

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเชื่อมโยงวิถีความเชื่อไทย เพื่อส่งเสริมซอฟต์แวร์จังหวัดสิงห์บุรี

Development of Spiritual Tourism Routes Linking Thai Beliefs to Promote Soft Power of Singburi Province

¹เชิญขวัญ ขำเปรม และ ²ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ

¹Chearnkwan Khamprem, and ²Susaraporn Tangtenglam

คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, Thailand

E-mail: ¹chearnkwan.s@ku.th, ²susaraporn.n1982@gmail.com

Received May 30, 2025; Revised July 23, 2025; Accepted July 28, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเชื่อมโยงวิถีความเชื่อไทยเพื่อส่งเสริมซอฟต์แวร์จังหวัดสิงห์บุรี รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 10 คน ด้วยวิธีคัดเลือกแบบเจาะจง และการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน เพื่อวิเคราะห์ หาค่าความสำคัญระหว่างตัวแปรกับเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธี Pearson Correlation เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างวิถีความเชื่อในด้านความต้องการการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ จังหวัดสิงห์บุรี กับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเชื่อมโยง วิถีความเชื่อไทยเพื่อส่งเสริม ซอฟต์แวร์จังหวัดสิงห์บุรี

ผลการวิจัยพบว่า เส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเพื่อส่งเสริมซอฟต์แวร์จังหวัด สิงห์บุรี ได้ 4 เส้นทาง และนำเส้นทางท่องเที่ยวมาทดสอบสมมติฐานในด้านวิถีความเชื่อในด้าน ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี กับเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า วิถีความเชื่อในด้านความต้องการกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.637 ความสัมพันธ์อยู่ในระดับ ปานกลาง กล่าวคือ หากวิถีความเชื่อในด้านความต้องการกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีมาก

ส่งผลให้เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรีมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้ พบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีความเชื่อและความต้องการทางจิตวิญญาณมากเท่าใด มีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทางในเส้นทางที่สอดคล้องกับความเชื่อของตนเองมากขึ้น 2) ความหลากหลายของแรงจูงใจเชิงจิตวิญญาณมีผลต่อการเลือกเส้นทางท่องเที่ยว 3) การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า และ 4) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณควรได้รับการออกแบบตาม “กลุ่มความเชื่อ” หรือ “กลุ่มแรงจูงใจ”

คำสำคัญ: เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ; ซอฟต์พาวเวอร์; จังหวัดสิงห์บุรี

Abstract

This article aimed to develop a spiritual tourism route connecting Thai beliefs to promote soft power in Singburi Province. The research employed a mixed-methods approach that included qualitative research. The researcher conducted qualitative data analysis through semi-structured interviews with 10 key informants who either worked at popular spiritual tourist attractions in Singburi Province or had direct experience with these attractions for over 5 years, using a specific selection method to ensure the sample group met the research criteria. Quantitative research was conducted using questionnaires to collect data from a sample of 400 Thai tourists. This analysis aimed to determine the significance of variables related to spiritual tourism in Singburi Province by employing the Pearson Correlation method, which assesses the relationship between beliefs in the demand for spiritual tourism and relevant spiritual tourism routes that promote soft power in Singburi Province.

It was found that there were 4 spiritual tourism routes to promote soft power in Singburi Province and bring the tourism route to test the hypothesis in terms of beliefs in the demand for spiritual tourism in Singburi Province with the spiritual tourism route in Singburi Province, found that the beliefs in the needs of spiritual tourism and the spiritual tourism routes in Singburi Province had a statistically significant positive relationship at the 0.01 level with a Pearson correlation coefficient of 0.637, the relationship was at a moderate level, namely: If the belief in the demand for spiritual tourism was high, it will cause to more demand for spiritual tourism routes in Singburi Province.

Knowledge from this research was as follows: 1) the more spiritual beliefs and needs tourists had, the more likely they were to choose travel routes that were consistent with their beliefs; 2) the diversity of spiritual motivations affected the choice of tourist routes; 3) spiritual

tourism was a form of value tourism; and 4) spiritual tourism routes should be designed according to “belief groups” or “motivation groups.”

Keywords: Spiritual Tourism Routes; Soft Power; Singburi Province

บทนำ

ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2567 ที่ขยายตัวเพียง ร้อยละ 1.9 และระดับหนี้สินครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูงถึง ร้อยละ 90.6 ของ GDP (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.), 2568) ได้ส่งผลให้ประชาชนมีรายได้ลดลงและจำกัดโอกาสในการประกอบอาชีพในหลายจังหวัด รวมถึงจังหวัดสิงห์บุรี จากสภาวะความเปราะบางทางเศรษฐกิจดังกล่าว ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ประชาชนจำนวนมากหันมาพึ่งพาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเป็นที่ยึดเหนี่ยวทางใจ ก่อให้เกิด “กระแสการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ” หรือ “การท่องเที่ยวสายมูเตลู” ที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและแข็งแกร่ง โดยคาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดอาจเติบโตสู่ระดับ 15,000 ล้านบาท (Globthailand, 2567) สะท้อนถึงศักยภาพในการเป็นเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากและสร้างซอฟต์แวร์ของประเทศไทย ดังนั้น การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิษฐา ใจเบ้ง (2565) ค้นพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยววัดจุฬามณีโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ขอโชคลาภขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ร่ำรวย โชคลาภ และการงาน เมื่อประสบความสำเร็จดังที่ขอไว้ จะมาทำการแก้บนด้วยดอกกุหลาบตามจำนวนที่ได้บนหรือที่บอกกล่าวกับท้าวเวสสุวรรณ ซึ่งการยกระดับประสบการณ์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถทำได้ผ่านกลยุทธ์การพัฒนา “เส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ” กลยุทธ์นี้เป็นการนำสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ อย่างความเชื่อและศรัทธา นำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่จับต้องได้ โดยเชื่อมโยงแหล่งมรดกวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกันผ่านการเล่าเรื่อง (Storytelling) และกิจกรรมที่น่าสนใจ ซึ่งกระบวนการนี้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อสร้างความยั่งยืนและคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ดั้งเดิม ผลลัพธ์ที่ได้ไม่เพียงแต่จะสร้างความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังเป็นการเปลี่ยนทุนทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นซอฟต์แวร์ที่แข็งแกร่งของชาติอีกด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จำเป็นต้องกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อก่อให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ดังที่งานวิจัยของ วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์ (2562) ได้ค้นพบว่าการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม คือ กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก เป็นการสร้าง ดัดแปลง และหาแนวทางการใช้กิจกรรมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากที่สุด

จังหวัดสิงห์บุรี เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเป็นที่ตั้งของศาสนสถานและมรดกทางวัฒนธรรมหลายแห่ง ซึ่งถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเชิงคุณภาพ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี,

2566) โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางไปเยือนได้ตลอดทั้งปี ทั้งวัดเก่าแก่และศาลเจ้าที่ล้วนเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มุ่งหวังจะสักการะขอพรเพื่อความเป็นสิริมงคล นอกจากนี้จังหวัดสิงห์บุรียังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและพิธีกรรมทางศาสนา เช่น ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง และวัดที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ซึ่งล้วนเป็นจุดศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้านและนักท่องเที่ยวที่มุ่งหวังจะสักการะขอพรเพื่อความเป็นสิริมงคล อย่างไรก็ตาม แม้จังหวัดสิงห์บุรีจะอุดมไปด้วยสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมดังกล่าว แต่ปัญหาสำคัญในปัจจุบันคือการที่แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ยังคงกระจัดกระจายและขาดการจัดการเชิงบูรณาการ ที่สามารถร้อยเรียงเรื่องราวและเชื่อมโยงประสบการณ์ท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณให้เกิดคุณค่าสูงสุดได้ อีกทั้งในปัจจุบันการจัดการและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่เหล่านี้ยังขาดความเป็นระบบ ขาดการวางแผนในเชิงบูรณาการที่สามารถเชื่อมโยงจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างมีเรื่องราวและมีเป้าหมายร่วมกัน ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่สามารถเข้าถึง “ความลึกซึ้ง” ทางจิตวิญญาณที่สถานที่เหล่านี้มีศักยภาพจะถ่ายทอดได้อย่างแท้จริง ดังนั้น การวิจัยและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจึงเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยยกระดับคุณค่าของการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างรอบด้าน ดังที่ ชนิทร สุวรรณภักดี (2561) ได้ทำการวิจัยและค้นพบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นไปได้ในการจัดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวจาก 6 ประเด็นหลักคือ ด้านแหล่งมรดก ด้านการอนุรักษ์และบำรุงรักษา ด้านการจัดการท่องเที่ยว ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยว และด้านเส้นทางท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรี สามารถจัดเป็นตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมได้ 3 เส้นทาง คือ เส้นทางสายทวารวดี เป็นเส้นทางศึกษาเรียนรู้ตามร่องรอยแหล่งโบราณคดีตั้งแต่ยุคทวารวดีโดยมีแหล่งท่องเที่ยวขยายต่อไปยังเมืองโบราณจันเสน จังหวัดนครสวรรค์ เส้นทางสายวิเศษบางระจัน เป็นเส้นทางศึกษาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวตามประวัติศาสตร์บางระจัน และมีเส้นทางส่วนขยายไปยังจังหวัดอ่างทองและชัยนาท และเส้นทางสายวิถีชีวิต เป็นตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวระยะสั้นเพื่อชมวิถีชีวิตและเรียนรู้วัฒนธรรม เอกลักษณ์ของท้องถิ่นสิงห์บุรี

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่เชื่อมโยงกับวิถีความเชื่อไทยในบริบทของจังหวัดสิงห์บุรี มุ่งเน้นให้สอดคล้องกับมิติด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น และความศรัทธาของประชาชนในพื้นที่ อันจะนำไปสู่การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน โดยใช้รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งเป็นแนวทางที่นำข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมาประกอบกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่ศึกษาอย่างรอบด้านและสมบูรณ์ที่สุด (Creswell & Plano Clark, 2018) ด้วยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 10 คน และการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน เพื่อวิเคราะห์หาความสำคัญระหว่างตัวแปรกับเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลหาทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างวิถีความเชื่อในด้านความต้องการการท่องเที่ยวจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรีกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเชื่อมโยงวิถีความเชื่อไทยเพื่อส่งเสริมซอฟต์แวร์จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับซอฟต์แวร์และแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและการสื่อสารวัฒนธรรม

บทความวิจัยนี้นำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่ตอบโจทย์ทั้งในเชิงจิตใจ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยยังคงรักษาสถิติลักษณ์และความเชื่อดั้งเดิมของชาวสิงห์บุรีไว้ได้อย่างสมดุล อีกทั้งยังสามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้เชิงลึกให้แก่นักท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับชุมชนในกิจกรรมที่มีความหมายทางจิตวิญญาณ เช่น การดื่มน้ำชา การเรียนรู้วิถีทำเครื่องบูชา หรือการเข้าร่วมในงานบุญท้องถิ่น ซึ่งเชื่อมโยงจิตใจของผู้มาเยือนเข้ากับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเชื่อมโยงวิถีความเชื่อไทยจังหวัดสิงห์บุรี

การทบทวนวรรณกรรม

เพื่อให้การดำเนินงานวิจัยเป็นไปอย่างมีทิศทางและครอบคลุมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย และแนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวคือการเคลื่อนที่ของบุคคลไปยังจุดหมายปลายทางนอกสภาพแวดล้อมปกติเพื่อการพักผ่อน ธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ซึ่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อสถานที่ที่เยี่ยมชมทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในขณะเดียวกันก็มีส่วนช่วยในการสร้างเศรษฐกิจโลกและสร้างโอกาสในการจ้างงาน (Kamsali & Nithya, 2024)

การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางเพื่อจุดประสงค์ด้านสันทนาการ พักผ่อน ครอบครัว หรือธุรกิจ โดยทั่วไปจะมีระยะเวลา จำกัดครอบคลุมทั้งการเดินทางข้ามชาติและการเดินทางภายในประเทศเดียวกัน อำนวยความสะดวกในการสื่อสารระดับโลกและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศ และนักเดินทาง (Salehi & Farahbakhsh, 2012)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับซอฟต์แวร์

ซอฟต์แวร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งหมด 8 อย่าง ได้แก่ อาหาร (Food) ภาพยนตร์ (Film) แฟชั่น (Fashion) ศิลปะการต่อสู้ (Fighting) และงานเทศกาล (Festival) ความเชื่อ ความศรัทธา (Faith) วัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk) และสถาปัตยกรรม (Fine Arts) โดยแนวทางในการสร้าง

เป็นซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์เริ่มจากการสร้างการรับรู้ในอัตลักษณ์มรดกทางวัฒนธรรมให้กับบุคคลภายในท้องถิ่นก่อน แล้วนำไปสู่การสร้างการรับรู้สู่คนภายนอกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป (หิรัญญา กลางนุรักษ์, สันติธร ภูริภักดี และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2567)

สังคมไทยมีความตื่นตัวให้ความสนใจเรื่องซอฟต์แวร์มากขึ้น อันเป็นผลสืบเนื่องให้ผู้คนเริ่มตั้งคำถามถึงความเข้าใจที่ถูกต้องและทิศทางการผลักดันซอฟต์แวร์ไทยสู่เวทีโลก แต่สังคมไทยยังไม่มี ความเข้าใจที่เพียงพอเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ซึ่งเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานและขาดการร่วมมือกับภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีโอกาสในการพัฒนาซอฟต์แวร์ให้เป็นที่รู้จักในเวทีโลก ด้วยการที่ประเทศไทยมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์และมีคุณค่า คนไทยเป็นคนที่มีการยาหาดีและเป็นมิตร สังคมไทยเป็นสังคมที่ยอมรับความหลากหลายทางเพศ และมีคนรุ่นใหม่ที่มีทักษะในการสื่อสารและมีเสน่ห์ในการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ (เชมนิจ มาลาเว, 2567)

3. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

การท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณครอบคลุมประสบการณ์การเดินทางที่มุ่งเน้นไปที่การค้นหาความหมายและวัตถุประสงค์ตามแต่ละบุคคล ซึ่งมักเชื่อมโยงกับแนวคิดที่กว้างขึ้นเกี่ยวกับจิตวิญญาณ นอกเหนือจากศาสนาแบบดั้งเดิม (Damnoen & Somruay Pindon, 2025) ประกอบด้วยความเชื่อและการปฏิบัติด้านลึกลับ และยุคใหม่ศักยภาพของการท่องเที่ยวในการมอบประสบการณ์ทางจิตวิญญาณสามารถเพิ่มความเป็นอยู่ที่ดี (Gu, et al., 2024) ซึ่งนำไปสู่ความสามัคคีภายในและความพึงพอใจในชีวิตอย่างไรก็ตาม สาขานี้ต้องเผชิญกับความท้าทายเนื่องจากขาดฉันทามติเกี่ยวกับคำจำกัดความและเส้นเบลอระหว่างการท่องเที่ยวทางศาสนาและจิตวิญญาณ ทำให้ความเข้าใจของผู้ปฏิบัติมีความซับซ้อน (Lang et al., 2023)

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อการพัฒนาจิตวิญญาณโดยสัมพันธ์กับการมีสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตที่ดี ซึ่งอาจมีการร่วมทำกิจกรรมทางความเชื่อศานาก็ได้ โดยที่นักท่องเที่ยวจะรับรู้ตั้งแต่ความสบายใจจนถึงระดับการเรียนรู้และการปฏิบัติเพื่อยกระดับจิตวิญญาณ (เกียรติศักดิ์ ไชยพัฒนะพฤษ, 2566)

4. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและการสื่อสารวัฒนธรรม

การสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี นั้นมี 5 ประเด็นคือ 1) ภาพลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม 2) ภาพลักษณ์ด้านศิลปกรรม 3) ภาพลักษณ์ด้านศาสนา 4) ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี และ 5) ภาพลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน (อภิษฐา สุขประเสริฐ และ สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์, 2562)

วัฒนธรรมเป็นระบบของความสัมพันธ์ทางสังคมที่เชื่อมโยงกันซึ่งรูปร่างขึ้นโดยการกระทำ การสื่อสารกำหนดเอกลักษณ์ของกลุ่มการสื่อสารทางวัฒนธรรมอำนวยความสะดวกในการถ่ายทอด

ค่านิยมความเชื่อและประเพณีซึ่งจำเป็นสำหรับการรักษามรดกและส่งเสริมการเชื่อมต่อภายในและระหว่างชุมชน (Ramírez, 2020)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อารีรัตน์ พักเย็น (2567) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นการเดินทางที่เน้นพัฒนาและส่งเสริมจิตวิญญาณ จิตใจ ให้มีความมั่นคง แข็งแรง ซึ่งกำลังได้รับความนิยม แต่ยังมีการศึกษาจำนวนน้อย และยังไม่มีการจัดทำรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมอย่างเป็นรูปธรรม จากวิเคราะห์ศักยภาพจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในจังหวัดนครปฐม พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในจังหวัดนครปฐม มีความน่าสนใจในเรื่องสถานที่ที่มีชื่อเสียง พระอาจารย์ชื่อดัง ความเชื่อและความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ซึ่งทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้รับความนิยม ซึ่งมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป โดยกิจกรรมเชิงจิตวิญญาณ

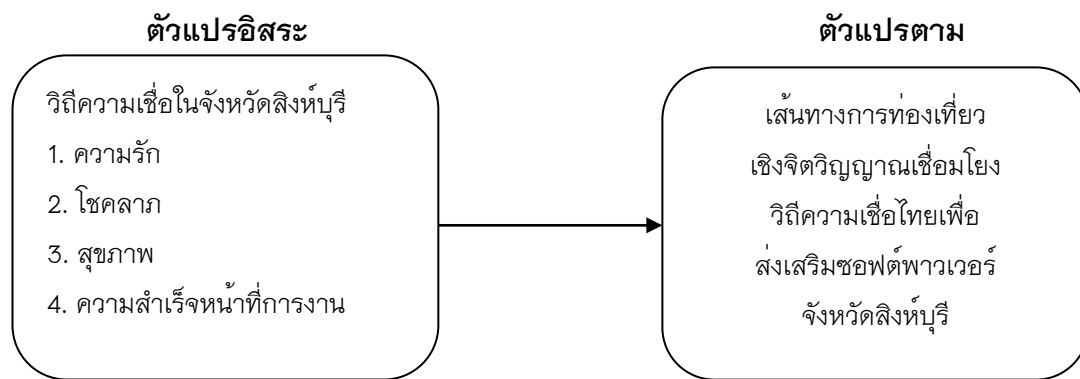
ขจร ทุมศรี และ สุนันทา คันธานนท์ (2567) ได้ศึกษา เรื่อง แนวทางพัฒนาศูนย์พัฒนาจิตส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน พบว่า รูปแบบการพัฒนาศูนย์พัฒนาจิต ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ สำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ 1) จัดสถานที่ 2) มีเป้าหมาย 3) ภายใต้อำนาจ และ 4) สุขภาพจิต

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่าสามารถจัดกลุ่มแนวคิดและองค์ความรู้ได้เป็น 3 กลุ่มหลัก คือ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) โดยให้ความสำคัญกับวิถีความเชื่อในจังหวัดสิงห์บุรี ประกอบไปด้วย ความรัก โชคลาภ สุขภาพ และความสำเร็จในหน้าที่การงาน และแนวคิดซอฟต์แวร์เป็นการเน้นการใช้วัฒนธรรม ความเชื่อ และคุณค่าเชิงนามธรรมเพื่อสร้างความน่าสนใจและอิทธิพลต่อผู้คนโดยไม่ใช้กำลัง

แม้จะมีงานวิจัยจำนวนมากเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงศาสนา แต่ยังขาดงานวิจัยที่บูรณาการ “เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ” เข้ากับ “วิถีความเชื่อไทย” โดยเฉพาะในบริบทของจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ทางศาสนาและวัฒนธรรมลึกซึ้ง อีกทั้งยังไม่ค่อยมีการศึกษาที่เชื่อมโยงมิติเหล่านี้กับการส่งเสริมซอฟต์แวร์อย่างชัดเจน

ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมาใช้เป็นกรอบวิเคราะห์ในการออกแบบเส้นทางที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ทางใจ โดยวิถีความเชื่อไทยถูกนำมาใช้เป็นเนื้อหาหลักในการพัฒนาเส้นทางเพื่อเชื่อมโยงกับศรัทธาในพื้นที่จริง ทั้งในระดับชุมชน วัด และบุคคลศักดิ์สิทธิ์ และทฤษฎีซอฟต์แวร์ใช้เพื่ออธิบายผลกระทบของเส้นทางการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้น ว่าสามารถเพิ่มเสน่ห์และความน่าสนใจของจังหวัดสิงห์บุรีในระดับวัฒนธรรมได้อย่างไร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดสิงห์บุรี การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ด้วยเครื่องมือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อสอบถามความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี เป็นการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยวิธีการคัดเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอในการให้ข้อมูล โดยมีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 10 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) และเป็นการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมุ่งเน้นทำความเข้าใจในด้านการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี รวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 และนำข้อมูลรวบรวมได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเพื่อสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้โปรแกรม G*Power version 3.1 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อวิเคราะห์หาค่าความสำคัญระหว่างตัวแปรกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธี Pearson Correlation เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างวิถีความเชื่อในด้านความต้องการการท่องเที่ยวจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรีกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเชื่อมโยงวิถีความเชื่อไทยเพื่อส่งเสริมซอฟต์แวร์จังหวัดสิงห์บุรี

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาสรุปเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเพื่อส่งเสริมซอฟต์แวร์จังหวัดสิงห์บุรี ได้เส้นทาง ดังนี้



ภาพที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเพื่อส่งเสริมซอฟต์แวร์จังหวัดสิงห์บุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณวิธีความเชื่อในด้านความต้องการกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของวิธีความเชื่อในด้านความต้องการกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี โดยภาพรวม

(n = 400)

วิธีความเชื่อในด้านความต้องการกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านความรัก	3.92	0.64	มาก
ด้านโชคลาภ	3.61	0.78	มาก
ด้านสุขภาพ	3.91	0.70	มาก
ด้านความสำเร็จในหน้าที่การงาน	3.84	0.71	มาก
รวม	3.82	0.62	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า วิธีความเชื่อในด้านความต้องการกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี โดยภาพรวมมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า วิธี

ความเชื่อในด้านความต้องการกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณด้านความรักมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.64) รองลงมา คือ ด้านสุขภาพ ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.70) ด้านความสำเร็จในหน้าที่การงาน ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.71) และด้านโชคลาภ ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

H_0 คือ วิธีความเชื่อในด้านความต้องการการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรีกับเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี มีความสัมพันธ์กัน

H_1 คือ วิธีความเชื่อในด้านความต้องการการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรีกับเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรีไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวิธีความเชื่อในด้านความต้องการกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี

		เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ จังหวัดสิงห์บุรี
วิธีความเชื่อในด้านความ	ค่าสหสัมพันธ์	0.637**
ต้องการกับการท่องเที่ยว	P	0.000
เชิงจิตวิญญาณ	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า วิธีความเชื่อในด้านความต้องการกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.637 ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือ หากวิธีความเชื่อในด้านความต้องการกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีมาก ก็ส่งผลให้เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรีมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์รายด้านระหว่างวิธีความเชื่อในด้านความต้องการกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี

วิธีความเชื่อในด้านความต้องการ กับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ	เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี		
	ค่าสหสัมพันธ์	P	ระดับความสัมพันธ์
ด้านความรัก	0.484**	0.000	ต่ำ
ด้านโชคลาภ	0.581**	0.000	ปานกลาง
ด้านสุขภาพ	0.579**	0.000	ปานกลาง
ด้านความสำเร็จในหน้าที่การงาน	0.583**	0.000	ปานกลาง

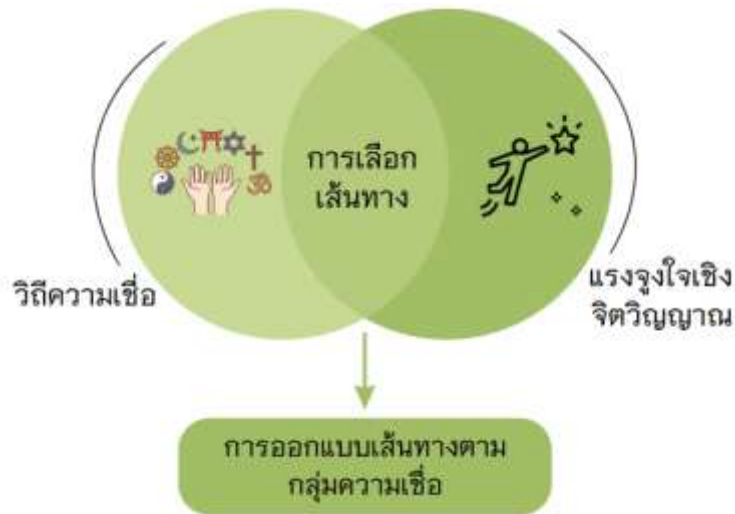
จากตารางที่ 3 พบว่า วิธีความเชื่อในด้านโชคลาภ ด้านสุขภาพ และด้านความสำเร็จในหน้าที่การงานกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.581, 0.579 และ 0.583 ตามลำดับ ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และด้านความรักกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.484 ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วิธีความเชื่อในด้านความต้องการกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรี มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.637 ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ หากวิธีความเชื่อในด้านความต้องการกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีมาก ก็ส่งผลให้เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจังหวัดสิงห์บุรีมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Agarwal and Pongjit (2023) พบว่า ความสำคัญของประสบการณ์ก่อนการเดินทางของผู้แสวงบุญทางจิตวิญญาณและความเชื่อในจิตวิญญาณอันศักดิ์สิทธิ์เพื่อเติมเต็มการเดินทางทางจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นโอกาสในการฟื้นฟูจิตใจหลังจาก COVID-19 และคาดว่าจะสถานที่ท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณที่แฝงด้วยกลิ่นอายของนิทานพื้นบ้าน เช่น ถ้ำนาคา จะได้รับความนิยมมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณและนักท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากมีคุณสมบัติในการรักษาโดยธรรมชาติ ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าวิธีความเชื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ นักท่องเที่ยวที่มีความเชื่อและความต้องการทางด้านจิตวิญญาณสูง มีแนวโน้มที่จะเลือกเส้นทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความเชื่อของตน ดังนั้นเมื่อวิธีความเชื่อในด้านความต้องการการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเพิ่มขึ้น เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในจังหวัดสิงห์บุรีก็就会有ความต้องการในการเดินทางเพิ่มขึ้นด้วย อีกทั้ง เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในจังหวัดสิงห์บุรีสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีวิธีความเชื่อในด้านจิตวิญญาณได้ ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ วัด ศาลเจ้า หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับความเชื่อทางศาสนาและจิตวิญญาณ และผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับ Maligi (2024) พบว่า กลุ่มผู้นับถือศาสนา ผู้แสวงหาสุขภาพ/ไลฟ์สไตล์ นักท่องเที่ยวที่สนใจจิตวิญญาณยุคใหม่ และนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจที่มีความสำคัญทางสถิติ การศึกษารังนี้ได้สร้างความเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวยุคใหม่กับจุดหมายปลายทางทางศาสนาที่ได้รับการยอมรับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของ Gokarna ที่สามารถส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางทางจิตวิญญาณได้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้ ดังนี้



การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณไม่ใช่เพียงแค่การเดินทางเพื่อพักผ่อนหรือชื่นชมสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นการท่องเที่ยวที่แสวงหาคคุณค่าภายในจิตวิญญาณของตนเอง ผ่านความเชื่อ ความศรัทธา และประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ ซึ่งศักยภาพของจังหวัดสิงห์บุรีถือว่ามียุทธศาสตร์จากประวัติศาสตร์ วัฒนาอาราม และความเชื่อท้องถิ่นที่เข้มแข็ง

วิถีความเชื่อทำหน้าที่เป็น “ตัวกรอง” (Filter) ที่กำหนดว่านักท่องเที่ยวจะเลือกไปท่องเที่ยวสถานที่ใด ดังนั้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านความเชื่อของกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง เพื่อวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเฉพาะกลุ่ม เช่น ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พลังบุญ หรือวิถีการแสวงหาคค่าสงบทางใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเส้นทางท่องเที่ยว

แรงจูงใจเชิงจิตวิญญาณ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจหลากหลาย เช่น ความต้องการโชคลาภ ความสำเร็จในอาชีพ สุขภาพแข็งแรง หรือความรัก โดยแต่ละแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการเลือกเส้นทางแตกต่างกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างกลุ่ม มักจะมีจุดสนใจทางจิตใจต่างกัน ดังนั้น การทำตลาดแบบ “Segmented Marketing” จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ควรสร้างเส้นทางเฉพาะกลุ่ม (Thematic Route)

การออกแบบเส้นทางควรตั้งอยู่บนพื้นฐานข้อมูลของ “ความเชื่อ” และ “ความต้องการ” เส้นทางไม่ควรถูกกำหนดจากสถานที่ที่มีชื่อเสียงเท่านั้น แต่ควรพิจารณาเส้นทางของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

องค์ความรู้ใหม่ คือ การออกแบบเส้นทางตาม “กลุ่มความเชื่อ” หรือ “แรงจูงใจ” (Segmented Belief-Oriented Route Design) ซึ่งเป็นเส้นทางทางจิตใจ (Psychographic Journey) ที่เป็นการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณบนพื้นฐานทางจิตวิทยาและคุณค่าภายในมากกว่าปัจจัยภายนอก หรือเพิ่มกิจกรรมส่งเสริมความศรัทธาที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

สรุป

วิถีความเชื่อมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเลือกเส้นทางการท่องเที่ยว เช่น ความต้องการโชคกลาง สุขภาพ ความรัก และความสำเร็จในหน้าที่การงาน ล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นชี้ให้เห็นว่า การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวควรมุ่งเน้น “การเชื่อมโยงคุณค่าภายใน” ของนักท่องเที่ยว และเสนอแนวคิดการออกแบบเส้นทางตามกลุ่มความเชื่อ (Segmented Belief-Oriented Routes) ซึ่งสามารถนำไปใช้พัฒนาแพ็คเกจท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของจังหวัดสิงห์บุรี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1.1 หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรีสามารถใช้ข้อมูลจากผลการวิจัยในการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความเชื่อของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดเส้นทางตามความเชื่อด้านโชคกลาง สุขภาพ ความสำเร็จ และความรัก

1.2 จัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นการเล่าเรื่องราวหรือสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับความเชื่อ เช่น การบูชาองค์เทพ ศาลเจ้าหรือวัดที่มีความเชื่อเกี่ยวกับโชคกลาง สุขภาพ และความสำเร็จ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.3 สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการให้บริการทางการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ เช่น พิธีกรรมพื้นบ้าน การทำอาหารมงคล หรือการบรรยายเรื่องราวตำนานต่าง ๆ

1.4 ควรมีการศึกษาต่อยอดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเชิงลึก เช่น ศึกษาความพึงพอใจหลังการเดินทาง หรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง เพื่อใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้ที่สำคัญ คือ ความเชื่อในด้านต่าง ๆ เช่น โชคกลาง สุขภาพ ความสำเร็จ และความรัก มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในจังหวัดสิงห์บุรี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเชื่อในด้านโชคกลาง สุขภาพ และความสำเร็จในหน้าที่การงาน มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และด้านความรักมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ซึ่งองค์ความรู้ดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ การวางแผนเชิงการตลาด และการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านศรัทธาและ

ความเชื่อ โดยควรให้ความสำคัญกับการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อแรงจูงใจทางจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้สึกเชื่อมโยงและเกิดการเดินทางซ้ำ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยเพิ่มเติม ดังนี้

2.1 การบูรณาการมิติเชิงเศรษฐกิจและสังคม โดยวิเคราะห์ว่าความเชื่อเกี่ยวกับสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ส่งผลต่อเศรษฐกิจของจังหวัดอย่างไร เช่น การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวหรือการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และศึกษาว่าความเชื่อส่งผลต่อความสัมพันธ์และความเข้มแข็งของชุมชนในมิติใดบ้าง เช่น การร่วมกันจัดกิจกรรมหรือประเพณี

2.2 การศึกษาในมิติข้ามวัฒนธรรม โดยทำการศึกษาข้อมูลในการเปรียบเทียบกับความเชื่อในต่างประเทศ เพื่อศึกษาความเชื่อที่คล้ายคลึงกันในประเทศอื่น เช่น ความเชื่อเรื่องโชคลางในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือความรักในประเทศที่นับถือศาสนาพุทธ เพื่อค้นหาความเหมือนและความแตกต่าง เพื่อเสนอแนวทางนำเสนอความเชื่อของสิงห์บุรีในระดับนานาชาติ

เอกสารอ้างอิง

เกียรติศักดิ์ ไชยพัฒนะพุกษ์. (2566). การประยุกต์หลักสัปปายะ 7 ในการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ.

วารสารพุทธศิลปกรรม, 6(2), 114–135. สืบค้นจาก <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/barts/article/view/2548>

ขจร ทุมศรี และ สุนันทา คันธานนท์. (2567). แนวทางพัฒนาศูนย์พัฒนาจิต ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน. วารสารพุทธจิตวิทยา, 9(1), 316–329. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jbp/article/view/271944>

เชมินิจ มาลาเว. (2567). การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา: ทิวทัศน์วัฒนธรรมที่มองไม่เห็น. กรุงเทพฯ: มติชน.

ชนินทร สุวรรณภักดี. (2561). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, 9(1), 39–50. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/truhusocjo/article/view/182558>

ชนิษฐา ใจเป็ง. (2565). การท่องเที่ยวกับความเชื่อในเรื่องท้าวเวสสุวรรณของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา วัดจุฬามณี ตำบลบางช้าง อำเภออัมพวา สมุทรสงคราม. วารสาร มจร.ทริภุญชัยปริทรรศน์, 6(2), 111–126. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JMHR/article/view/261190>

วสันต์ จันทรประสิทธิ์. (2562). การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 39(6), 104–125. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/167064>

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี. (2566). แผนพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและศาสนาในจังหวัดสิงห์บุรี ปีงบประมาณ 2566. สิงห์บุรี: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี.

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2568). รายงานภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สี่ของปี 2567 และแนวโน้มปี 2568. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- หิรัญญา กลางนุรักษ์, สันติธร ภูริภักดี และ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2567). ซอฟต์แวร์มรดกทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 8(3), 629–641. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jmsr/article/view/268500>
- อภิขญา สุขประเสริฐ และสรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์. (2562). การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 23(1), 137–147. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jmctrmutp/article/view/251898>
- อารีรัตน์ พักเย็น. (2567). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(6), 3338–3358. สืบค้นจาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/273241
- Agarwal, R., & Pongjit, C. (2023). Spiritual folklore tourism: Tourists' experience at Naga Cave in Thailand. *Fieldwork in Religion*, 18(1), 71–93. <https://doi.org/10.1558/firn.26830>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research*. (3rd ed.). California: SAGE Publication.
- Damnoen, S., & Somruay Pindon, P. P. (2025). A synthesis of Buddhist principles based on king's philosophy towards sufficiency agricultural learning for community self-reliance. *Journal of Educational Management and Research Innovation*, 7(1), 1–12. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemri/article/view/275962>
- Globthailand. (2567, 20 มิถุนายน). *Mutelu Economy: สร้างมูลค่าให้เศรษฐกิจไทยมหาดล*. สืบค้นจาก <https://globthailand.com/interecon-mutelu-economy/>
- Gu, M., Leelapattana, W., Tsai, C.-F., & Sitthikun, S. (2024). The two-way influencing mechanism between corporate governance structure and equity market performance in China's health and tourism industry. *International Journal of Multidisciplinary in Management and Tourism*, 8(2), 241–252. <https://doi.org/10.14456/ijmmt.2024.18>
- Kamsali, N. D., & Nithya, S. (2024). Exploring the role of destination management organizations (DMOs) in leveraging social media as a destination marketing tool: Insights from Himachal

- Pradesh. *Indian Scientific Journal of Research in Engineering and Management*, 8(6), 1373–1380. <https://doi.org/10.55041/IJSREM33747>
- Lang, E., Josiassen, A., Kock, F. (2023). Spiritual tourism: A review and synthesis. In Eijdenberg, E.L., Mukherjee, M., Wood, J. (eds) *Innovation–Driven Business and Sustainability in the Tropics*. SEIGOP 2023. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978–981–99–2909–2_9
- Maligi, S. (2024). Identifying and marketing the spiritual tourism destination: A case study on Gokarna, Karnataka. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 6(2), 1–8. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i02.14680>
- Ramírez, M. W. (2020). Aportes de la comunicación para la difusión del patrimonio cultural. *Revista Comunicare*, 25(1), 49–55. [https://doi.org/10.35742/rcci.2020.25\(1\).49–55](https://doi.org/10.35742/rcci.2020.25(1).49–55)
- Salehi, H., & Farahbakhsh, M. (2012). Tourism advertisement management and effective tools in tourism industry. *International Journal of Fundamental Psychology & Social Sciences*, 2(2), 28–32. <https://doi.org/10.18488/journal.10/2014.3.10/10.10.124.134>