

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

The Behavior and Satisfaction of Thai Tourists Towards Management Religious Tourism of Wat Khao Chan Ngam Si Khio District, Nakhon Ratchasima Province

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไว^{1*}

Kittisak Klinmuenwai^{1*}

Received: 31 December 2024

Revised: 15 March 2025

Accepted: 25 March 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดเขาจันทน์งาม จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Sample: t-test F-test/ANOVA และสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 -50 ปี โสด ภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑล การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ รายได้ 15,001 - 30,000 บาท เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจกับครอบครัว และเรือญาติ 1-3 ครั้งปี ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ค่าใช้จ่าย 2,001-4,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตและมีการวางแผนการท่องเที่ยวน้อยกว่า 3 วัน ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวที่วัดเขาจันทน์งาม จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวของวัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา, วัดเขาจันทน์งาม

¹ หัวหน้าสาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

¹ Head of Tourism Industry Department, Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University

* Corresponding author: kittiya_kitty@hotmail.com, kittisak_kli@vu.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to study the behavior and satisfaction of tourists and to compare the satisfaction of Thai tourists visiting Wat Khao Chan Ngam, Si Khio District, Nakhon Ratchasima Province. A quantitative research approach was employed, utilizing a questionnaire as the data collection instrument. The sample group consisted of 400 tourists who traveled to Wat Khao Chan Ngam, Si Khio District, Nakhon Ratchasima Province, using convenience sampling. The collected data were analyzed through a statistical analysis with Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation, as well as independent samples t-test and F-test/ANOVA; the least significant difference (LSD) statistics was used to test the paired sample differences. The findings of the study indicated that the majority of tourists were female, aged 41-50, single, residing in Bangkok and its surrounding areas. Most of the tourists had attained bachelor's degrees, worked as civil servants, and reported incomes between 15,001 and 30,000 baht. These tourists generally traveled by private car for leisure purposes with family or relatives, visiting Wat Khao Chan Ngam 1-3 times annually, mainly on weekends between January and March, with expenses ranging from 2,001 to 4,000 baht. Tourists primarily obtained information from the Internet and typically planned their trips in less than three days. The overall satisfaction level of Thai tourists visiting Wat Khao Chan Ngam, Nakhon Ratchasima Province, was reported to be at the highest level. However, significant differences in satisfaction were found among tourists with varying demographic characteristics, with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Behavior Tourists, Satisfaction, Religious Tourism, Wat Khao Chan Ngam

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นการสร้างงานและรายได้กับประเทศและชุมชนในท้องถิ่น ปัจจุบันวัดหรือศาสนาสถานได้กลายเป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้คนต่างให้ความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2563) การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น วัด ศาสนสถาน สถานที่ทางศาสนา เพื่อการแสวงบุญ การออกไปนั่งสมาธิ ฟังธรรมะ ฟังเทศน์ หาความรู้ การปฏิบัติตนให้อยู่ที่ศีลธรรมตามความเชื่อทางศาสนา เป็นเหตุให้วัดได้ปรับบทบาทเพิ่มเติมจากเดิมที่เคยจำกัดไว้สำหรับเป็นสถานที่ปฏิบัติ

กิจของสงฆ์และศาสนาพิธีของชุมชนในท้องถิ่น หรือเป็นสถานที่ใช้ประโยชน์ร่วมกันของชุมชนที่แต่ละวัดนั้นตั้งอยู่จนกลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นในทุกภูมิภาคของประเทศไทย (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2566) การท่องเที่ยวเชิงศาสนาอาศัยความสัมพันธ์เชิงการปฏิบัติธรรมเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยว เริ่มจากนักท่องเที่ยวที่ขอใช้เวลาว่างไปทำบุญไหว้พระ สวดมนต์ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งเป็นเส้นทางแสวงบุญ ได้พบเห็นว่าสถานที่นั้นร่มรื่น มีมุมเรียนรู้พุทธธรรม มีคติธรรมเตือนใจ มีมุมเจียบสงบได้พักผ่อนคลาย บังเกิดเป็นความพึงพอใจกับสิ่งใหม่ ๆ สำหรับการพัฒนาจิตใจและ

ปัญญาของบุคคลในสังคมไทย และพัฒนาคุณธรรม ให้แก่มวลมนุษยชาติทั่วโลก (กระทรวงวัฒนธรรม, 2565) การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ อันส่งผลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจ เป็นสำคัญ และยังเป็นการจูงใจในการแสวงบุญในมิติทางศาสนาและความเชื่อ วัดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนามีประวัติความเป็นมาที่เก่าแก่ ศิลปวัตถุ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และโบราณศิลปกรรมที่มีความสวยงาม ตลอดจนคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีความเหมาะสมจากสภาพแวดล้อม ทำเลที่ตั้ง และความศักดิ์สิทธิ์ตั้งแต่อดีต ซึ่งศักยภาพด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในพื้นที่ของวัด คือ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย และด้านการสนับสนุน ถือเป็น การส่งเสริมให้แต่ละวัดมีศักยภาพและเพื่อเป็นการสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมในพื้นที่และนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาต่อไป (มนชนก จุลสิขี, 2562)

วัดเขาจันทน์งาม เดิมชื่อวัดเลิศสวัสดิ์ ตั้งอยู่ในส่วนหนึ่งของเขาจันทน์งามบนเทือกเขาเขื่อนล้น บ้านเลิศสวัสดิ์ ตำบลลาดบัวขาว อำเภอสีคิ้ว เป็นสถานที่เผยแผ่พระธรรมคำสั่งสอนขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า และเป็นแหล่งศิลปะภาพเขียนก่อนประวัติศาสตร์ มีสภาพแวดล้อมเป็นสวนหินและป่าธรรมชาติอันร่มรื่นอันเงียบสงบ และมีภาพเขียนลงสีแบบเงาที่สีแดงเป็นแนวปรากฏอยู่บนเพิงผาหินทรายด้านหนึ่งของบริเวณวัดเป็นรูปคนและสัตว์ที่แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่หรือกิจกรรมบางอย่างของกลุ่มคน เช่น ลักษณะการแต่งกาย การดำรงชีวิต การล่าสัตว์ สันนิษฐานว่าเป็นศิลปะที่สร้างขึ้นโดยชุมชนเกษตรกรรมที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้มีอายุระหว่าง 3,000-4,000 ปี และยังเป็นสำนักปฏิบัติธรรมที่เงียบสงบ ภายในอุโบสถประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุและ

พระสาวกธาตุโดยพื้นที่ของวัดตั้งอยู่บนเขาเขื่อนล้น มีหินทรายโผล่เป็นมวลหินและแท่งหินขนาดใหญ่ รอยแตกของหินทำให้เกิดเส้นทางซับซ้อนมีช่องอนาคาลัยถ้ำ ปกคลุมด้วยพืชพันธุ์และต้นไม้ขนาดใหญ่ รวมทั้งรากไม้ที่ขึ้นปกคลุมก้อนหิน ทำให้ดูร่มรื่นสวยงามแปลกตา จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรณีวิทยาและวัฒนธรรมบนเพิงผาหินปรกฏ “ภาพเขียนสีโบราณ” เขียนด้วยสีแดง มีทั้งภาพลงสีแบบเงาที่สีแดงถึงวิถีชีวิตของกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้ราว 3,000-5,000 ปีมาแล้ว ศิลปะถ้ำแห่งนี้มีการเขียนภาพลงสีที่ปรากฏจำนวน 12 กลุ่ม มีภาพกลุ่มคน สัตว์ ทั้งแบบเงาที่บ ภาพร่าง ภาพลายเส้น ที่ยังไม่สามารถแปลความหมายได้อีกจำนวนหนึ่ง ภาพเด่น ๆ คือ ภาพคนที่มีทั้งชาย หญิง และเด็กที่อยู่ในลักษณะต่าง ๆ เช่น นั่ง เดินรำ ยืน และยิงธนู (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567) วัดแห่งนี้ยังอุดมไปด้วยแหล่งศึกษาทางธรณีวิทยาที่สมบูรณ์ประกอบด้วย หินทรายและหินทรายปนกรวด หน้าตัดของมวลหินมักปรากฏโครงสร้างชั้นเฉียงระดับซึ่งเกิดขึ้นพร้อมกับการทับถมของตะกอนทราย บริเวณแม่น้ำโบราณในช่วงยุคครีเทเชียส วัดเขาจันทน์งาม (วัดเลิศสวัสดิ์) มีกิจกรรมหลักที่ทางวัดจัดเป็นประจำ เช่น การฟังธรรม ปฏิบัติธรรมเนื่องในวันสำคัญทางศาสนา ซึ่งทางวัดได้จัดมาเป็นประจำอย่างต่อเนื่องมาตลอด

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของเชิงศาสนาของวัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้วัดเขาจันทน์งาม หรือหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนา ในการเตรียมความ

พร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ฟังพอใจ และนำไปสู่การกลับมาเยือนซ้ำในอนาคตได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อความพึงพอใจในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการจัดการการท่องเที่ยววัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมาที่แตกต่างกัน

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะส่วนเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของแต่ละบุคคล เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในด้านการตลาด โดยแบ่งเกณฑ์ตามตัวแปรที่สำคัญทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ขนาดของครอบครัวหรือจำนวนสมาชิกภายในครอบครัว รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ศาสนาและเชื้อชาติ เป็นต้น (Kotler & Keller, 2015) ลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลคนหนึ่ง เช่น ลักษณะครอบครัว

อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ จะมีผลต่อรูปแบบของความต้องการ และปริมาณของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมวงศ์, 2550) การศึกษาพฤติกรรมและลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยภายในส่วนบุคคล เช่นอายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ตลาดส่วนแบ่งทางตลาด และวางกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด (ปภัก อุดมธรรมกุล และคณะ, 2563)

สรุปว่าแนวคิดประชากรศาสตร์ คือ ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล การเข้าใจลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพมากขึ้น และลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวในหลายด้าน โดยเฉพาะการวางกลยุทธ์การตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การแบ่งกลุ่มตลาดการท่องเที่ยว กำหนดกลยุทธ์การตลาดทางการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวการปรับเปลี่ยนการบริการ รวมถึงทัศนคติและค่านิยมในการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำของนักท่องเที่ยวซึ่งอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวหรือไม่ก็ตาม ซึ่งอาจจะไม่ทันสังเกตตนเอง การกระทำนั้นๆ มุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ใด สถานการณ์หนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะ

ต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (ศาสนีย์ ปัญญารงค์ และ วิลาสินี ยนต์วิทย์, 2567) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว โดยเน้นวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ที่เลือกท่องเที่ยว ประเภทของที่ฝาก และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว (Cohen et al., 2014) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ สิ่งที่นักท่องเที่ยวกระทำ ไม่ว่าจะการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัว หรือไม่รู้ตัวก็ตาม ซึ่งได้สื่อถึงการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้น (รวีวรรณ ไพรยรุ่งโรจน์, 2558) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว มีปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว รวมถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (พิศมัย จัตุรัตน์ และชวลีย์ ณ ถลาง, 2565)

สรุปแนวคิด พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งทางพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่เป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มี

ผลต่อการแสดงออกทางด้านร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกิดจากการมีประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวกล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวที่มีความทรงจำที่ดีที่เกิดจากการเดินทางท่องเที่ยวและเมื่อเดินทางกลับแล้วยังสามารถจดจำประสบการณ์การท่องเที่ยวได้นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจเกิดขึ้นและถ้านักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ (Anggraeni, 2019) ความพึงพอใจเป็นสภาวะทางจิตใจที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์การบริโภคที่หลากหลาย ความพึงพอใจเป็นการประเมินและการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่บริโภค และมองว่าความพึงพอใจนั้นเป็นตัวแปรที่เข้าใจยากและมีความคลุมเครือจากความคาดหวังของลูกค้าก่อนเข้ารับบริการและคุณภาพที่ผู้บริโภครับรู้เมื่อรับบริการ กล่าวคือ ความพึงพอใจของนักเดินทางนั้นเกิดผลมาจากการเปรียบเทียบความคาดหวังในครั้งก่อน หน้ากับประสบการณ์จริงที่เข้ารับบริการ ดังนั้น ความพึงพอใจแสดงถึงความรู้สึกและการรับรู้ในเชิงบวกของบุคคลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ผู้ให้บริการเสนอ แนวคิดเรื่องความพึงพอใจได้รับ การกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการบริการและการท่องเที่ยว (Diep et al., 2020) ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ของประสบการณ์ท่องเที่ยว ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรม ความตั้งใจ โดยความพึงพอใจสามารถกำหนดแนวคิดได้จากสองมุมมอง คือ ความรู้ความเข้าใจ และอารมณ์ จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจนั้นประเมินได้จากการตอบสนองของปัจเจกบุคคล หลังจากได้รับประสบการณ์ โดยสามารถสังเกตได้จากมิติเดียวหรือหลายมิติ การศึกษานี้จะใช้สะท้อนมิติทางด้านอารมณ์เพียงอย่างเดียว (Monika et al., 2022)

สรุปแนวคิด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคือความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากการได้รับประสบการณ์ที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมและ นำมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งจะเป็นไปในเชิงบวกหรือเชิงลบขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ที่ได้รับกลับมา และจะส่งผลถึงความตั้งใจด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

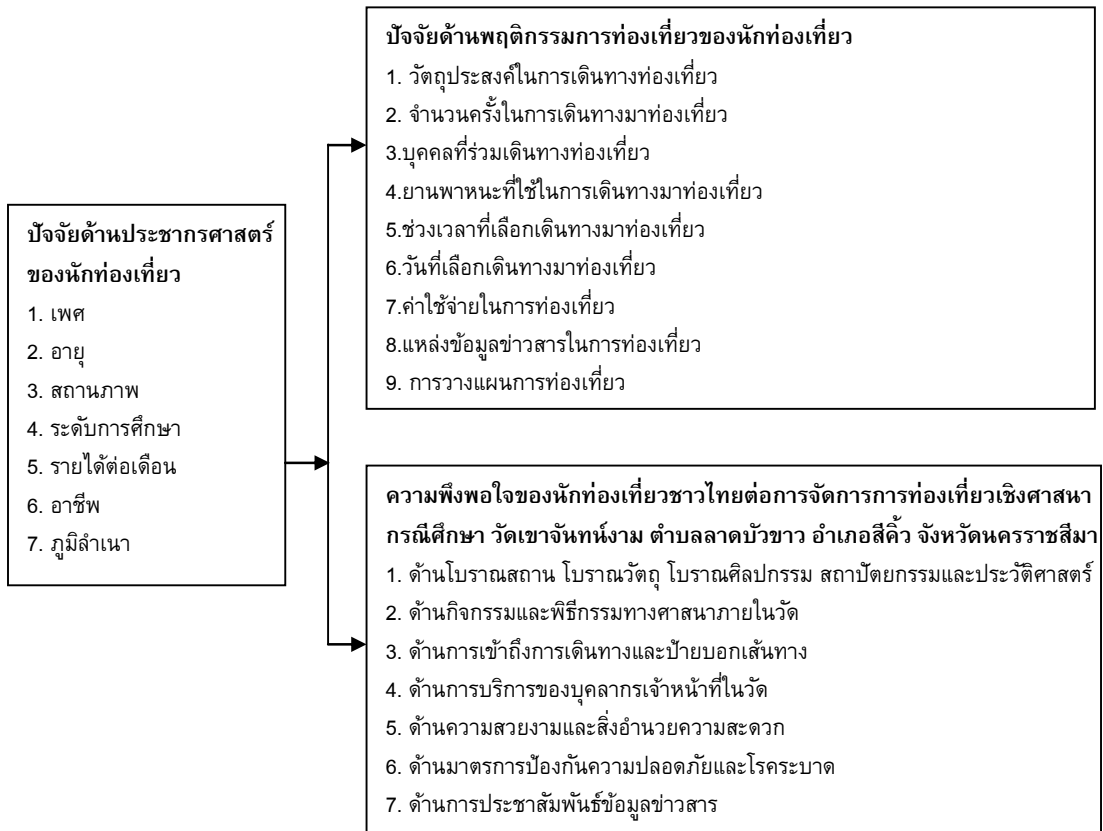
องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ (UNWTO) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางรูปแบบใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกบังคับ และมีวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามแต่ที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจหรือหารายได้ การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเฉพาะทาง (Niche Tourism) (Novelli, 2005) การท่องเที่ยวเชิงศาสนานอกจากได้รับความสุขทางจิตใจ จากการแสวงบุญการขอพรจากเทพเจ้า นักท่องเที่ยวยังได้รับความรู้จากการศึกษาสถานและสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจกรรมเทศกาลต่าง ๆ ทางศาสนา ณ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชม และรวมถึงการเดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมนั้นหนนาการเที่ยวชมภูมิทัศน์ที่สวยงาม ณ ศาสนสถาน และยังเป็นการค้นหาประสบการณ์เชิงศาสนาและวัฒนธรรมเฉพาะในแต่ละท้องถิ่นอีกด้วย (Nieminen, 2012) การทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับศาสนาเกิดสังฆธรรมในการดำเนินชีวิต ฝึกสมาธิ เพิ่มประสบการณ์ใหม่ ๆ เป็นแนวทางในการใช้ชีวิตที่ดีขึ้น และการท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อยเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความ

เป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน และชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ สร้างประสบการณ์ และความรู้ใหม่ ๆ (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2552) การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนานั้นมีความศรัทธา และความเชื่อในพระพุทธรูปนามานานแยกกันไม่ออก บ้านอาศัยวัด วัดอาศัยบ้าน วัดนั้นมีส่วนที่สำคัญต่อสังคมไทยเราเป็นอย่างมากเป็นที่พึ่งทางกาย เป็นที่พึ่งทางใจ เป็นสถานที่ขัดเกลาจิตใจพัฒนาจิตใจ เป็นสถานที่ที่ศึกษาหาความรู้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่พักอาศัย และเป็นสถานที่จัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น วันสำคัญทางศาสนามีการสวดมนต์ เวียนเทียน ฟังเทศน์ฟังธรรม เป็นต้น วันหยุดพิเศษต่าง ๆ เช่น วันเฉลิมพระชนมพรรษา มีการจัดกิจกรรมปฏิบัติธรรมรักษาศีล การก่อเจดีย์ทรายในวันสงกรานต์ การขอขมาต่อแม่น้ำในวันลอยกระทง เป็นต้น (พระมหาสุริยา มะสันเทียะ, 2558)

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังศาสนสถาน หรือสถานที่สำคัญทางศาสนา เพื่อการพักผ่อนแสวงหาความสงบสุขทางจิตใจ ชมความงามของศาสนสถาน ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา และชมความงดงามของงานสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และงานพุทธศิลป์ รวมถึงศึกษาวิถีชีวิตทางประเพณี วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นโดยรอบศาสนสถานนั้น ๆ

กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทร์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยโดยประยุกต์ใช้ค้นคว้าหลักการแนวคิด ทบถนวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยและสามารถกำหนดกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎี

วิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ที่ไม่ทราบจำนวนที่แท้จริง และหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากเกณฑ์การคำนวณของ Cochran (1977) ซึ่งทำการกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ผลจากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่ากับ 384.16 แต่เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล

จึงทำการเก็บเพิ่มอีก 5% รวมทั้งหมดจะได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดในการวิจัยและสร้างเครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา จำนวน 7 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีหลายตัวเลือก และเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มามีการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว วันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการท่องเที่ยว และการวางแผนการท่องเที่ยว ทั้งหมดจำนวน 9 ข้อ ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ จำนวน 35 ข้อ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ 1.ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณศิลปกรรม

สถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์ 2. ด้านกิจกรรมและพิธีกรรมทางศาสนา 3. ด้านการเข้าถึงการเดินทางและป้ายบอกเส้นทาง 4. ด้านการบริการของบุคลากรเจ้าหน้าที่ 5. ด้านความสวยงามและสิ่งอำนวยความสะดวก 6. ด้านมาตรการป้องกันความปลอดภัยและโรคระบาด และ 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ ตามเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert, 1967) กำหนดเป็นแบบให้เลือกตอบ คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย, น้อยที่สุด โดยการให้คะแนนความต้องการจะเรียงจากมากไปน้อย คือ 5,4,3,2,1 ตามลำดับโดยสามารถแปลผลจากค่าเฉลี่ยตามวิธีการของ (Best, 1977) ดังนี้ 4.20-5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด, 3.40-4.19 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก, 2.60-3.39 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง, 1.80-2.59 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย, 1.00-1.79 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Question)

การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา รวมไปถึงแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence

: IOC) มีค่าเท่ากับ 0.87 มากกว่า 0.50 ถือเป็นค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Rovinelli & Hambleton, 1977) และทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient alpha) (Cronbach, 1990) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาความเชื่อมั่นที่ 0.969 โดยผลของค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ได้อยู่ในช่วงถือว่ายอมรับได้ (Nunnally, 1987)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน 2566 ถึงเดือนสิงหาคม 2567 โดยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้วยตนเอง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน แล้วนำแบบสอบถาม ทุกฉบับที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขอบเขตพื้นที่ที่กำหนดให้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ทุกฉบับ แล้วนำไปลงรหัสและบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของแบบสอบถาม และนำวิเคราะห์หาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การแสดงค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ และค่าเฉลี่ย (Mean)

และการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Sample: t-test F-test/ANOVA และสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ในการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

การพิทักษ์สิทธิ์ผู้เข้าร่วมการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้ผู้เข้าร่วมศึกษาได้ทราบ การศึกษาในครั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสมัครใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะยินยอมเข้าร่วมในการตอบแบบสอบถามหรือไม่ก็ได้ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษารั้งนี้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับทั้งระหว่างการทำการศึกษาและหลังการศึกษาโดยจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว โดยการเก็บข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้ผู้เข้าร่วมศึกษาได้ทราบ และเมื่อกระบวนการวิจัยสิ้นสุดผู้วิจัยจะดำเนินการลบหรือทำลายข้อมูลทันที สำหรับผลการศึกษานำเสนอเป็นภาพรวมและนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา มีผลการวิจัยดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม

อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพโสด ภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑล มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ และมีรายได้ 15,001- 30,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ 1-3 ครั้งต่อปี มาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวกับครอบครัวและเครือญาติ ในช่วงเดือน

มกราคม-มีนาคม ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 2,001-4,000 บาท ทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตและมีการวางแผนการท่องเที่ยวน้อยกว่า 3 วัน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ได้ผลการวิจัยตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับ
1. ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณศิลปกรรม สถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์	4.58	0.58	มากที่สุด	1
2. ด้านกิจกรรมและพิธีกรรมทางศาสนา	4.47	0.62	มากที่สุด	2
3. ด้านการเข้าถึงการเดินทางและป้ายบอกเส้นทาง	4.03	0.72	มาก	6
4. ด้านการบริการของบุคลากรและเจ้าหน้าที่	4.15	0.69	มาก	5
5. ด้านความสวยงามและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.20	0.67	มากที่สุด	4
6. ด้านมาตรการป้องกันความปลอดภัยและโรคระบาด	4.01	0.74	มาก	7
7. ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	4.25	0.65	มากที่สุด	3
รวม	4.24	0.67	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.24$) โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณศิลปกรรม สถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.58$) รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมและพิธีกรรมทางศาสนา มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.47$) ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.25$) และในด้านอื่น ๆ ที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านความสวยงามและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

($\bar{x}=4.20$) ด้านการบริการของบุคลากรและเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.15$) ด้านการเข้าถึงการเดินทางและป้ายบอกเส้นทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.03$) และด้านมาตรการป้องกันความปลอดภัยและโรคระบาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.01$) ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้ผลการวิจัยตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา	ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ	ภูมิลำเนา
	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
1. ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณศิลปกรรม สถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์	0.054	0.000*	0.010*	0.025*	0.018*	0.020*	0.005*
2. ด้านกิจกรรมและพิธีกรรมทางศาสนา	0.005*	0.000*	0.023*	0.020*	0.067	0.003*	0.000*
3. ด้านการเข้าถึงการเดินทางและป้ายบอกเส้นทาง	0.004*	0.000*	0.000*	0.047*	0.000*	0.015*	0.024*
4. ด้านการบริการของบุคลากรและเจ้าหน้าที่	0.020*	0.000*	0.000*	0.033*	0.000*	0.000*	0.008*
5. ด้านความสวยงามและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.020*	0.000*	0.013*	0.025*	0.007*	0.0012*	0.000*
6. ด้านมาตรการป้องกันความปลอดภัยและโรคระบาด	0.000*	0.000*	0.000*	0.002*	0.000*	0.000*	0.002*
7. ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	0.011*	0.000*	0.003*	0.000*	0.008*	0.065	0.001*

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (p-value < 0.05)

จากตารางที่ 2 พบว่าความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ที่แตกต่างกันในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า แสดงว่า ต้องยอมรับ H1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุอยู่ระหว่าง 41 -50 ปี สถานภาพโสด ภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑล มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 15,001 - 30,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมาท่องเที่ยว 1 - 3 ครั้งต่อปี มาท่องเที่ยวกับครอบครัวและเครือญาติ โดยรถยนต์ส่วนตัว ในช่วงเวลาเดือนมกราคม - มีนาคม ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ค่าใช้

จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001-5,000 บาท ทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต และมีการวางแผนการท่องเที่ยวน้อยกว่า 3 วัน สอดคล้องกับ Schiffman and Kanuk (2007) กล่าวว่าอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristic) ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ การศึกษา ภูมิฐานะ ยังสอดคล้องกับ ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ และชวลีย์ ณ ถลาง (2565) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยววัฒนธรรมรามัญ กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยา ผลการศึกษา พบว่าวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยววัฒนธรรมรามัญ กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยาส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ และเพื่อปฏิบัติศาสนกิจด้านศาสนา ทั้งนี้ในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมรามัญมีพื้นที่กิจกรรมที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนหย่อนใจ เพลิดเพลินกับวิถีชีวิตของชาวมอญ และมีวัดที่ยังคงสถาปัตยกรรมรามัญและมี พิธีกรรมของชาวมอญ และยังสอดคล้องกับ พูนทรัพย์ เศษศรี และคณะ (2566) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท สถานภาพโสด และ ภูมิฐานะอยู่ภาคกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ มีระยะเวลาในการเดินทาง มาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2 วัน ช่วงเวลาในการเดินทางคือวันเสาร์และวันอาทิตย์ มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป เดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ โดยเลือกท่องเที่ยวใน

แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด และเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม (วัดเลิศสวัสดิ์) ตำบลลาดบัวขาว อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณศิลปกรรม และประวัติศาสตร์ รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมและพิธีกรรมทางศาสนา ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ด้านความสวยงามและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการของบุคลากรและเจ้าหน้าที่ ด้านการเข้าถึงการเดินทางและป้ายบอกเส้นทาง และด้านมาตรการป้องกันความปลอดภัยและโรคระบาด ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2564) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยววัดจังหวัดภูเก็ตจากความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจรู้สึกเครียดเรื่องงานจึงอยากผ่อนคลาย มาท่องเที่ยววัดในจังหวัดภูเก็ตแล้วมากกว่า 3 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการเดินทางในการท่องเที่ยววัดจังหวัดภูเก็ต คือ มาเพื่อการทำบุญ สะเดาะเคราะห์ ปิ๊ง มีความรู้สึกดีที่ได้เดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาและมาสักการะไหว้พระในจังหวัดภูเก็ต คือ รู้สึกประทับใจและสบายใจ และยังสอดคล้องกับ หลิววิ และณัฐนันท์ จิตติยาปราโมทย์ (2566) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวและได้รับประสบการณ์ที่ดีและตรงกับสิ่งที่ คาดหวังไว้ก่อนที่จะไปท่องเที่ยว ทางด้านสภาพแวดล้อม โดยภาพรวมที่พึง

พอใจต่อนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ทางด้านการบริการนักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ดีจากเจ้าหน้าที่ที่คอยให้ความช่วยเหลือคอยให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ทางด้านคมนาคมภายในงานเทศกาลและงานมหกรรมมีการเดินทางที่สะดวกสบายและมีการจัดการด้านคมนาคมที่ดี และในด้านความปลอดภัยนักท่องเที่ยวได้รับการดูแลช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างครอบคลุมด้วยปัจจัย เหล่านี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคต สอดคล้องกับ ปรีดา สามัญเขตรกรณ์ (2566) ศึกษาประสบการณ์นักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือประเพณีและทัศนียภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่นมากที่สุด รองลงมาได้แก่ บรรยากาศ สภาพภูมิอากาศที่ดี และความมีมิตรไมตรีของบุคลากร ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้รับประสบการณ์ด้านสุนทรีย์และด้านการบริการ

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่าผลการทดสอบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม (วัดเลิศสวัสดิ์) ตำบลลาดบัวขาว อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ ต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน ทั้งนี้ชี้ให้เห็นได้ว่าลักษณะของบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่น เพศหญิงและเพศชาย จะมีความพึงพอใจใน ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณศิลปกรรม สถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์ ด้านกิจกรรมและพิธีกรรมทางศาสนา ด้านการเข้าถึงการเดินทางและป้ายบอกเส้นทาง ด้านการบริการของบุคลากรและเจ้าหน้าที่ ด้านความสวยงามและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านมาตรการป้องกันความปลอดภัยและโรคระบาด และด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันในทุกด้าน เพราะเพศหญิงจะมีความอ่อนไหวต่อการรับรู้มากกว่าเพศชาย และมีความระมัดระวังตัวในด้านมาตรการป้องกันความปลอดภัยและโรคระบาด และความปลอดภัยในการเดินทาง ชอบความสะดวกสบายมากกว่าเพศชาย ส่วน อายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันเช่นกันอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา มีเรื่องราวของแหล่งโบราณคดี โบราณสถาน โบราณศิลปกรรม สถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์ที่ยาวนานและเก่าแก่ มีหลักฐานทางธรณีวิทยารวมไปถึงการจดบันทึกในตำราเอกสารทางวิชาการ จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยคนรุ่นใหม่ที่ชอบทางด้านสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ ความทันสมัย ไม่สามารถรับความรู้เรื่องราวต่าง ๆ และมีความสนใจน้อยกว่ามาก เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีอายุมากกว่า และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใหญ่ที่สูงอายุก็จะมี ความชื่นชอบหลงใหลในความเก่าแก่ของการท่องเที่ยวเชิง

ศาสนาและแหล่งโบราณคดี โบราณสถาน โบราณศิลปกรรม สถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์ที่ยาวนานและเก่าแก่รวมไปถึงแหล่งวัฒนธรรมทางร่องรอยทางประวัติศาสตร์ และทางธรณีวิทยา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา มากกว่าเด็กวัยรุ่น คนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการจัดการที่แตกต่างกันด้วย และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีการสืบค้นหาข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) เว็บไซต์ และแอป แนะนำสำหรับการท่องเที่ยว สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งเข้าถึงได้ดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ทั้งนี้รวมถึงการประกอบอาชีพด้วย และนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและแหล่งท่องเที่ยวของวัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง จะมีความพร้อมในการท่องเที่ยวได้ดีมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะมีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งสูง ส่วนนักท่องเที่ยวที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ก็จะมีมีความพึงพอใจในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและแหล่งท่องเที่ยวของวัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันด้วยจากผลการวิจัยสามารถนำข้อมูลไปใช้สำหรับการวางแผนในการจัดกิจกรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงการพัฒนาหรือปรับรูปแบบการให้บริการที่ตรงกับจุดที่เป็นปัญหาและความต้องการตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมาซึ่งจะถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญในการสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมให้เกิดคุณค่าใหม่ ๆ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบ

การด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครราชสีมา ได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรศึกษาถึงปัจจัยเสริมด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา และเป็นปัจจัยที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและนำผลที่ได้มาปรับปรุงการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

1.2 ควรมีช่องทางประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และถูกต้องมากยิ่งขึ้น ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในสื่อสังคมออนไลน์ในการท่องเที่ยว เช่น การมีป้ายบอกเส้นทางหลักในการเข้าถึงวัด ประกาศเวลาในการเข้าไปทำกิจกรรมภายในวัดให้ชัดเจน การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้าไปภายในวัดให้เหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปนั้น

2.1 ควรศึกษาถึงปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัดเขาจันทน์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

2.2 การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจด้านความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาภายในวัด โดยควรศึกษาในรูปแบบวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนในด้านความคาดหวังและการรับรู้เพื่อให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม. (2565). *แนวทางการดำเนินงานโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา ปี 2565*. โรงพิมพ์กรมการศาสนา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). *ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยววัดเขาจันทน์งาม จังหวัดนครราชสีมา*. <https://thai.tourismthailand.org/Attraction>
- ขวัญชนก สุวรรณพงศ์. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(3), 113-128.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2552). *การท่องเที่ยววัฒนธรรม*. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปภัค อุดมธรรมกุล, ธัญญา สุพรประดิษฐ์ชัย, และสิทธิกรณ คำรอด. (2563). ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(3), 25-38.
- ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ และชวลีย์ ณ ถลาง. (2565). แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมรามัญกลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยา. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 16(3), 143-160.
- ปวีดา สามัญเขตรกรณ์. (2566). การศึกษาประสบการณ์นักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย. *วารสารการบริหารนิเทศบุคคลและนวัตกรรมการท่องเที่ยว*, 9(8), 256-270.
- พูนทรัพย์ เศษศรี, ชวลีย์ ณ ถลาง, เสรี วงษ์มณฑา และสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ. (2566). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร. *วิทยาการการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 4(1), 56-79.
- พระมหาสุริยา มะสันเทียะ. (2558). ประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาพระอารามหลวงในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 10(1), 31-43.
- พิศมัย จตุรัตน์ และชวลีย์ ณ ถลาง. (2565). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 16(2), 50-64.
- มนชนก จุลสิกขี. (2562). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัดในพื้นที่ฝั่งธนบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(2), 203-210.
- ยุทธศักดิ์ สุขสร. (2563). การนำเสนอทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2563. *จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*, 5(4), 17-24.
- รวีวรรณ ไพรรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. โอเดียนสโตร์.
- ศาสนีย์ ปัญญาณรงค์ และวิลลิสัน ยนต์วิทย์. (2567). แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 18(1), 154-166.

- สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2566). *กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงศาสนา*. <http://www.onab.go.th>
- หลิวยวี และณัฐนันท์ ฐิติยาปราโมทย์. (2566). อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนในนครเฉิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10(1), 219–235.
- Anggraeni, R. (2019). Enhancing the revisit intention of nature-based tourism in Indonesia: The role of memorable tourism experience and satisfaction. *Management and Business Research Quarterly*, 11, 9-19. <https://doi.org/10.32038/mbrq.2019.11.02>
- Best, J. W. (1977). *Research in education*. Prentice Hall.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behavior in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.
- Diep, N. S., Nguyen, A. N. N., Quynh, N. T. N., & Thao, P. T. (2020). The link between travel motivation and satisfaction towards a heritage destination: The role of visitor engagement, visitor experience and heritage destination image. *Tourism Management Perspectives*, 34. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100634>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management* (15th ed.). Prentice Hall.
- Likert, R. (1967). The method of constructing and attitude scale. In *Attitude theory and measurement*. Wiley & Son.
- Monika, B., Thamaraiselvan, N., & Sivanesan, G. (2022). Memorable tourism experience, destination image, satisfaction and behavioral intention: A study of tourist in Pondicherry, India. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*. <https://discovery.ebsco.com>
- Nieminen, K. (2012). *Religious tourism—A Finnish perspective* [Master's thesis, HAAGA-HELIA University of Applied Sciences].
- Novelli, M. (2005). *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Butterworth-Heinemann.
- Nunnally, J. C. (1987). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior*. Prentice Hall.