำคัญในด้านประชากรศาสตร์ เพื่อช่วยในการค้นหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก

เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาดมักจะใช้ประโยชน์ และศึกษาตัวแปรชนิดนี้อย่างละเอียดรอบคอบ เพราะตัวแปรด้านเพศนั้นมักมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคไปค่อนข้างรวดเร็ว ยกตัวอย่างเช่น พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของสตรีที่มีการทำงาน และมีบทบาททางสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ

ลักษณะครอบครัว (Marital status) ในอดีตถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่นักการตลาดเห็นความสำคัญ และให้ความสนใจในการใช้ความพยายามทางการตลาดกับกลุ่มนี้มาตลอด ซึ่งพวกเขาค่ามักจะให้ความสนใจในเรื่องจำนวนสมาชิกในครัวเรือนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนใช้สินค้าเกี่ยวข้องกับผู้ที่ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยให้การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดมีประสิทธิภาพมากที่สุด

รายได้ การศึกษา และอาชีพ(Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญอีกตัวหนึ่งของการกำหนดส่วนทางการตลาด โดยปกติทั่วไปนักการตลาดมักจะให้ความสนใจกับกลุ่มที่มีความสามารถในการซื้อ แต่อย่างไรก็ตามในสังคมไทยผู้ที่มียาได้น้อยยังมีค่อนข้างมาก ซึ่งจัดเป็นกลุ่มทางตลาดที่มีขนาดใหญ่พอสมควร ดังนั้นปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนทางการตลาดหากยังยึดกฎเกณฑ์เรื่องรายได้อย่างเดียว จะทำรายได้เป็นตัวชี้ความสามารถในการจ่ายสินค้าของผู้บริโภค ในขณะที่หากมองถึงการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริง อาจจะยึดเกณฑ์ในเรื่องของรูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ ได้อีกทางหนึ่ง ถึงแม้ว่ารายได้เป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก แต่นักการตลาดส่วนใหญ่ก็จะใช้เกณฑ์เรื่องรายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์อื่นๆ เพื่อกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

พรทิพย์ วรวิกิโกภาทร (๒๕๓๑) ได้กล่าวถึงลักษณะผู้รับสารทีวีเคเบิล ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป โดยมีความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ลักษณะประชากรศาสตร์คือ

อายุ (age) การจะสอนผู้ที่มีอายุต่างกันให้เชื่อฟัง หรือเปลี่ยนทัศนคติหรือเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นมีความยากง่ายต่างกัน ยิ่งมีอายุมากกว่าที่จะสอนให้เชื่อฟังให้เปลี่ยนทัศนคติและ เปลี่ยนพฤติกรรมก็ยิ่งยากขึ้น การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคน จะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น อายุยังมีความสัมพันธ์ของข่าวสารและสื่ออีกด้วย

เพศ (sex) มีงานวิจัยที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะ บางอย่างของเพศชายและเพศหญิงที่ต่างกันส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน เช่น การวิจัยเกี่ยวกับชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่าเด็กวัยรุ่นชายส่วนภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ส่วนเด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มากที่สุด แต่ก็ม้งานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงว่า ชายและหญิงมีการสื่อสารและรับสื่อไม่ต่างกัน

การศึกษา (education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร ดังงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูง จะสนใจข่าวสารไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ และมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มาก

ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (social and economic status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีรายงานหลายเรื่อง ที่ได้พิสูจน์แล้วว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้น มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน

สรุปได้ว่า แนวคิดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการนำ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพ มาใช้เป็นตัวแปรต้นในด้านปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาวัดเจติย(ไฉ่) จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยปรับจากกันต์ กนิษฐ์ กุลชาติธีรธรรม(๒๕๖๐), บุปผชาติ แต่งเกลี้ยงและคณะ (๒๕๖๒) และนายประเมษฐ์ พิษณุพันธ์เดชา(๒๕๖๒) มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

๖. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

บุปผชาติ แต่งเกลี้ยงและคณะ (๒๕๖๒) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลกับมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่ม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปได้ดังนี้

เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ผู้สูงอายุ มีค่า Sig. มากกว่า .๐๕ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศที่ แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจังหวัด นครศรีธรรมราชไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .๐๕

อายุที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุ มีค่า Sig. น้อยกว่า .๐๕ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุแตกต่างกันที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจังหวัด นครศรีธรรมราช แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .๐๕

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจังหวัด นครศรีธรรมราชมีค่าSig. น้อยกว่า.๐๕นั่นคือยอมรับสมมติฐาน หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมี พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .๐๕

สถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจังหวัด นครศรีธรรมราชในทุกด้านมีค่าSig. น้อยกว่า.๐๕นั่นคือปฏิเสธ สมมติฐาน หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ .๐๕

อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีค่า Sig. น้อยกว่า .๐๕ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .๐๕

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของ นักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุ จังหวัด นครศรีธรรมราช มีค่า Sig. น้อยกว่า .๐๕ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่าง กัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิง ศาสนาของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ .๐๕

ผู้วิจัยจึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐาน H๑ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา แตกต่างกัน

ดวงใจ ฤดีสถิต(๒๕๖๓) ได้ทำการศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านสิ่งดูใจ ด้านกิจกรรม ด้านการ เข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน เขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากหากกิจกรรมทาง พระพุทธรณานั้นสอดคล้องกับความเชื่อและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสุขทางใจแล้วย่อมทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทาง มาทำกิจกรรมการทางวัด เช่น การปล่อยนก ปล่อยปลา การทำสังฆทาน การทำบุญในวันเกิด เป็นต้น

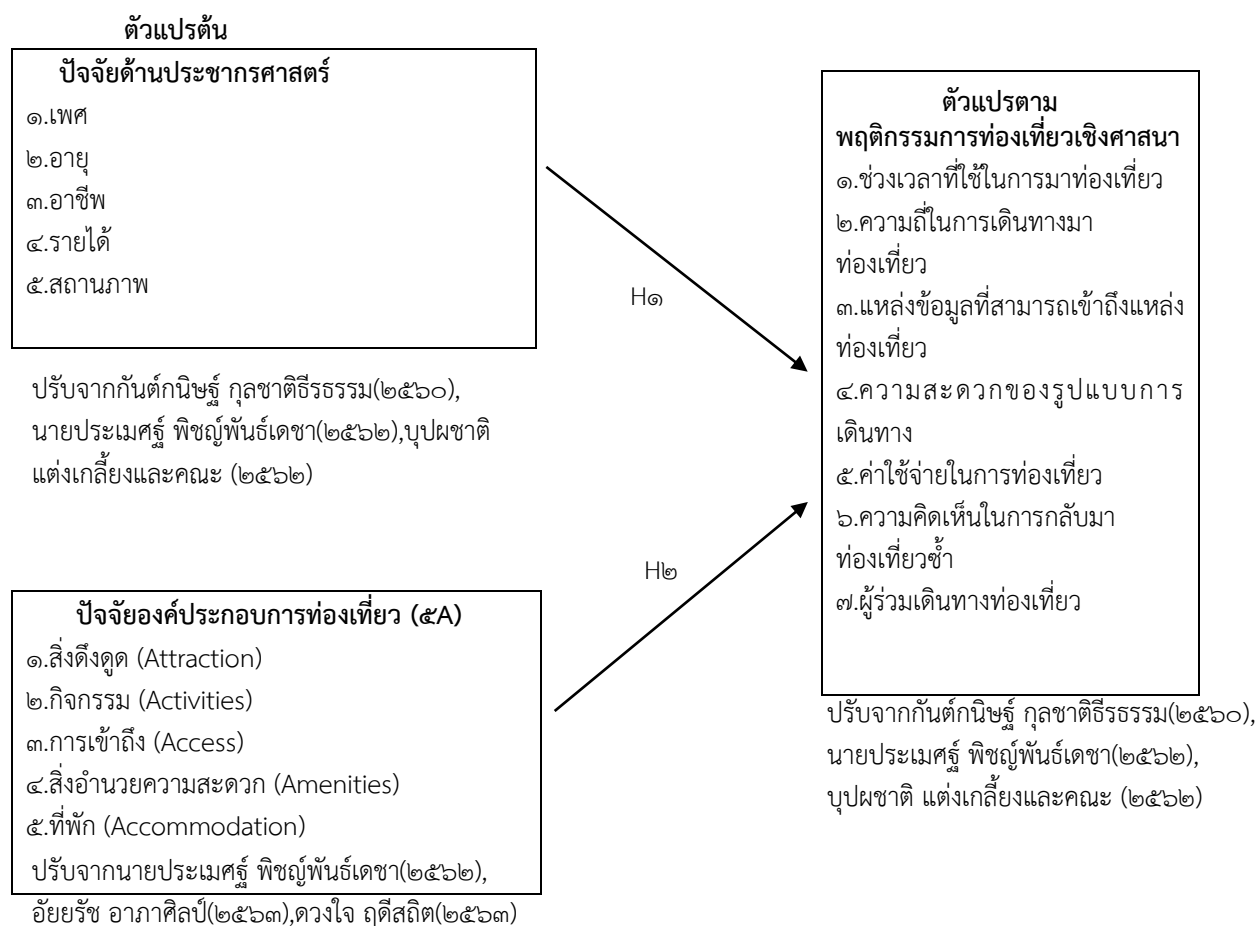
องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจาก หากภายในวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจาก หากนักท่องเที่ยวมีความต้องการ

ท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระแบบค้างคืนนั้นสิ่งที่เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระคือ สถานที่พัก ซึ่งต้องเป็นสถานที่ที่มีความสะดวกสบาย สามารถเดินทางมาทำกิจกรรมกับทางวัดได้อย่างสะดวก และมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการตอบคำถามหรือให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวได้

ดังนั้นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พัก มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของมาศศุภา นิมบุญจาซ (๒๕๕๘) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน ที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสนนอกวัด ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ทางการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านกิจกรรม โดยรูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมเป็นด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ลำดับถัดมา คือ ด้านที่พักโดยสถานที่ ตั้งของที่พักมีความสะอาด และมีความปลอดภัย

ผู้วิจัยจึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐาน H๒ คือ ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

กรอบแนวคิด



ภาพที่ ๑ กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็นดังนี้

- ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ๑. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพ
๒. ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว(๕A) ประกอบด้วย สิ่งดึงดูด กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก
- ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ประกอบด้วย ช่วงเวลาที่ใช้ในการมาท่องเที่ยวความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกของรูปแบบการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความคิดเห็นในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

บทสรุป

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาวัดเจติยไฉ่(ไฉ่)จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาได้กรอบแนวคิดการวิจัยที่แสดงถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว(๕A) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกรอบแนวคิดที่ได้ครั้งนี้จะนำไปใช้ศึกษากับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัณฑ์ณัฐ กุลชาติธรรม, นชวัล ต้นทับทิมทอง, เอกชัย สีท่ามา, อิสริย์ ตียะพิพัฒน์, ชวัญข้าว พูลเพิ่ม. (๒๕๖๐). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ค้นจาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/๑/>
- ดวงใจ ฤทธิสกลิต. (๒๕๖๓). องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นายประเมษฐ์ พิษณุพันธ์เดชา. (๒๕๖๑). การจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮองกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, วิทยาลัยนวัตกรรมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุปผชาติ แต่งเกลี้ยง, สิทธิชัย นวลเศรษฐ, ดนวัต สีพุทธสุข. (๒๕๖๒). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม
- ผู้สูงอายุ จักรวรรดิธรรมราช. คณะเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขต นครศรีธรรมราช.
- อนุชิต พึ่งปัญญาดี. (๒๕๕๓). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สิทธิพงษ์ บุญทอง. (๒๕๖๑). วัดเจติยไฉ่ : การประกอบสร้างให้กลายเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ภายใต้วิกฤตความทันสมัย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- แสงรวี เกตุสุวรรณ. (๒๕๖๓). องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัยยรัช อาภาศิลป์. (๒๕๖๓). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในพุทธมณฑลประจำจังหวัด สุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ). คณะการจัดการท่องเที่ยว, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.