

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT AND PROMOTION OF RELIGIOUS AND BELIEF-BASED TOURISM IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

กิริธากร บุญรอด¹ และเสกสรรค์ วีระสุข^{2*}

Kirathakon Boonrod¹ and Seksan Werasuk^{2*}

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

^{1,2}Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

Received: September 28, 2024 / Revised: January 31, 2025 / Accepted: February 17, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยใช้แนวทางเชิงปริมาณ โดยเน้นที่ประชากรนักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางศาสนา โดยกำหนดขนาดตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ข้อมูลรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างซึ่งผ่านการตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยได้ดัชนีความตรงของเนื้อหาเท่ากับ 0.96 และความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.96 การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 3.03 โดยเฉพาะด้านการคมนาคมได้รับคะแนนสูงสุด ร้อยละ 3.21 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวชมวัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) มากที่สุด ร้อยละ 17.3 และมีลักษณะการเดินทางโดยทัวร์ที่จัดเตรียมไว้ ร้อยละ 49.5 และมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อทำบุญ ร้อยละ 47 สำหรับการทดสอบสมมติฐานไม่พบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีนัยสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่เยี่ยมชม หรือลักษณะการเดินทาง และวัตถุประสงค์การเยือน ซึ่งแสดงว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยเฉพาะในด้านการคมนาคมและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความศักดิ์สิทธิ์และน่าสนใจ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจนักท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช

*Corresponding Author

E-mail: seksanwirasuk@gmail.com

Abstract

The objectives of this study were 1) to examine tourist behaviors toward religious and belief-based tourist attractions in Nakhon Si Thammarat Province, 2) to assess tourists' satisfaction with these attractions, and 3) to propose guidelines for the development and promotion of religious and belief-based tourism in the province. The study employed a quantitative research approach. The target population consisted of tourists who visited important religious sites, and a purposive sampling method was used to select 400 participants. Data were collected using a structured questionnaire validated by experts, which yielded a content validity index of 0.96 and a reliability coefficient of 0.96. Both descriptive and inferential statistical methods were used in the analysis.

The results indicated that the overall level of tourist satisfaction was high, with rating mean of 3.03. In particular, the transportation aspect received the highest rating mean of 3.21. Most tourists (17.3%) chose Wat Chedi (Ai Khai) as their primary destination. In addition, 49.5% of respondents traveled on pre-arranged tours, and 47% traveled mainly to engage in merit-making activities. Hypothesis testing revealed no significant difference in satisfaction related to the chosen attractions, travel arrangements, or travel objectives. These findings suggested that tourists were generally delighted with religious and belief-based attractions, especially with regard to transportation and the diverse range of sacred and intriguing sites available.

Keywords: Religious and Belief-based Tourism, Tourist Behavior, Tourist Satisfaction, Nakhon Si Thammarat Province

บทนำ

รายได้หลักของเศรษฐกิจไทย โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2566 จะเติบโตอย่างรวดเร็วอีก 1 ล้านล้านบาท มูลค่ารวม 2.25 ล้านล้านบาท (TB Economic Analysis Center, 2023) ส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2566 นอกจากนี้จากการจัดอันดับประเทศที่ดีที่สุดในโลกโดย U.S. News ประเทศไทยได้รับอันดับที่ 29 โดยเป็นอันดับที่ 5 ในภูมิภาคเอเชีย และยังเป็นหนึ่งในประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากที่สุดในโลก ด้วยความโดดเด่นที่ได้รับการยกย่องว่าเป็น “ดินแดนแห่งรอยยิ้ม” ซึ่งเต็มไปด้วยอาหารรสเลิศและมิตรภาพอันน่าจดจำ (Office of the Permanent Secretary, Ministry

of Tourism and Sports, 2021) ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลให้เกิดการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการควบคุมโรคและข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และความเชื่อต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นหลัก ซึ่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการปรับตัวของนักท่องเที่ยวต่อสถานการณ์วิกฤต โดยมีแนวโน้มการเดินทางระยะสั้นที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเลือกจุดหมายปลายทาง (Tourism Authority of Thailand, 2022) กระแสการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อ จะมุ่งเน้นการแสวงหาโชค และการ

ขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพราะเศรษฐกิจเกิดภาวะตกต่ำลงจากสถานการณ์เกิดขึ้นดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และความเชื่อเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจในด้านต่าง ๆ เช่น ธุรกิจ ความรัก และสุขภาพ เป็นต้น (Jaya & Izudin, 2023) โดยรายได้จากการท่องเที่ยวสายศรัทธา และความเชื่อสามารถนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Budovich, 2023) ซึ่งสอดคล้องกับจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นโบราณสถานสถานศักดิ์สิทธิ์ และเป็นที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้าซึ่งเป็นวัดคู่เมืองภาคใต้ และไอ้ไข่ วัดเจดีย์ รูปปั้นเด็กชายโบราณที่เป็นที่เคารพบูชาในฐานะเทพารักษ์ผู้ดลบันดาลโชคลาภ เป็นต้น (Nakhon Si Thammarat Provincial Office, 2022)

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสายศรัทธา และความเชื่อจำนวนมากตลอดหลายปีที่ผ่านมา แม้การท่องเที่ยวสายศรัทธา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราชจะมีการเติบโต แต่ยังคงขาดการวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอาจไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง (Nakhon Si Thammarat Provincial Office, 2022) และการขาดข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว อาจส่งผลให้การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวขาดประสิทธิภาพ มีความจำเป็นที่จะ

ต้องเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่น และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Nakhon Si Thammarat Provincial Office, 2022)

ด้วยเหตุนี้การวิจัยที่เน้นการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช จึงมีความจำเป็น และมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อเติมเต็มช่องว่างของข้อมูลที่มีอยู่ และสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

บททวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สรุปการทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎี	ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	อ้างอิง
1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อ	1) การเลือกแหล่งท่องเที่ยว และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว 2) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว 3) วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว 4) ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว	(Gorji et al., 2023; Hassan et al., 2024; Rebuya et al., 2020; Walker & Huang, 2024; Christou et al., 2023; Zhou et al., 2023)
2. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อ	1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านข้อมูลข่าวสารและบริการ 3) ด้านการคมนาคม 4) ด้านความปลอดภัยและความสะดวก	(Erul et al., 2023; Kim et al., 2024; Hoang et al., 2021; Zheng et al., 2023; Passafaro, 2020)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช	1) วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร 2) วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) 3) วัดธาตุน้อย 4) วัดนางพระยา 5) ศาลหลักเมือง 6) วัดยางใหญ่ (ตาพลานบุญ) 7) วัดสุขล (ท้าวเวสสุวรรณ) 8) อื่น ๆ	(Nakhon Si Thammarat Provincial Office, 2022)

วิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 1) วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร 2) วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) 3) วัดธาตุน้อย 4) วัดนางพระยา 5) ศาลหลักเมือง 6) วัดยางใหญ่ (ตาพลานบุญ) 7) วัดสุขล (ท้าวเวสสุวรรณ) 8) อื่น ๆ เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อที่เป็นยอดนิยมที่สุดของจังหวัดนครศรีธรรมราช (Nakhon Si Thammarat Provincial Office, 2022)

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน แต่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจาก 400 คน โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง ทำให้สามารถเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามเกณฑ์นี้ได้ โดยไม่ต้องสุ่มจากประชากรทั่วไป ซึ่งอาจไม่ได้ตอบสนองต่อเป้าหมายของการวิจัย

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.96 รวมถึงมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.96 แสดงถึงความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในระดับดีมาก

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติที่ใช้

คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแสดงค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ในส่วนของการใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ T-test และ F-test ใช้วิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แตกต่างมีผลต่อความพึงพอใจการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58 โดยกลุ่มอายุมากที่สุด คือ 21-30 ปี ร้อยละ 29.25 ตามด้วยกลุ่มอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 26.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโสดร้อยละ 62 และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48 อาชีพส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 35.5 และมีรายได้ส่วนใหญ่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 49.5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกไปวัดเจตีย์ (ไถ่ไข่) มากที่สุด ร้อยละ 17.3 รองลงมาคือ วัดพระมหาธาตุวราวิหารร้อยละ15.6 วัดธาตุน้อย ร้อยละ 15.4 วัดสุชล ร้อยละ 13.5 วัดนางพระยา ร้อยละ 12

ศาลหลักเมือง ร้อยละ 10.7 วัดยางใหญ่ ร้อยละ 10.3 และอื่น ๆ ร้อยละ 5.2

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกการท่องเที่ยวแบบบริษัททัวร์มากที่สุด ร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวแบบครอบครัว ร้อยละ 30.5 แบบคนเดียว ร้อยละ 11.0 และแบบเพื่อน ร้อยละ 9.0 ส่วนใหญ่เดินทางเพื่อสร้างบุญ ร้อยละ 47.0 รองลงมา คือ เพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์และโชคลาภ ร้อยละ 36.3 แสวงหาความสุข ร้อยละ 14.3 และเพื่อปฏิบัติธรรม ร้อยละ 2.5 สำหรับช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ส่วนใหญ่เลือกเดินทางในวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาคือ วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 32.00 วันธรรมดา ร้อยละ 23.75 และอื่น ๆ ร้อยละ 11 สำหรับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 39.50 และสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 5.50 และใช้เวลาในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเวลา 1-2 วัน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาคือ 3-4 วัน ร้อยละ 31.00 5-6 วัน ร้อยละ 19.75 และ 1 สัปดาห์หรือมากกว่านั้น ร้อยละ 9.50

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

โดยการวิเคราะห์ความพึงพอใจจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยว 2) ข้อมูลข่าวสารและบริการ 3) การคมนาคม 4) ความปลอดภัยและความสะดวก และ 5) การสนับสนุนอื่น ๆ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการแปลผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช			
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. แหล่งท่องเที่ยว	3.11	0.405	มาก
2. ข้อมูลข่าวสารและบริการ	2.94	0.585	มาก
3. การคมนาคม	3.21	0.494	มาก
4. ความปลอดภัยและความสะดวก	2.79	0.598	มาก
สรุปภาพรวม	3.03	0.365	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับ “มาก” โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.03 ในรายละเอียด

ด้านการคมนาคม ได้รับคะแนนสูงสุดด้วยค่าเฉลี่ย 3.21 ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวเลือกการคมนาคมสะดวกสบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเกี่ยวกับถนนและเส้นทางท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) เป็นสิ่งที่มีต่อความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านแหล่งท่องเที่ยว ได้รับคะแนนรองลงมาด้วยค่าเฉลี่ย 3.11 โดยมีความเห็นเชิงบวกมากที่สุด ในประเด็นที่ว่าแหล่งท่องเที่ยวมีความศักดิ์สิทธิ์และมีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.32) และสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ด้านข้อมูลข่าวสารและบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.94 โดยประเด็นที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด คือ ช่องทางการเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย

2.96) ตามมาด้วยภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ด้านความปลอดภัยและความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.79 โดยความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยวได้รับคะแนนสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 2.85) รองลงมาคือ ช่วงเวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ภาพรวมแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านการคมนาคม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความศักดิ์สิทธิ์ และหลากหลายน่าสนใจ

การทดสอบสมมติฐานของพฤติกรรมการณ์นักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราชแตกต่างกัน

แหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่มีต่อความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร	20.486	.444	1.382	.194
	วัดเจดีย์ (ไถ่ไข)	20.730	.337		
	วัดธาตุน้อย	20.468	.357		
	วัดนางพระยา (ปากนคร)	19.750	.402		
	ศาลหลักเมือง	20.442	.370		
	วัดยางใหญ่ (ตาพลานบุญ)	20.366	.419		
	วัดสุชล (ท้าวเวสสุวรรณ)	20.399	.335		
	อื่น ๆ	19.526	.504		
ด้านข้อมูลข่าวสารและบริการ	วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร	20.857	.478	2.544	.008*
	วัดเจดีย์ (ไถ่ไข)	21.027	.458		
	วัดธาตุน้อย	20.919	.339		
	วัดนางพระยา (ปากนคร)	20.250	.289		
	ศาลหลักเมือง	20.581	.333		
	วัดยางใหญ่ (ตาพลานบุญ)	19.927	.378		
	วัดสุชล (ท้าวเวสสุวรรณ)	20.204	.373		
	อื่น ๆ	21.034	.408		
ด้านการคมนาคม	วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร	20.857	.416	1.501	.145
	วัดเจดีย์ (ไถ่ไข)	20.216	.405		
	วัดธาตุน้อย	20.984	.286		
	วัดนางพระยา (ปากนคร)	20.667	.408		
	ศาลหลักเมือง	20.488	.383		
	วัดยางใหญ่ (ตาพลานบุญ)	19.756	.377		
	วัดสุชล (ท้าวเวสสุวรรณ)	20.981	.354		
	อื่น ๆ	19.737	.512		
ด้านความปลอดภัยและความสะดวก	วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร	18.400	.711	.932	.497
	วัดเจดีย์ (ไถ่ไข)	18.811	.730		
	วัดธาตุน้อย	18.177	.556		
	วัดนางพระยา (ปากนคร)	17.333	.589		
	ศาลหลักเมือง	17.372	.684		
	วัดยางใหญ่ (ตาพลานบุญ)	16.805	.589		
	วัดสุชล (ท้าวเวสสุวรรณ)	17.796	.640		
	อื่น ๆ	16.897	.860		

หมายเหตุ **นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสารและบริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจน้อยกว่าระดับ

นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และค่า $F = 2.524$ ค่า $P (\text{Sig.}) = 0.008$ เพราะ $P = 0.008 \leq 0.5$ ถือว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญมากอยู่แล้ว แม้ใช้เกณฑ์มาตรฐาน 0.05 ก็ถือว่ามีนัยสำคัญจึงไม่ยอมรับสมมติฐาน ดังนั้น จึงมีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารและบริการ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว

จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{x}$	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8
วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร: X_1	20.857	-	.641	-.127	-.190	.369	1.101	-.124	-.522
วัดเจดีย์ (ไผ่ไข่): X_2	20.216		-	-.768	-.450	-.272	.460	-.765	-1.163
วัดธาตุน้อย: X_3	20.984			-	.317	.495	1.228*	.002	-.395
วัดนางพระยา (ปากนคร): X_4	20.667				-	.178	.911	-.315	-.713
ศาลหลักเมือง: X_5	20.488					-	.732	-.493	-.891
วัดยางใหญ่ (ตาพลานบุญ): X_6	19.756						-	-1.225	-1.623*
วัดสุชล (ท้าวเวสสุวรรณ): X_7	20.981							-	-.398
อื่น ๆ: X_8	21.379								-

หมายเหตุ **นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแตกต่างกันรายคู่ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารและบริการ วัดธาตุน้อยมีความแตกต่างกันกับวัดยางใหญ่ (ตาพลานบุญ) และวัดยางใหญ่ (ตาพลานบุญ) มีความแตกต่างกันกับวัดสุชล (ท้าว

เวสสุวรรณ) และอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามรูปแบบความต้องการของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	ลักษณะการเดินทาง	$\bar{x}$	S.D	F	Sig
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวแบบครอบครัว	20.314	.297	.165	.920
	การท่องเที่ยวแบบบริษัททัวร์	20.440	.231		
	การท่องเที่ยวแบบคนเดียว	20.482	.225		
	การท่องเที่ยวกับเพื่อน	20.600	.327		
	อื่น ๆ	19.927	.373		

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามรูปแบบความต้องการของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ลักษณะการเดินทาง	$\bar{x}$	S.D	F	Sig
ด้านข้อมูลข่าวสารและบริการ	การท่องเที่ยวแบบครอบครัว	20.857	.478	2.555	.555
	การท่องเที่ยวแบบบริษัททัวร์	21.027	.458		
	การท่องเที่ยวแบบคนเดียว	20.919	.339		
	การท่องเที่ยวกับเพื่อน	20.250	.289		
	อื่น ๆ	19.737	.512		
ด้านการคมนาคม	การท่องเที่ยวแบบครอบครัว	17.384	.508	.803	.493
	การท่องเที่ยวแบบบริษัททัวร์	17.920	.366		
	การท่องเที่ยวแบบคนเดียว	17.263	.406		
	การท่องเที่ยวกับเพื่อน	18.080	.519		
	อื่น ๆ	18.811	.730		
ด้านความปลอดภัยและความสะดวก	การท่องเที่ยวแบบครอบครัว	20.209	.302	1.239	.295
	การท่องเที่ยวแบบบริษัททัวร์	20.096	.245		
	การท่องเที่ยวแบบคนเดียว	19.535	.258		
	การท่องเที่ยวกับเพื่อน	19.947	.308		
	อื่น ๆ	19.352	.289		

หมายเหตุ **นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามรูปแบบความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า ความแตกต่างของความพึงพอใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามรูปแบบการเดินทาง ค่า P ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านข้อมูลข่าวสารและบริการ ด้านการคมนาคม และด้านความปลอดภัย และความ

สะดวก ล้วนมีค่ามากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในแต่ละด้านดังกล่าวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการเดินทางต่างกัน

การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	เพื่อสร้างบุญ	20.209	.302	1.239	.295
	เพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์และโชคลาภ	20.096	.245		
	เพื่อแสวงหาความสงบสุข	19.535	.258		
	เพื่อปฏิบัติธรรม	19.947	.308		
	อื่น ๆ	20.260	.283		
ด้านข้อมูลข่าวสารและบริการ	เพื่อสร้างบุญ	20.151	.297	.555	.645
	เพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์และโชคลาภ	20.592	.217		
	เพื่อแสวงหาความสงบสุข	20.316	.235		
	เพื่อปฏิบัติธรรม	20.440	.297		
	อื่น ๆ	20.265	.265		
ด้านการคมนาคม	เพื่อสร้างบุญ	20.151	.297	.555	.645
	เพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์และโชคลาภ	20.592	.217		
	เพื่อแสวงหาความสงบสุข	20.316	.235		
	เพื่อปฏิบัติธรรม	20.440	.297		
	อื่น ๆ	20.610	.345		
ด้านความปลอดภัยและความสะดวก	เพื่อสร้างบุญ	20.743	.404	1.064	.389
	เพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์และโชคลาภ	20.676	.390		
	เพื่อแสวงหาความสงบสุข	20.629	.331		
	เพื่อปฏิบัติธรรม	19.688	.380		
	อื่น ๆ	21.093	.370		

หมายเหตุ **นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า ค่าความน่าจะเป็น P ในทุกด้านของความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อ เมื่อพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้นมีค่ามากกว่า 0.05 ทั้งหมดในทุกด้านดังกล่าว ไม่ได้มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ใน

การท่องเที่ยวแตกต่างกัน ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจเหล่านี้มีแนวโน้มคงที่ และไม่ได้เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญตามวัตถุประสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวในภาพรวม

การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามช่วงเวลาที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามช่วงเวลาการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	ช่วงเวลาการเดินทางของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	วันหยุดสุดสัปดาห์	21.259	.177	11.109	.070
	วันหยุดเทศกาล	19.692	.218		
	วันธรรมดา	20.180	.318		
	อื่น ๆ	18.667	.373		
ด้านข้อมูลข่าวสารและบริการ	วันหยุดสุดสัปดาห์	20.962	.209	6.289	.053
	วันหยุดเทศกาล	20.282	.189		
	วันธรรมดา	20.180	.302		
	อื่น ๆ	20.000	.816		
ด้านการคมนาคม	วันหยุดสุดสัปดาห์	21.146	.190	12.058	.091
	วันหยุดเทศกาล	20.192	.195		
	วันธรรมดา	20.300	.353		
	อื่น ๆ	20.000	1.014		
ด้านความปลอดภัยและความสะดวก	วันหยุดสุดสัปดาห์	18.784	.307	18.804	.070
	วันหยุดเทศกาล	16.853	.348		
	วันธรรมดา	16.300	.615		
	อื่น ๆ	15.556	1.094		

หมายเหตุ **นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยพิจารณาตามช่วงเวลาการเดินทางพบว่า เฉพาะในด้านแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้นที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 11.109$, $P = 0.070$) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงเวลาที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ด้านข้อมูลข่าวสารและบริการ ($F = 6.289$, $P = 0.053$) ด้านการคมนาคม ($F = 12.058$, $P = 0.091$) และด้านความปลอดภัยและความสะดวก ($F = 18.804$, $P = 0.070$) ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ

0.05 ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่าด้านอื่น ๆ ยังคงได้รับความพึงพอใจในระดับที่ค่อนข้างคงที่ ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาใดที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือนก็ตาม

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีการให้ความสำคัญต่อมิติของความศักดิ์สิทธิ์ และความเชื่อทางศาสนาเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยม แสดงถึงอิทธิพล

ของความเชื่อและภาพลักษณ์ด้านความศักดิ์สิทธิ์ที่มีต่อการตัดสินใจเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยว ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chan et al. (2021) และ Sarakong et al. (2024) ที่ระบุว่า แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม และเป็นที่ยอมรับในด้านความเชื่อมักจะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก นอกจากนี้ การที่วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางคือการทำบุญ บ่งชี้ถึงความผูกพันทางจิตใจระหว่างนักท่องเที่ยวกับหลักปฏิบัติทางศาสนาในสังคมไทย ซึ่งศาสนาพุทธไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ในมิติทางศาสนาเท่านั้น แต่ยังเป็นแกนหลักของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงศาสนาจึงไม่ใช่เพียงการเยี่ยมชมสถานที่เท่านั้น แต่ยังเป็นการสานสัมพันธ์กับคุณค่าทางศาสนา และจิตวิญญาณที่ฝังลึกในบริบทสังคมไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังเลือกใช้บริการทัวร์ที่จัดเตรียม และวางแผนเส้นทางการเดินทางไว้ล่วงหน้า แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความสะดวกสบาย และการจัดการการเดินทางมีความสำคัญต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาอย่างมาก การค้นพบนี้สอดคล้องกับงานของ Smith และ Robinson (2022) ที่ระบุถึงความสำคัญของการออกแบบแพ็คเกจทัวร์ และการบริหารจัดการการเดินทางอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้สะดวก และตรงตามความคาดหวัง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถคงความน่าสนใจ และสร้างประสบการณ์เชิงบวกแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยเฉพาะด้านการคมนาคมที่ได้รับคะแนนสูงสุด การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวก และการมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี เช่น การปรับปรุงเส้นทางถนน ป้ายบอกทางที่

ชัดเจน และการเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสบการณ์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งการไม่พบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความพึงพอใจระหว่างแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางรูปแบบต่าง ๆ และวัตถุประสงค์การเดินทาง หมายความว่านักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการตามความต้องการได้โดยไม่ต้องกังวลถึงรูปแบบการเดินทางมากนัก อย่างไรก็ตาม การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังเลือกใช้บริการทัวร์ที่จัดเตรียม และวางแผนเส้นทางการเดินทางไว้ล่วงหน้า แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความสะดวกสบาย และการจัดการการเดินทางมีความสำคัญต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาอย่างมาก การค้นพบนี้สอดคล้องกับงานของ Smith และ Robinson (2022) ที่ระบุถึงความสำคัญของการออกแบบแพ็คเกจทัวร์ และการบริหารจัดการการเดินทางอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้สะดวก และตรงตามความคาดหวัง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถคงความน่าสนใจ และสร้างประสบการณ์เชิงบวกแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการพัฒนา และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนา และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มุ่งเน้นการสร้างความสะดวกสบายระหว่างการพัฒนาเชิงกายภาพ และการยกระดับคุณภาพบริการเพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ประเด็นสำคัญที่ปรากฏชัด คือ ความจำเป็นในการปรับปรุงด้านการคมนาคมเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการวางแผนเส้นทางการเดินทาง การจัดระบบขนส่งสาธารณะที่เหมาะสม ตลอดจนการเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เน้นการออกแบบโครงสร้างพื้นฐานให้ตอบรับกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความคาดหวังทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการเข้าถึงข้อมูล และบริการในสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันสมัย เพื่อสนับสนุนการวางแผนการเดินทาง และการสร้างประสบการณ์ที่ดีในแต่ละสถานที่ การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันนำทาง การบอกเล่าประวัติศาสตร์และความเชื่อที่อยู่เบื้องหลังแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการจัดการข้อมูลหลายภาษา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม จึงเป็นแนวทางที่ผู้วิจัยเสนอให้พิจารณา และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นอีกประเด็นที่น่าสนใจ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อให้ยั่งยืนต้องอาศัยชุมชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การนำเสนอสินค้าพื้นถิ่น หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ตลอดจนการรับรู้ถึงบทบาท และคุณค่าของตนเองในการอนุรักษ์ และถ่ายทอดมรดกทางศาสนา และวัฒนธรรมให้คงอยู่ การสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

จะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเกิดผลประโยชน์ร่วมกันทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับมหภาค

สรุปผล

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยสามารถสรุปรายละเอียดของแต่ละประเด็นได้ ดังนี้

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กลุ่มอายุที่มากที่สุด คือ 21-30 ปี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโสด และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีรายได้ส่วนใหญ่ในช่วง 10001-20000 บาท และพฤติกรรม การเยี่ยมชมพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกไปวัดเจตีย์ (ไอ้ไข่) มากที่สุด และเดินทางโดยบริษัททัวร์ที่จัดเตรียมไว้โดยเฉพาะซึ่งมีวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว คือ การทำบุญ

การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ระดับความพึงพอใจ โดยรวมแล้ว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ มาก โดยการคมนาคมได้รับคะแนนสูงสุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความแตกต่างของพฤติกรรม และความพึงพอใจสำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่พบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาตามแหล่งท่องเที่ยวที่เยี่ยมชม ($F = 1.382, p = .194$) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าไม่มีความแตกต่างของความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามเยี่ยมชม

การวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ไม่มีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญของความพึงพอใจตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ($F = 0.555, p = .645$) และไม่มีผลต่อความพึงพอใจตามวัตถุประสงค์ การเยือน ($F = 1.239, p = .295$) ผลการวิเคราะห์นี้ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ดีต่อ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อในจังหวัด นครศรีธรรมราช โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการ คมนาคม และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่ มีความศักดิ์สิทธิ์และน่าสนใจ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์

1.1 การพัฒนาระบบการเดินทาง และ บริการนำทางที่ทันสมัย คือ ควรปรับปรุง และพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมอย่างต่อเนื่อง โดย จัดทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน ปรับปรุงเส้นทางคมนาคม ให้เข้าถึงได้ง่าย รวมถึงสนับสนุนการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันนำทางและแพลตฟอร์มข้อมูล ออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ เดินทางด้วยตนเอง และตอบสนองความต้องการกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

1.2 การออกแบบแพ็คเกจทัวร์ และ บริการท่องเที่ยวให้ตรงตามความคาดหวัง คือ การที่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการทำบุญ และการเรียนรู้คุณค่าทางศาสนา และวัฒนธรรมของ ท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงควรออกแบบ แพ็คเกจทัวร์ที่เน้นอัตลักษณ์ทางศาสนาและประเพณี ท้องถิ่น สร้างกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับ วิถีชีวิตทางศาสนา และให้ข้อมูลเชิงลึกที่ถูกต้อง ครบถ้วน การจัดการทัวร์อย่างเป็นระบบ ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลผ่านสื่อดิจิทัล รวมถึงการฝึกอบรมบุคลากรให้ มีความรู้ความเข้าใจในบริบทท้องถิ่น จะช่วยยกระดับ คุณภาพการบริการและตอบสนองต่อความต้องการ ของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความเชื่อจะยั่งยืนได้เมื่อชุมชนมีบทบาทเป็น ทั้งผู้ดูแล และผู้สืบทอดคุณค่าทางศาสนา และ วัฒนธรรม การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ในกระบวนการพัฒนา เช่น การเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การจัดแสดงงานหัตถกรรมพื้นถิ่น หรือการนำเสนอ กิจกรรมทางศาสนาที่แท้จริง จะช่วยเสริมสร้าง อัตลักษณ์ท้องถิ่น และทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึง ประสบการณ์แท้จริง ชุมชนจะได้รับประโยชน์ในด้าน เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อันเป็นการพัฒนาที่ เกื้อหนุนให้แหล่งท่องเที่ยวของคุณค่าทางจิตวิญญาณ และความเชื่อได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ขยายขอบเขตการวิจัยไปยังพื้นที่อื่น หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาอื่น ๆ การศึกษาครั้งต่อไป อาจขยายขอบเขตไปยังจังหวัด หรือแหล่งท่องเที่ยว เชิงศาสนาและความเชื่ออื่น ๆ ในประเทศไทย หรือ แม้แต่เปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาใน ประเทศอื่น เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างและความ คล้ายคลึงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ระหว่างภูมิภาค หรือวัฒนธรรมต่าง ๆ

2.2 การศึกษาปัจจัยเชิงลึกที่ส่งผลต่อ พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การวิจัยครั้งต่อไปควรเน้นไปที่ปัจจัยทางจิตวิทยา และวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เช่น แรงจูงใจทาง ศาสนา ประสบการณ์ชีวิต หรือค่านิยมทางวัฒนธรรม ซึ่งอาจมีผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจที่จะกลับ มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา

References

- Budovich, L. S. (2023). The impact of religious tourism on the economy and tourism industry. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*, 79(1), 8607.
- Chan, A., Ma, J., & Wong, P. (2021). Religious tourism in Southeast Asia: Trends and motivations. *Journal of Tourism Studies*, 32(3), 345-362.

- Christou, P. A., Pericleous, K., & Singleton, A. (2023). Spiritual tourism: Understandings, perspectives, discernment, and synthesis. *Current Issues in Tourism*, 26(19-20), 3288-3305. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2183819>
- Erul, E., Uslu, A., Cinar, K., & Woosnam, K. M. (2023). Using a value-attitude-behaviour model to test residents' pro-tourism behaviour and involvement in tourism amidst the COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 26(19), 3111-3124.
- Gorji, A. S., Garcia, F. A., & Mercadé-Melé, P. (2023). Tourists' perceived destination image and behavioral intentions towards a sanctioned destination: Comparing visitors and non-visitors. *Tourism Management Perspectives*, 45, 101062.
- Hassan, T., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., & Carvache-Franco, O. (2024). Motivations as predictors of religious tourism: The Muslim pilgrimage to the city of Mecca. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 14(3), 419-435.
- Hoang, G., Wilson-Evered, E., Lockstone-Binney, L., & Luu, T. T. (2021). Empowering leadership in hospitality and tourism management: A systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(12), 4182-4214.
- Inkson, C., & Minnaert, L. (2022). *Tourism management: An introduction*. Sage.
- Jaya, P. H. I., & Izudin, A. (2023). The role of religious belief in sustainable community-based tourism during post-disaster recovery. *Tourism Culture & Communication*, 23(4), 357-374.
- Kim, M. J., Hall, C. M., Chung, N., Kim, M., & Sohn, K. (2024). Does using public transport affect tourist subject well-being and behaviour relevant to sustainability? Value-attitude-behaviour theory and Artificial Intelligence benefits. *Current Issues in Tourism*, 27(10), 1666-1682.
- Nakhon Si Thammarat Provincial Office. (2022). *Religious tourism and beliefs in Nakhon Si Thammarat*. https://www.nakhonsithammarat.go.th/web_52/datacenter/detail.php?news_id=1036541 [in Thai]
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. (2021). *National tourism development plan, edition 2*. https://www.mots.go.th/download/article/article_20170320150102.pdf [in Thai]
- Passafaro, P. (2020). Attitudes and tourists' sustainable behavior: An overview of the literature and discussion of some theoretical and methodological issues. *Journal of Travel Research*, 59(4), 579-601.
- Rebuya, N. R., Lasarte, E. S., Amador, M. M. A., & De la Roca, G. R. (2020). Assessing religious tourism motivational factors and experiences of visitors to selected religious sites in Camarines Sur, Philippines. *Open Access Library Journal*, 7, e6404.

- Sarakong, S., Laptaneda, U., & Tiyapongphaphan, W. (2024). Spiritual tourism. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 20(1), 102-107. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/sduhs>
- Smith, M., Robinson, P., & Lee, A. (2021). The impact of collective travel on religious tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 16(2), 150-166.
- TB Economic Analysis Center. (2023). *TTB analytics expects Thailand's tourism revenue in 2023 to increase by 1 trillion Baht from the previous year*. <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/travel-thailand-2566> [in Thai]
- Tourism Authority of Thailand. (2022). *Strategic plan for tourism development in Nakhon Si Thammarat 2022-2026*. <https://shorturl.asia/m1xXv> [in Thai]
- Walker, G., Li, X., & Huang, Z. (2024). Religious tourism expenditure patterns in Thailand. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 41(1), 34-51.
- Zheng, F., Chan, C. -S., & Zhang, S. (2023). The effects of personal value, motivation, transformation and behavioural intention on spiritual tourism: A case study in Tibet. *Current Issues in Tourism*, 26(1), 92-111. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2160308>
- Zhou, G., Liu, Y., Hu, J., & Cao, X. (2023). The effect of tourist-to-tourist interaction on tourists' behavior: The mediating effects of positive emotions and memorable tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 161-168.



Name and Surname: Kirathakon Boonrod

Highest Education: M.A. (Tourism Management), National Institute of Development Administration (NIDA)

Affiliation: Faculty of Management Sciences,
Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

Field of Expertise: Tourism and Hotel Management and Business Administration



Name and Surname: Seksan Werasuk

Highest Education: Ph.D. in Business Administration,
Mahasarakham University

Affiliation: Faculty of Management Sciences,
Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

Field of Expertise: Marketing, Digital Marketing, and
Business Administration