

พฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา
ของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต

RELIGIOUS TOURISM BEHAVIORS OF THAI TOURISTS IN PHUKET PROVINCE.

ดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

บทคัดย่อ

การวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 26 – 35 ปี มีสถานะภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี นับถือศาสนาพุทธ มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวแค่วันเดียว และเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว 2 แห่ง โดยเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี ด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจท่องเที่ยว พบว่า มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว เพื่อกราบไหว้พระ / ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว คือรถยนต์ส่วนตัว นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากเพื่อน และเคยปฏิบัติกิจกรรมไหว้มนัสการพระ มาก่อน ส่วนใหญ่ตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้วยตนเอง และได้กราบไหว้พระ / ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ขณะที่มาท่องเที่ยว ในการวางแผนจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นมีการจัดรายการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางด้วย 3 คน นิยมท่องเที่ยวใน วันเสาร์ – อาทิตย์ ใช้จ่ายเงินเพื่อทำบุญ ใช้จ่ายส่วนตัว บุชาวัตถุมงคล และซื้อของที่ระลึก น้อยกว่า 500 บาท ส่วนใหญ่มีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก และจะแนะนำคนรู้จักให้เดินทางมาท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านกระบวนการ / การให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าความสะดวกสบายในการเดินทางไปศาสนสถานเป็นปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว ศาสนสถาน และการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะในศาสนสถาน

คำสำคัญ : พฤติกรรมท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา จังหวัดภูเก็ต

ABSTRACT

The purpose of this study was to review the religious tourism behaviors of Thai Tourists in Phuket Province. The study indicated that the majority of tourists were 26-35 year old single Buddhist men residing in the Southern provinces. They had an undergraduate degree and worked in a company earning 15,001 to 25,000 baht a month. Most of them visited two places, two or three times a year. The Thai tourists typically came by a personal cars to pay respect to the Buddha images and ask for blessings.

They obtained information about the tourist attractions from their friends. Most of them had joined an activity to pay respect to Buddha images before. Most of the tourists made a decision to do religious tourism by themselves and they planned their own trip. They paid respect to Buddha images while visiting Phuket. Most of them came in a group of seven with the most popular traveling time the weekend. They spent money on personal expenses, buying Buddha amulets, and overall spending less than 500 baht on souvenirs. If they had a chance they would come back and also recommend their friends to come visit.

The respondents believed that the environmental factors affected religious tourism the most, followed by the social and cultural factors and then the economic factor. The factor affecting religious tourism the most was the physical factor. The next was place and process/service. The problems and obstacles of religious tourism were rated at a high level. They found that traveling to religious attractions was the biggest problem and obstacle. This was followed by the inconvenience of the religious attractions and the fact that there is often no public transportation.

KEYWORDS : Tourism Behavior, Religious Attractions, Phuket Province

บทนำ

การท่องเที่ยวนับเป็นการพักผ่อนทั้งทางร่างกายและจิตใจในเวลาเดียวกัน แม้คอนทอสและโกลด์เนอร์ ได้ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวคือ การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ โดยเดินทางไปยังที่อื่นชั่วคราวด้วยความสนใจของนักท่องเที่ยวเอง รวมทั้งนักท่องเที่ยวไม่ประกอบอาชีพระหว่างเดินทางท่องเที่ยว (Goeldner อ้างถึงใน วาริชต์ มัธยมบุรุษ, 2554)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมทางเศรษฐกิจในหลายพื้นที่ที่มีรายได้เป็นรายได้หลักของประเทศไทย โดยสถานการณ์ท่องเที่ยวไทย ปี 2559 ภาคการท่องเที่ยวโดยภาพรวมสร้างรายได้ 2,510,779 ล้านบาท เป็นรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หรือต่างชาติเที่ยวไทย 1,641,268 ล้านบาท และรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือไทยเที่ยวไทย 869,510 ล้านบาท และเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา พบว่า รายได้รวมจากการท่องเที่ยวขยายตัวร้อยละ 11.09 โดยขยายตัวทั้งรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งขยายตัวร้อยละ 12.64 และร้อยละ 8.27 ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2560) เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่นกระจายอยู่ในทุกภูมิภาคของประเทศ ซึ่งจากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2559 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจโดยรวมร้อยละ 86.6 สูงกว่าปี พ.ศ. 2558 ที่อยู่ในระดับร้อยละ 82.0 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำในประเทศไทยมากที่สุดในปีนี้เป็น การรับประทานอาหารไทย ร้อยละ 87.6 รองลงมาคือ การซื้อสินค้า การเที่ยวทะเล การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการใช้บริการสปา/นวดแผนไทย ในขณะที่ ปี พ.ศ. 2558 นักท่องเที่ยวเน้นการเที่ยวทะเลมากที่สุด (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา : 2) และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2559 มีมูลค่าเท่ากับ

228,050.04 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8.89 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยภูมิภาคที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กรุงเทพฯ 61,052.74 ล้านบาท ภาคใต้ 44,233.49 ล้านบาท ภาคเหนือ 40,075.51 ล้านบาท โดยภูมิภาค ที่มีรายได้ขยายตัวสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก เชียงเหนือ และ ภาคกลาง มีการขยายตัวร้อยละ 11.66 ร้อยละ 9.54 และร้อยละ 9.39 ตามลำดับ

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ที่มีความโดดเด่นในภาคการท่องเที่ยว ในพื้นที่ดังกล่าว มีจุดแข็งที่สำคัญ คือ การมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและบริการสิ่งอำนวยความสะดวก อีกทั้งยังมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ในแต่ละปีสามารถทำรายได้จากนักท่องเที่ยวได้จำนวนมากกว่าร้อยละ 80 ของรายได้การท่องเที่ยวภาคใต้ และเกือบร้อยละ 80 เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2551 : 5)

โดยภาครัฐมีนโยบายที่จะให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวแนวพุทธโดยการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา (ปรีชา, 2549) เจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวแนวพุทธศาสนาเพื่อเป็นการดึงดูดคนเข้าวัดปฏิบัติธรรม และได้สัมผัสกับพระพุทธศาสนาในด้านต่างๆ อาทิ ด้านการแพทย์แผนไทย การนวด การเทศน์ การปฏิบัติธรรมจะให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกเพิ่มขึ้นและยังเป็นการทำให้วัดกลายเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ได้อีกทางหนึ่ง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากเป็นจังหวัดที่สำคัญของประเทศทางด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบจะช่วยให้เกิดความพึงพอใจ และการท่องเที่ยวช้านอกจากนั้นแล้วจะได้ทราบถึงพฤติกรรมและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต
4. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต

การทบทวนวรรณกรรม

ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้มีการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่านโดยได้สรุปการใช้แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตนั้น ผู้วิจัยได้ประยุกต์จากแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) สุรรัตน์ เตหาทวีวรรณ (2545) โดยได้กำหนดไว้ 5 ปัจจัยได้แก่

- 1.1 ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย
- 1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
- 1.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม
- 1.4 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ
- 1.5 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยได้ประยุกต์จากแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) และ ทักษิณา คุณารักษ์ (2545) โดยได้กำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไว้ ดังนี้

- 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2.2 ด้านราคา (Price)
- 2.3 ด้านสถานที่ (Place)
- 2.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)
- 2.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 2.6 ด้านบุคคล (People)
- 2.7 ด้านกระบวนการ (Process)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดภูเก็ต ใช้วิธีการสุ่มไม่อาศัยความน่าจะเป็น แบบบังเอิญ (Accidental sampling) คำนวณขนาดตัวอย่างด้วยสูตร Yamane (1967) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ตอนที่ 3 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ตอนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยให้อาจารย์ผู้สอนสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และผู้มีประสบการณ์ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีของ Cronbach's Alpha เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่า 0.921

4. การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive research)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 26 – 35 ปี มีสถานะภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี นับถือศาสนาพุทธ มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคใต้

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวแค่วันเดียว และเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว 2 แห่ง โดยเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี ด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจท่องเที่ยว พบว่า มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว เพื่อกราบไหว้พระ / ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว คือรถยนต์ส่วนตัว นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากเพื่อน และเคยปฏิบัติกิจกรรมไหว้มนัสการพระ มาก่อน ส่วนใหญ่ตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้วยตนเอง และได้กราบไหว้พระ / ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ขณะที่มาท่องเที่ยว ในการวางแผนจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นมีการจัดรายการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางด้วย 3 คน นิยมท่องเที่ยวใน วันเสาร์ – อาทิตย์ ใช้จ่ายเงินเพื่อทำบุญ ใช้จ่ายส่วนตัว บุชาวัดอุ้มงคล และซื้อของที่ระลึก น้อยกว่า 500 บาท ส่วนใหญ่มีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก และจะแนะนำคนรู้จักให้เดินทางมาท่องเที่ยว

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยมีรายละเอียดในแต่ละปัจจัยดังนี้

- ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวศาสนสถานมากที่สุดคือ ด้านการเป็นสถานที่ในประวัติศาสตร์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ ด้านทัศนคติและความเชื่อ และด้านศาสนาที่นับถือ

- ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวศาสนสถานมากที่สุดคือ ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ ด้านรายได้ที่ได้รับมีผลต่อการท่องเที่ยวศาสนสถาน และด้านการเก็บค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว

- ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวศาสนสถานมากที่สุดคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือ ด้านความร่มรื่นของแหล่งท่องเที่ยว และ ด้านสภาพภูมิอากาศของแหล่งท่องเที่ยว

4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านกระบวนการ / การให้บริการ โดยมีรายละเอียดในแต่ละปัจจัยดังนี้

- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ด้านสภาพภูมิทัศน์ของศาสนสถานมีความเหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา (ค่าเฉลี่ย 4.02) และด้านศาสนสถานมีเอกลักษณ์ทางด้านสถาปัตยกรรมทางศาสนสถาน และด้านความสวยงามทางธรรมชาติ และสถาปัตยกรรมของศาสนสถาน

- ปัจจัยด้านสถานที่ ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ด้านความสะดวกของศาสนสถาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ ด้านความสะดวกในการเดินทางมายังศาสนสถาน และด้านความสะดวกและง่ายในการค้นหาข้อมูลของศาสนสถานจากอินเทอร์เน็ต

- ปัจจัยด้านด้านกระบวนการ / การให้บริการ ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ มีการแสดงข้อมูล รายละเอียดของศาสนสถานอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ ด้านการกำหนดการดำเนินพิธีกรรมต่าง ๆ ตรงเวลา และด้านระเบียบและข้อกำหนดในการเข้าชม หรือการประกอบพิธีกรรมต่างๆ มีการกำหนดแนวปฏิบัติไว้อย่างชัดเจน

5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าคุณภาพความสะดวกสบายในการเดินทางไปศาสนสถานเป็นปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว ศาสนสถาน และการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะในศาสนสถาน

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยในหัวข้อเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต” พบประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุด โดยด้านความร่มรื่นของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และด้านสภาพภูมิอากาศของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้จะเป็นเพราะ นักท่องเที่ยวต้องการมาท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อน และต้องการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่ดี สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกผ่อนคลาย ดังนั้นการรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของศาสนสถาน ให้มีความร่มรื่น สวยงาม และทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกผ่อนคลาย จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีการกลับมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาอีก ซึ่งสอดคล้องกับ สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) มีผลต่อการแสดงออก ของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปเหนือหรือสแกนดิเนเวีย นั้น มักนิยมเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาด โดยรักที่จะนอนอาบแดดเล่นเวลานานๆ เพราะท้องถิ่นที่อาศัยอยู่นั้นเป็นเขตหนาว มีแสงแดดน้อยมาก ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทาง จากประเทศแถบร้อน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว ในร่ม เช่น ศูนย์การค้า (Shopping Centre) หรือแหล่งบันเทิงในร่ม (In house Entertainment) ปัจจัย ด้านนี้นับ ว่ามีผลกระทบมาก ต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยว ถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยม และ คานิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่าจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด กล่าวคือ ประเทศไทยมีสภาพอากาศ ร้อนเป็นส่วนมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยจึงอยากไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีความร่มรื่น มีบรรยากาศดี และไม่แออัด มีธรรมชาติ ไม่เหมือนกับ ในเมืองที่แออัด ทั้งในด้านการจราจรและผู้คน เมื่อสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนามีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่ดี ก็จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2. ความสะดวกสบายในการเดินทางไปศาสนสถานเป็นปัญหาและอุปสรรคมากที่สุดในการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา รองลงมาคือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวศาสนสถาน และการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะในศาสนสถาน เนื่องจากการเดินทางไปศาสนสถาน มีความสำคัญมาก เพราะถ้าการเดินทางเป็นไปด้วยความยากลำบาก ทำให้ไม่มีความสะดวกสบายในการเดินทาง และระบบขนส่งสาธารณะเข้าไม่ถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ก็จะทำให้ มีการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาลดลง เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวต้องเดินทางไปท่องเที่ยว ก็ต้องการความสะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับ Dickman (1996) ปัจจัย 5A ที่แสดงถึงความต้องการที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) การเข้าถึง (Access) สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดโดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็ศูนย์กลาง การท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางวาเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์เรือ หรือการเดินทาง สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึง อาจพิจารณาได้จากความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีด ขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทางและสภาพถนน นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรรัตน์ โกวิทศิริกุล (2555) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชียงพุดอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย” พบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุดในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคายต้องคำนึงถึงปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน (2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (3) ด้านการประชาสัมพันธ์ (4) ด้านสภาพแวดล้อม (5) ด้านขีดจำกัด ในการรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นควรมีการเพิ่มบริการอาหารที่ถูกสุขลักษณะที่เพียงพอต่อ นักท่องเที่ยว สถานที่จอดรถควรมีการสร้างที่บังแดดหรือปลูกต้นไม้ใหญ่เพิ่มมากขึ้น ควรมีการเพิ่มระบบความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และควรมีการจัดสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ สะอาดเรียบร้อยอยู่ตลอดเวลา

3. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านกระบวนการ / การให้บริการ เนื่องจากลักษณะทางกายภาพของศาสนสถานที่สวยงาม ร่มรื่นจะช่วยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Chen และ Chen (2010) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งปัจจัย ส่วนประสมการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวและ มีอิทธิพลให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มพฤติกรรมกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเกิดการแนะนำและบอกต่อให้ ผู้อื่นมาท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ กมลภัทร ศรีตะวัน (2556). ปัจจัยแรงจูงใจนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา กรณีศึกษา : วัดบูรพาภิราม อำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด. ผลการวิจัยพบว่า วัดบูรพาภิราม อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด มีปัจจัยแรงจูงใจต่อการ ท่องเที่ยว 4 ด้าน คือ 1) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ คือ มีพระพุทธรูปปางประทานพรองค์ใหญ่ที่สุด 2) แรงจูงใจด้านความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เดินทางเคารพสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และเพื่อร่วมทำบุญ 3) แรงจูงใจด้านกายภาพ เพื่อศึกษาหาความรู้และหา

ประสบการณ์ใหม่ 4) แรงจูงใจทางด้าน สถานภาพและเกียรติยศ ในระดับมากที่สุด ผลการศึกษาริบททั่วไป ด้านการจัดการ สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่าจุดแข็งและโอกาสโดยรวม ของสถานที่ท่องเที่ยว คือ เป็นสถานท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์มีหน่วยงานภาครัฐ เขามาช่วยเหลือสนับสนุนในการจัดกิจกรรมสำคัญทางพระพุทธศาสนา บุญประเพณี และพัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดบูรพาภิราม สำหรับจุดอ่อนและอุปสรรคคือ การบริหารจัดการภายในวัด วัดต้องมีความเข้มแข็งเพื่อให้ชุมชนเขามามีส่วนร่วมในการพัฒนา การจัดกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา บุญประเพณี ควรมีการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

จากข้อค้นพบของงานวิจัยพบว่าแรงงานสัญชาติพม่าในจังหวัดภูเก็ต มีปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในการทำงาน ปัจจัยด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการทำงานมากที่สุดตามลำดับ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการทำงานเป็นทีม การร่วมมือกันในการทำงานทั้งแรงงานที่เป็นชาวไทยและชาวพม่า เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษา “พฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต” ผู้วิจัยได้รับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อนำมาบริหารจัดการการท่องเที่ยวจากผลงานวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวศาสนสถานมากที่สุด โดยด้านความร่มรื่นของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และด้านสภาพภูมิอากาศของแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นผู้มีส่วนร่วมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการดูแลสภาพแวดล้อมของศาสนสถาน ควรช่วยกันดูแลรักษาความสะอาด หรือช่วยดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ให้แลดูร่มรื่น สวยงาม อยู่เสมอ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา และมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

รวมถึงชุมชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับศาสนสถานควรร่วมมือกันในการจัดสภาพแวดล้อม ดูแลรักษาความสะอาดบริเวณชุมชนและบริเวณศาสนสถานให้ดูสวยงาม ร่มรื่น ด้วย ซึ่งจะเป็นการร่วมมือกันของคนในชุมชน ทำให้เกิดความรักสามัคคีในชุมชนขึ้นด้วย

2. จากผลการวิจัยพบว่า ความสะดวกสบายในการเดินทางไปศาสนสถาน มีปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวศาสนสถาน และการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะในศาสนสถาน

ดังนั้นรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดการในเรื่องของระบบขนส่งสาธารณะให้เข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้มากขึ้น จัดการเรื่องเส้นทางในการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ให้มีความสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยาก สะดวกต่อการเดินทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

3. จากผลการวิจัยพบว่า มีปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านกระบวนการ / การให้บริการ

ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนร่วมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการบูรณะสถาปัตยกรรมของศาสนสถานให้สวยงาม คงไว้ความเป็นโบราณสถานและความสวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และ

ช่วยกันดูแลรักษาความสะอาดของบริเวณศาสนสถาน และความสะอาดของห้องน้ำ รวมไปถึงการให้บริการต่าง ๆ ภายในศาสนสถาน มีกฎระเบียบข้อบังคับในการเข้าชม หรือมีข้อกำหนดและแนวปฏิบัติไว้อย่างชัดเจน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต รวมทั้งยังเป็นผลทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ๆ ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการศึกษาวิจัยตามแนวทางต่อไปนี้

1. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีการศึกษาองค์ประกอบเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา เพราะอาจมีหลายสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

2. ควรศึกษารูปแบบในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ ที่มีความน่าสนใจ และสามารถถ่ายทอดความรู้เชิงพระพุทธศาสนาประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรมในชุมชนได้ ซึ่งจะส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

แหล่งอ้างอิง

- กมลภัทร ศรีตะวัน. (2556). ปัจจัยแรงจูงใจนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษา วัดบูรพาภิราม อำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด. การศึกษาอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ทักษิณา คุณารักษ์. (2545). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเบื้องต้น. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). การวิจัยการตลาด (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : DIAMOND IN BUSINESS WORLD.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2550). กลยุทธ์การตลาด และการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ธนัทธการพิมพ์จำกัด.
- สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ. (2545). เอกสารประกอบการสอน วิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior). ขอนแก่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Chen, C.-F., and Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management* 31 (1) : 29-35
- Dickman, C.R. (1996). Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna. Australian Nature Conservation Agency, Canberra.