

การศึกษาประสบการณ์นักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนา
การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย
A Study of Tourist Experience for Developing of Religious Tourism
in Thailand

ปวีดา สามัญเขตรกรณ์¹
Paweeda Samanketgon

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว และ 2) ศึกษาประเภทของประสบการณ์การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นักท่องเที่ยวได้รับ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเกาะรัตนโกสินทร์ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญได้แก่ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย=4.39) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือประเพณี (ค่าเฉลี่ย=4.30) และทัศนียภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย=4.25) และนักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.38) รองลงมาได้แก่ บรรยากาศ สภาพภูมิอากาศที่ดี และความมีมิตรไมตรีของบุคลากร (ค่าเฉลี่ย=4.37) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวมากแต่ได้รับความพึงพอใจน้อย ได้แก่ ความสงบร่มเย็นของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย=-0.12) ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย=-0.09) ทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย=-0.08) ราคาสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย=-0.07) และนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้รับประสบการณ์ด้านสุนทรียะมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.74) รองลงมาได้แก่ ประสบการณ์ด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย=4.66) ประสบการณ์ด้านการพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย=4.38) ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย=4.30) ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้รับประสบการณ์เชิงสังคมน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.84)

คำสำคัญ (Keywords): ประสบการณ์การท่องเที่ยว; องค์ประกอบการท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

Received: 2023-03-28 Revised: 2023-06-29 Accepted: 2023-07-03

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและไมซ์ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม Lecturer in Tourism and Mice Management, College of Tourism and Hospitality, Sripatum University. Corresponding Author e-mail: paweeda.sa@spu.ac.th

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the tourism attributes which are important to the religious tourists; and 2) to study the types of tourism experiences of religious tourists. The sample group used in this study comprised of 400 respondents who have visited religious tourism sites in Rattanakosin Island that were selected using an accidental random sampling method. The instrument used to collect data was a questionnaire; the statistics used to analyze data were descriptive statistics: frequency, percentage, mean, and standard deviation. The study results revealed that the most important tourism attributes towards Thai Religious Tourists were convenience to access tourism sites ($\bar{X}=4.39$), traditional and cultural activities creation ($\bar{X}=4.30$), scenery of tourism destination ($\bar{X}=4.25$) and tourists satisfied in tourism attributes in the uniqueness of architecture ($\bar{X}=4.38$), atmosphere, climate and hospitality, respectively ($\bar{X}=4.37$). Tourists gave high importance but received less satisfaction on calmness of sites ($\bar{X}=-0.12$), convenience of accessibility ($\bar{X}=-0.09$), scenery ($\bar{X}=-0.08$), price of products and services ($\bar{X}=-0.07$). For the tourism experiences received by religious tourists were Aesthetic Experience ($\bar{X}=4.74$), Service Experience ($\bar{X}=4.66$), Escapist Experience ($\bar{X}=4.38$), Educational Experience ($\bar{X}=4.30$), Social Experience, respectively ($\bar{X}=3.84$).

Keywords: Tourism Experiences; Tourism Attributes; Religious

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) เป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งถูกจัดอยู่ภายใต้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับที่ไม่ลึกซึ้งนัก ผู้เดินทางมีความพึงพอใจที่ได้ไปถึง ได้สักการะ นมัสการในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และนำศรัทธา บางครั้งเป็นการไปท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขความไม่สบายใจ ขอบพระจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์และองค์เทพ เข้าร่วมกิจกรรมความบันเทิงจากประเพณีที่เกิดมาจากวัฒนธรรมในศาสนา การทำบุญ ไหว้พระ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย มีความสำคัญมากในการเป็นแหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพราะประชาชนส่วนมากของประเทศไทยนับถือศาสนาพุทธ ดังนั้น การพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรม ความเชื่อ แบบแผนการใช้ชีวิตในสังคม จึงมีรากฐานมาจากศาสนาทั้งสิ้น และแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของประเทศ จึงเป็นวัด หรือส่วนหนึ่งของวัด เนื่องจากมี

สถาปัตยกรรมที่งดงาม มลึงเมื่อง ทำให้ประเทศไทยมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาตลอดเป็นเวลานาน

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาหรือทัวร์ทำบุญไหว้พระทำบุญในวัดสำคัญต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากสำหรับนักท่องเที่ยวไทย เนื่องจากมีความเชื่อว่าการได้มาสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์จะนำความเป็นสิริมงคลต่อชีวิต (สุดาทิพย์ นันทโชค, 2555; กรรณิกา คำดี, 2558) โดยเฉพาะโครงการไหว้พระ 9 วัด นักท่องเที่ยวเชิงศาสนาส่วนใหญ่มีความต้องการมาเที่ยวไหว้พระทำบุญสะเดาะเคราะห์ แก้กรรม ดูดวง วิปัสสนากรรมฐานในวันสำคัญทางศาสนาและสันทนาการกับพระสงฆ์ (มาโนช พรหมปัญญา, 2556) และชมความงามของวัด เช่น จิตรกรรม สถาปัตยกรรม รongลงมาได้แก่ การพักผ่อนหย่อนใจจากการเห็นคุณค่าของศิลปกรรมต่าง ๆ (วงศ์ธิดา สุวรรณิน, 2557; วุฒินันท์ กันทะเตียน, 2560) โดยที่วัดต่าง ๆ มีสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว 3 ประการ ได้แก่ ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ยาวนาน สถาปัตยกรรมที่งดงาม และสิ่งสำคัญที่สุดได้แก่ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ได้รับความเคารพนับถือ เช่น พระพุทธรูป เจดีย์ รูปเคารพอื่น ๆ (ประทีป พิษทองกลางและคณะ, 2561)

สำหรับงานด้านวิชาการนั้น มีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทยในฐานข้อมูล Google Scholar อยู่บ้าง ส่วนมากเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธ การศึกษาเส้นทางท่องเที่ยววัด การมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว เป็นต้น ในส่วนของการศึกษาประเด็นของประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทยนั้นยังมีอยู่อย่างจำกัดมากและขาดข้อมูล ตลอดจนประสบการณ์การท่องเที่ยวมีหลายประเภท เช่น ประสบการณ์ทางสุนทรีย์ ประสบการณ์ทางสังคม ประสบการณ์การเรียนรู้ ประสบการณ์ความบันเทิง ประสบการณ์การพักผ่อน และประสบการณ์ด้านบริการ เป็นต้น (Pine & Gilmore, 1998) จึงอาจส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาประสบปัญหาในการนำเสนอประสบการณ์ให้ตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ Getz (1998) แสดงความเห็นเพิ่มเติมว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวก็มีส่วนสำคัญต่อประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ เพราะองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาสนองประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวน้อย แต่องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยในการสร้างประสบการณ์นั้น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงและพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวขึ้น ดังนั้น ความเข้าใจดังกล่าวจะทำให้ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวสามารถพัฒนาและปรับปรุงองค์ประกอบการท่องเที่ยวและสามารถกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ตรงกับความต้องการนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตามที่คาดหวังไว้ซึ่งจะสามารถสร้างความประทับใจและความทรงจำที่ดีแก่นักท่องเที่ยว จากความสำคัญดังกล่าว การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาถึงความสำคัญขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาตลอดจนประสบการณ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

ศาสนาที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยให้สามารถดึงดูดความสนใจและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ รวมถึงการมอบประสบการณ์ที่ดีและน่าจดจำให้แก่นักท่องเที่ยวจากการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา อีกทั้งส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาประเภทของประสบการณ์การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นักท่องเที่ยวได้รับ

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

วิธีการดำเนินการวิจัยฉบับนี้ จะใช้การวิจัยเชิงบูรณาการระหว่าง วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) คือการวิจัยเชิงสำรวจ และการสัมภาษณ์ในเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยมีคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 18 ปี ที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาของพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดชนะสงคราม วัดอรุณ วัดระฆัง วัดบวรนิเวศ เป็นต้น โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณ ของ W.G. Cochran เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้มีลักษณะเป็นแบบสอบถามซึ่งมีค่า IOC เท่ากับ 0.968 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) แบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคล 2) แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา 4) แบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนา 5) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) โดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และแจกแจงความถี่ ใช้สำหรับอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าสถิติการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าความแตกต่าง ของความสำคัญขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา กับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา รวมไปถึงหาค่าเฉลี่ยของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ได้รับ

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.80 มีอายุระหว่าง 18-22 ปี ร้อยละ 45.70 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.00 ประกอบอาชีพนักศึกษา ร้อยละ 45.50 มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 45.50

2. ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 แสดงความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา รวมถึงค่าความแตกต่างระหว่างความสำคัญและความพึงพอใจ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา	ความสำคัญขององค์ประกอบท่องเที่ยว $\bar{x}$	ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว $\bar{x}$	ค่าความแตกต่างระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจ (+/-)
1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ			
มีบรรยากาศ สภาพภูมิอากาศที่ดีอากาศดี	4.17	4.37	+0.20
ยังคงมีความเป็นธรรมชาติ	4.17	4.25	+0.08
2. ด้านโครงสร้างทั่วไป			
ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.39	4.30	-0.09

องค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงศาสนา	ความสำคัญของ องค์ประกอบการ ท่องเที่ยว $\bar{x}$	ความพึงพอใจ ต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยว $\bar{x}$	ค่าความ แตกต่าง ระหว่าง ความสำคัญ กับความพึง พอใจ (+/-)
3. ด้านโครงสร้างทางการท่องเที่ยว			
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	4.28	4.32	+0.04
ร้านขายของที่ระลึก	4.12	4.16	+0.04
ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	4.14	4.15	+0.01
ร้านขายอาหารท้องถิ่น	3.91	3.93	+0.02
4. ด้านนันทนาการ			
มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.21	4.12	-0.09
มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรม ประเพณี	4.30	4.31	+0.01
5. ด้านศิลปวัฒนธรรมและ ประวัติศาสตร์			
มีแหล่งโบราณสถาน	4.01	4.17	+0.16
มีเรื่องเล่า ความเป็นมาของสถานที่	3.99	4.01	+0.02
มีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์	4.14	4.38	+0.24
6. ด้านเศรษฐกิจและการเมือง			
ความปลอดภัย	3.99	3.94	-0.05
ราคาของสินค้าและบริการที่ สมเหตุสมผล	3.96	3.89	-0.07
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ			
ทัศนียภาพความสวยงามของแหล่ง ท่องเที่ยว	4.25	4.17	-0.08
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.26	4.24	-0.02
ความสงบ ร่มเย็น	4.14	4.26	-0.12
8. ด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม			
วิถีชีวิตชุมชนรอบแหล่งท่องเที่ยว	3.92	4.29	+0.37

องค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงศาสนา	ความสำคัญของ องค์ประกอบการ ท่องเที่ยว $\bar{x}$	ความพึงพอใจ ต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยว $\bar{x}$	ค่าความ แตกต่าง ระหว่าง ความสำคัญ กับความพึง พอใจ (+/-)
ความมีไมตรีจิตของบุคลากร	4.17	4.37	+0.20
9. ด้านบรรยากาศของสถานที่			
บรรยากาศเหมาะแก่การพักผ่อน ผ่อน คลาย	4.22	4.26	+0.04
มีคุณค่าทางความเชื่อ	4.18	4.21	+0.03
มีความไม่แออัด พลุกพล่านของผู้คน	4.10	4.18	-0.08
มีความไม่เร่งรีบ เนียบช้า	4.17	4.11	-0.06

จากตารางที่ 1 พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่สำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดได้แก่ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (4.39) รองลงมาได้แก่ การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือประเพณี (4.30) ศูนย์บริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว (4.28) ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว (4.26) และทัศนียภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (4.25) แต่ในขณะเดียวกันความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสภาพบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีเอกลักษณ์มากที่สุด (4.38) รองลงมาได้แก่ มีบรรยากาศดี สภาพภูมิอากาศที่ดี และ ความมีมิตรไมตรีของบุคลากร (4.37) ศูนย์บริการการท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกด้านข้อมูล (4.32) มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี (4.31) และ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (4.30) ซึ่งค่าความต่างระหว่างองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแต่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวน้อยกว่า ได้แก่ ความสงบร่มเย็นของแหล่งท่องเที่ยว (-0.12) ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (-0.09) ทัศนียภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (-0.08) ราคาของสินค้าและบริการที่สมเหตุสมผล (-0.07) บรรยากาศความไม่เร่งรีบเนียบช้า (-0.06) ในขณะที่องค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่ำกว่าแต่นักท่องเที่ยวกลับมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบดังกล่าวมากที่สุด ได้แก่ วิถีชีวิตของชุมชนรอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา (+0.37) มีสภาพภูมิอากาศอันเป็นเอกลักษณ์ (+0.24) มีบรรยากาศดี สภาพภูมิอากาศที่ดี (+0.20) และ ความมีไมตรีจิตของบุคลากร (+0.20) มีแหล่งโบราณสถาน (+0.16) และ แหล่งท่องเที่ยวยังคงมีความเป็นธรรมชาติ (+0.08)

2. ประเภทของประสบการณ์การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นักท่องเที่ยวได้รับ

ตารางที่ 2 ประสบการณ์การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นักท่องเที่ยวได้รับ

n = 400

ประเภทของประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D.	ได้รับประสบการณ์ในระดับ
ประสบการณ์ทางสุนทรีย์ (Aesthetics Experience)			
1. ได้เห็นทัศนียภาพ	4.41	.493	มากที่สุด
2. รู้สึกชื่นชม	4.79	.408	มากที่สุด
3. รู้สึกผ่อนคลาย	4.82	.383	มากที่สุด
4. รู้สึกใจเบิกบาน	4.86	.350	มากที่สุด
5. รู้สึกสบายใจ	4.80	.404	มากที่สุด
6. รู้สึกมีความสุข	4.81	.393	มากที่สุด
รวม	4.74	.405	มากที่สุด
ประสบการณ์ทางสังคม (Social Experience)			
1. ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลกับบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว	3.64	.661	มาก
2. ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลกับนักท่องเที่ยว	3.74	.876	มาก
3. มีการรับข้อมูลระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา	3.77	.728	มาก
4. ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลกับสมาชิกของชุมชน	4.06	.471	มาก
5. ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้นำชม มัคคุเทศก์	4.03	.273	มาก
รวม	3.84	.601	มาก
ประสบการณ์การเรียนรู้ (Education Experience)			
1. ได้รับความรู้ในด้านศิลปะ	4.17	.512	มาก
2. ได้รับความรู้ในเชิงประวัติศาสตร์	4.19	.475	มาก
3. ได้รับความรู้ระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา	4.31	.532	มากที่สุด

ประเภทของประสบการณ์ที่ได้รับจาก แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D.	ได้รับ ประสบการณ์ใน ระดับ
4. ได้เรียนรู้วิถีชีวิตในชุมชน	4.54	.499	มากที่สุด
รวม	4.30	.504	มากที่สุด
ประสบการณ์ด้านความบันเทิง (Entertainment Experience)			
1. มีความประทับใจกับการท่องเที่ยวครั้งนี้	4.71	.457	มากที่สุด
2. ได้รับความเพลิดเพลิน	4.75	.434	มากที่สุด
3. มีความบันเทิงใจจากการรับฟังข้อมูล ต่าง ๆ	4.43	.495	มากที่สุด
4. มีความสุขใจขณะทำกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงศาสนา	4.29	.452	มากที่สุด
5. ไม่มีความรู้สึกอึดอัดใจ กดดัน ขณะทำ กิจกรรมการท่องเที่ยว	4.30	.460	มากที่สุด
รวม	4.49	.459	มากที่สุด
ประสบการณ์การหนี (Escape Experience)			
1. ไม่รู้สึกจำเจ	4.25	.438	มากที่สุด
2. ได้ทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ	4.34	.529	มากที่สุด
3. รู้สึกว่าจิตใจสงบ	4.42	.538	มากที่สุด
4. การเชื่อมต่อทางจิตวิญญาณ	4.46	.509	มากที่สุด
5. ได้รับประสบการณ์ใหม่	4.45	.498	มากที่สุด
รวม	4.38	.502	มากที่สุด
ประสบการณ์ด้านการบริการ (Service Experience)			
1. ความพึงพอใจต่อการบริการ ของบุคลากร	4.44	.497	มากที่สุด
2. การให้บริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยว	4.44	.497	มากที่สุด
3. ด้านความปลอดภัย	4.80	.402	มากที่สุด
4. ด้านความสะดวกสบาย	4.79	.406	มากที่สุด

ประเภทของประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D.	ได้รับประสบการณ์ในระดับ
5. ความสะอาดและความพร้อมในการให้บริการ	4.71	.454	มากที่สุด
6. การรับบริการจากร้านค้าต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว	4.74	.441	มากที่สุด
7. ความพึงพอใจในราคาสินค้าและบริการ	4.73	.443	มากที่สุด
8. ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก	4.71	.455	มากที่สุด
รวม	4.66	.449	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทางสุนทรียะในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเบิกบานใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.86 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายในการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีค่าเฉลี่ย 4.82 รู้สึกมีความสุข มีค่าเฉลี่ย 4.81 รู้สึกสบายใจ มีค่าเฉลี่ย 4.80 รู้สึกชื่นชม มีค่าเฉลี่ย 4.79 ส่วนประสบการณ์สุนทรียะที่นักท่องเที่ยวได้รับน้อยที่สุดได้แก่ การได้เห็นทัศนียภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.41

สำหรับประสบการณ์ทางสังคมนั้น นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เกี่ยวกับการได้แลกเปลี่ยนข้อมูลกับสมาชิกของชุมชนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาได้แก่ การได้แลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้นำชุมชนที่หรือมีคุณศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.03 มีการรับข้อมูลระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีค่าเฉลี่ย 3.77 ได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.74 และการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.64

ในขณะที่ประสบการณ์การเรียนรู้นั้น นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาได้แก่ การได้รับความรู้ระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีค่าเฉลี่ย 4.31 ได้รับความรู้ในเชิงประวัติศาสตร์ มีค่าเฉลี่ย 4.19 และได้รับความรู้ในเชิงศิลปะน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.17

ส่วนประสบการณ์ด้านความบันเทิงนั้น นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ประเภทนี้ในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 รองลงมาได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวสร้างความประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 4.71 ได้รับความบันเทิงเร้าใจระหว่างการทำกิจกรรมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.43 ไม่มีความรู้สึกอึดอัดใจ กดดัน ขณะทำกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.30 และมีความสุขขณะทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีค่าเฉลี่ย 4.29 ตามลำดับ

ในประเภทของประสบการณ์ด้านการพักผ่อนนั้น นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเชื่อมต่อทางจิตวิญญาณมากที่สุดในประสบการณ์ประเภทนี้

มีค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมาได้แก่ ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.45 รู้สึกว่าจิตใจสงบ มีค่าเฉลี่ย 4.42 ได้ทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ มีค่าเฉลี่ย 4.34 และไม่รู้สึกรำคาญ มีค่าเฉลี่ย 4.25 ตามลำดับ

ประเภทของประสบการณ์ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นมีความปลอดภัยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80 รองลงมาได้แก่ ความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.79 การได้รับบริการที่ดีจากร้านค้าต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.74 รู้สึกพึงพอใจต่อราคาสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.73 ส่วนความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและประสบการณ์ต่อความสะดวกและความพร้อมในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันคือ 4.71 และความพึงพอใจต่อการบริการของบุคลากรและประสบการณ์ของการรับบริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันที่ 4.44 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่สำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา รวมถึงประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นักท่องเที่ยวได้รับ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นไปตามวัตถุประสงค์หลัก คือ

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่สำคัญต่อนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี สิ่งอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการข้อมูล สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติล้วนมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว จากผลการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยองค์ประกอบด้านการเข้าถึง (Accessibility) ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจหากมีความสะดวกในระบบขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นเส้นทาง ยานพาหนะ การลำเลียงนักท่องเที่ยวไปยังปลายทาง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ ตามที่ Cooper, & Boniface (1998) ที่กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions), 2) การเข้าถึง (Accessibility), 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities), และ 4) บริการเสริมที่ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวได้จัดหา (Ancillary Services) โดยเทิดชาย ช่วยบำรุง (2551) ได้เพิ่มองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอีก 2 ประการ ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ (Activities) และ ที่พักแรม (Accommodation)

สำหรับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ ภูมิประเทศ สิ่งปลูกสร้าง สถาปัตยกรรม รวมไปถึงที่เกี่ยวข้องกับเทศกาล งานประเพณี วัฒนธรรม ที่เราเรียกว่าทรัพยากรการ

ห้องเที่ยวนั้นเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากคู่แข่งและสามารถดึงดูดใจจากนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวมีความสำคัญในการนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวในศักยภาพด้านการเข้าถึง ด้านศักยภาพด้านเอกลักษณ์และคุณค่า และศักยภาพด้านการเรียนรู้ (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

นอกจากนี้องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านคุณภาพการบริการเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ซึ่งการบริการที่มีคุณภาพ บุคลากร ที่มีความเต็มใจในการบริการ นักท่องเที่ยวเนื่องจากการบริการเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย ความเพลิดเพลิน ได้รับความรู้จากการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่มีความหลากหลายก็เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเลือกกิจกรรมที่มีความหลากหลายที่ตรงกับความต้องการ (พพร โอทกานนท์ และเยาวภา ปฐมศิริกุล, 2556)

ส่วนความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ได้รับจากการบริการหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในแหล่งท่องเที่ยวที่บ่งบอกถึงการตอบสนองความต้องการของแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะเป็นข้อมูลที่ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำไปพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวและคุณภาพการบริการได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวและคุณภาพการบริการจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อีกทั้งเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยวในการแข่งขันทางการตลาดและช่วยลดปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว หากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะส่งผลดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในแง่ของการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจากตัวนักท่องเที่ยวเอง (Lovelock, et al., 2001)

ผลการศึกษาชี้แสดงถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาบางองค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแต่ไม่สร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น ความสงบ ร่มเย็น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทัศนียภาพและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวควรปรับปรุงองค์ประกอบการท่องเที่ยวเหล่านี้ให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ศึกษาประเภทของประสบการณ์การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นักท่องเที่ยวได้รับ

จากผลการศึกษาประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุดคือประสบการณ์ด้านสุนทรียะ (Aesthetics Experiences) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ด้านสุนทรียะจากการได้ชม ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับการอยู่ในสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ไม่ว่าจะเป็นความเป็นเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ทางสถาปัตยกรรม ภูมิประเทศอันสวยงาม ซึ่งการได้เห็นหรือชื่นชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในทุกแง่มุม เป็นตัวบ่งชี้ถึงการได้รับประสบการณ์ทางสุนทรียะ สอดคล้องกับการศึกษาของ Pine, &

Gilmore (1998) ที่กล่าวว่าประสบการณ์ทางสุนทรียะเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ความเพลิดเพลินจากสิ่งแวดล้อม ซึ่งความสุนทรียะนี้อาจถูกกระตุ้นจากศาสนาและความศักดิ์สิทธิ์ ของสถานที่ และรวมไปถึงรูปแบบของศิลปะต่าง ๆ (Knapp, 2018)

สำหรับประสบการณ์ด้านการบริการ (Services Experiences) นั้น นักท่องเที่ยวได้รับ ประสบการณ์รองลงมา ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและผู้เกี่ยวข้องต้องพัฒนาหรือปรับปรุง หรือบำรุงรักษาเพื่อให้องค์ประกอบเหล่านี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นการ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำ ที่จอดรถ การจัดระเบียบร้านค้า การจัด ระเบียบการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

ส่วนประสบการณ์ด้านความบันเทิง (Entertainment Experiences) ในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการสังเกต ชมหรือดูกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสำหรับแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้น ประสบการณ์ด้านความบันเทิงอาจแฝงอยู่ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมประเพณีและความรู้สึกไม่กดดันต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความตึงเครียด (Oh, et al., 2007)

ประสบการณ์ด้านการหลีกหนี (Escapist Experiences) เป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยว ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาโดยที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้เป็นกิจกรรมที่จำเจใน ชีวิตประจำวัน มีความแปลกใหม่ในชีวิตโดยเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการการปรับตัว ปล่อยเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรม รวมไปถึงการค้นหาตัวตนหรือคุณค่าบางอย่างซึ่งการท่องเที่ยวเชิง ศาสนาอาจมอบประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณได้ (Norman, 2012)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มอบคุณค่าด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ ผ่านสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และพิธีกรรมแล้ว นักท่องเที่ยวยังได้รับประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ (Education Experiences) จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาอีกด้วย นักท่องเที่ยว อาจมีการแสวงหาความรู้ที่เพิ่มมากขึ้น ได้ศึกษา ซึมซับข้อมูลและมีการพัฒนาตัวเองรวมถึงทักษะ ต่าง ๆ ที่เพิ่มเติมจากการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1.1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่นักท่องเที่ยวให้ ความสำคัญแต่มีความพึงพอใจต่ำได้แก่ องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ความสงบ ร่มเย็น ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านโครงสร้าง ทั่วไป เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านนันทนาการ เช่น การจัด กิจกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจและการเมือง เช่น ความปลอดภัย และราคา สินค้าที่เหมาะสม ดังนั้นผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและผู้ที่เกี่ยวข้องควรพิจารณาปรับปรุง องค์ประกอบเหล่านี้ เพื่อเพิ่มความดึงดูดใจให้แก่ นักท่องเที่ยว หากองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

เชิงศาสนามีความพร้อมในทุกด้านในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก จะทำให้เกิดการเผยแพร่คำสอน และรูปแบบทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.2 ประสบการณ์ทางสังคม เป็นประเภทของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่น้อยที่สุด ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและผู้ที่เกี่ยวข้องอาจพิจารณาเพิ่มกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่เพิ่มการปฏิสัมพันธ์กับบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว หรือชุมชนโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการสนทนาธรรมะ กิจกรรมทำของบูชาด้วยตนเอง โดยผ่านการสอนจากภูมิปัญญาในชุมชน เพื่อเพิ่มประสบการณ์ทางสังคม รวมไปถึงประสบการณ์ด้านอื่น ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งในการศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเท่านั้น อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาพุทธเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในรูปแบบอื่น เช่น โบสถ์ มัสยิด ศาลเจ้า เป็นต้น อีกทั้ง การศึกษานี้มุ่งเน้นเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ทำให้อาจมองข้ามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็นความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ในรูปแบบอื่น ๆ ที่สามารถส่งผลต่อประสบการณ์ที่แตกต่างได้ เช่น การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวแบบสะเทือนใจ (Dark Tourism) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). *คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กรรณิกา คำดี. (2558). วัดและศาสนสถานในมิติของการท่องเที่ยว. *วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 4(2), 175-191.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*. ฉบับที่ 4. เมษายน – มิถุนายน 2559.
- ประทีป พิษทองกลางและคณะ. (2561). วัดงาม นามมงคล: แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดนามมงคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *JOURNAL OF LANGUAGE, RELIGION AND CULTURE*. 7(1), 212-242.
- พบพร โอทกานนท์ และเยาวภา ปฐุมศิริกุล. (2556). รูปแบบคุณภาพการบริการภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวยุโรปและอเมริกัน. *วารสารธรรมศาสตร์*. 32(1), 36 – 56.
- มานิช พรหมปัญญา. (2556). แนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. *วารสารการบริหารและการท่องเที่ยวไทย*. 8(2), 36 – 47.

- วงศ์ธีรา สุวรรณิน. (2557). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 8(3), 63 – 82
- วุฒินันท์ กันทะเตียน. (2560). รายงานวิจัยภูมิสถาปัตยกรรมของวัดไทยกับการเรียนรู้และการเสริมสร้างสุขภาวะเชิงพุทธบูรณาการ. กรุงเทพมหานคร: โครงการเสริมสร้างสุขภาวะและการเรียนรู้ตามแนวพระพุทธศาสนา สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์
- Berli & Martin, (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis – a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25(5), 623 – 636
- Cooper & Boniface, (1998). *Geography of Travel and Tourism*. United Kingdom. Butterworth Heinemann.
- Getz, (1999). Critical Success Factors for Wine Tourism. *International Journal of Wine Marketing*. Vol. 11 No. 3, pp. 20-43. <https://doi.org/10.1108/eb008698>
- Oh & Jeong, (2007). Measuring experience economy concepts: tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119- 131.
- Otto & Ritchie, (1996). The Service Experience in Tourism. *Tourism Management*, 17, 165-174.
- Pine & Gilmore, (1998). *Welcome to the experience economy*. Harvard business review, 76 4, 97-105.
- Weidenfeld, (2005). Religious needs in the hospitality industry. *Tourism and Hospitality Research* 6, 143 – 159
- Woodward, (2004). Faith and Tourism: Planning Tourism in Relation to Places of Worship. *Tourism and Hospitality Planning & Development* August 2004, Vol. 1, No. 2, pp. 173–186
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free.