



การท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร ประเทศไทย

Buddhism Tourism in Sakhonnakorn Province, Thailand

ปริดา ไชยา¹

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของการปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงพุทธและการตอบสนองความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนครในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 410 คน ซึ่งได้มาจากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและวิเคราะห์ข้อมูลสถิติวิธี ANOVA, Factor Analysis, และ Multiple Regression Analysis ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากต่อทุกปัจจัยความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงพุทธและก็มีคามพึงพอใจมากต่อทุกปัจจัยการตอบสนองความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร และพบ 3 องค์ประกอบหลักที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธคือ องค์ประกอบจิตวิญญาณมรดกวัฒนธรรมศาสนา องค์ประกอบความมีชื่อเสียงพิเศษสำหรับการแนะนำบอกต่อ และองค์ประกอบตัวกระตุ้นการวางแผนท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบมีความสัมพันธ์ต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบด้านจิตและวิญญาณทางมรดกและวัฒนธรรมทางศาสนามีอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด ส่วนองค์ประกอบความมีชื่อเสียงพิเศษสำหรับการแนะนำบอกต่อและองค์ประกอบตัวกระตุ้นการวางแผนท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงพุทธ จังหวัดสกลนคร ประเทศไทย

¹อาจารย์ ดร. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



Abstract

The study aims to examine the importance and responsiveness of Buddhism tourism in Sakon Nakhon Province, from the perspectives of 410 Thai tourists selected with convenient sampling. The research uses a survey questionnaire to collect data. ANOVA, Factor Analysis, and Multiple Regression Analysis techniques were used to test the gaps between the importance and responsiveness features of Buddhism tourism and statistical significances across the determining and determined variables. The research findings indicate that most Thai tourists rated the importance of Buddhism tourism very high for all items, and at the same time they are very highly satisfied with the responsiveness performance of the Buddhism tourism in Sakon Nakhon for all items. There is a positive relationship between the importance and the responsiveness of Buddhism tourism among Thai tourists. The findings indicate that the component of religious spirituality, heritage, and culture was found to be the most important powerful variable directly affecting the Thai tourists' satisfaction with Buddhism tourism responsiveness; whereas, the two components of distinguished attractions with word-of-mouth and travel motive stimuli have no direct impact on the Buddhism tourism responsiveness at the statistically significant level of .05.

Keywords : Tourism, Buddhism Tourism, Sakon Nakhon Province, Thailand

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลง มีการพัฒนาและการคิดค้นรูปแบบใหม่ๆ ในการนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เพื่อให้การท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคหรือในระดับท้องถิ่นสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการร่วมพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนและสังคมให้สามารถพึ่งพาตนเองซึ่งมีผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ แต่อย่างไรประเทศไทยยังคงมีศักยภาพสูง



ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีชื่อเสียง เพราะประเทศไทยมีพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอีกมากมายที่พร้อมจะพัฒนาให้เกิดขึ้น (Tribune Business News. 2009) ทำให้เกิดความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงพุทธก็เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายโดยมีลักษณะที่เกี่ยวกับมรดกวัฒนธรรมทางศาสนา สถานที่ทางศาสนา บุคคลสำคัญทางศาสนา การเดินทางเพื่อการสักการบูชาและการศึกษาหาความรู้ถึงรากแท้ของชีวิตอันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวด้านจิตใจอย่างยั่งยืนต่อไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2556 ; Collins-Kreiner. 2010 ; Sharpley. 2009)

ทั้งนี้ การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธต่างๆ ถือว่ามีความสำคัญที่จะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธนั้นเป็นที่รู้จักและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ มูลค่า และคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความต้องการแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่สามารถสนองความต้องการด้านจิตใจมากขึ้น โดยเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวในเมืองใหญ่ไปเป็นแหล่งท่องเที่ยวในชนบทเพื่อค้นหาคุณค่าของชีวิต สุนทรียภาพ ความเรียบง่าย การค้นพบและพัฒนาจิตใจตนเอง รวมถึงแสวงหาประสบการณ์เชิงลึกใหม่ๆ เจตคติของนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เนื่องจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเป็นตัวบอกรูปแบบและแนวโน้มของการท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ อีกทั้งความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยังนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ (Mihelj. 2010) การเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบเจตคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจึงช่วยให้ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวได้ทราบถึงปัจจัยและผลกระทบที่เกี่ยวข้องที่จะสามารถประเมินและวิเคราะห์ถึงรูปแบบและวิธีการจัดการกับสินค้าและบริการต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพตรงความต้องการของนักเดินทางซึ่งถือว่าเป็นตัวขับเคลื่อนของความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา (Ryan. 1995) การศึกษาถึงผลกระทบของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวตามที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมและช่วยขับเคลื่อนให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของประเทศได้บรรลุเป้าหมายอีกทางหนึ่ง

จากการศึกษาของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2556) พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาเดินทางท่องเที่ยวแบบไป-กลับ หรือเป็นครอบครัวมากขึ้น เพราะค่าใช้จ่ายในส่วนของ



ค่าที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวจะต้องจ่ายมีแนวโน้มที่ลดลง เนื่องจากโรงแรมและรีสอร์ทต่างจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการลดราคาค่าที่พักแรมลง เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทดแทนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ลดลงหลังจากเกิดเหตุการณ์ปิดล้อมสนามบินสุวรรณภูมิในปี 2552 จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวภายในประเทศเปลี่ยนไปและคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนประมาณ 2.6 ล้านคนเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล และจะมีแนวโน้มที่ก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวมากกว่า 14,600 ล้านบาท กระจายไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ก็เป็นอีกภูมิภาคหนึ่งของประเทศไทยที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณี ไม่แพ้ภาคอื่นๆ แต่แหล่งท่องเที่ยวที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความแตกต่างจากภูมิภาคอื่นก็คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธ (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 30 ธันวาคม, 2551) และการจะขับเคลื่อนให้การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะถิ่นให้ประสบความสำเร็จ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ได้ให้ความสำคัญขององค์ประกอบแห่งการส่งเสริมความสำเร็จของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น ตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche market) และการท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมย่อย (Sub culture) ที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มคนเดินทางและมีนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ แต่สามารถแผ่ขยายไปได้มาก ซึ่งทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจในด้านต่างๆ และเป็นการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวระดับภูมิภาคและท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2556) การกำหนดจุดเด่นหรือจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละภาคและกลุ่มจังหวัดให้มีความเหมาะสมเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เช่น ภาคอีสานเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมและศาสนา เป็นต้น

จังหวัดสกลนครจึงเป็นหนึ่งในหลายจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีความเหมาะสมและมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา วัฒนธรรมทางศาสนา และบุคคลสำคัญทางศาสนาที่สำคัญอย่างครบถ้วนและสมบูรณ์ สมกับคำขวัญประจำจังหวัดที่ว่า "พระธาตุเชิงชุมคู่บ้าน พระตำหนักภูพานคู่เมือง งามลือเรื่องหนองหาร แลตระการปราสาทผึ้ง สวยสุดซึ้งสาวภูไท ถิ่นมั่นในพุทธธรรม" จนมีผู้ขนานนามว่า "แอ่งธรรมะแห่งอีสาน" ด้วยมีพระอริยสงฆ์ผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบเป็นที่เคารพนับถือของคนไทยและต่างประเทศ เช่น หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต หลวงปู่ฝั้น อาจาโร



หลวงตาแดงอ่อน กัลป์ยานัมโม หลวงปู่บุญมี วิถีปัญญา หลวงตาบุญหนา อัมมทินโน และยังมีศาสนสถานหรือวัดที่สำคัญอยู่มาก เช่น วัดป่าสุทธาวาส ที่ตั้งพิพิธภัณฑสถานหลวงปู่่มั่น ภูริทัตโต และหลวงปู่หลุย จันทสาโร วัดถ้ำอภัยดำรงธรรม หรือวัดถ้ำพวง สถานที่ตั้งพิพิธภัณฑสถานพระอาจารย์วัน อุตตโม และสังเวชนียสถาน 4 ตำบล (จำลอง) พระธาตุเชิงชุม วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร และเทศกาลและประเพณีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา ที่มีชื่อเสียง ซึ่งยังขาดการวิจัยถึงความสำคัญและการตอบสนองความต้องการจากนักท่องเที่ยว (สำนักงานการค้าภายในจังหวัดสกลนคร. 2554)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นดังกล่าวข้างต้นและจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการทำวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร ซึ่งจะช่วยพัฒนาองค์ประกอบแนวคิดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดให้มีความเข้มแข็ง ก่อให้เกิดการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นและชุมชน และเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับจังหวัดสกลนครให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธ
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร
3. เพื่อศึกษาความสำคัญและการตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับปัจจัยความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องด้วยไม่มีการจัดบันทึกจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธดังกล่าวข้างต้นที่แน่นอน จึงใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง



แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธดังกล่าวอย่างละสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเท่าๆ กันเพื่อหลีกเลี่ยงความลำเอียงในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย (Ryan. 1995) และใช้การเปิดตารางจำนวนของกลุ่มตัวอย่างของ Yamane, Taro (1978) เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใหญ่เพียงพอต่อการแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Hair et al., 2003) ได้กลุ่มตัวอย่างรวม 410 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบตรวจสอบข้อมูลกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธ และส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับผลการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบบสอบถามทั้งส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับคือตั้งแต่ระดับ 1 หมายถึง ไม่มีความสำคัญเลย/ไม่มีการตอบสนองไปจนถึงระดับ 7 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด/มีการตอบสนองมากที่สุด จำนวนรวมทั้งสิ้น 25 ข้อ และใช้ Cronbach Alpha Coefficient ทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ได้ค่า 0.963 และส่วนที่ 3 ได้ 0.957 และหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามรายข้อด้วย Item Correlation ส่วนที่ 2 ได้ค่าระหว่าง 0.478 - 0.759 และส่วนที่ 3 ได้ 0.564-0.721 และหาค่า Kaiser-Meyer Olkin สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบได้ค่าเท่ากับ 0.962 ซึ่งมีค่าเกิน 0.7 จึงเหมาะสมใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาในครั้งนี้ต่อไป (Hair et al., 2003)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลแบบการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenient Random Sampling) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธ อย่างละเท่า ๆ กัน เช่น พิพิธภัณฑ์พระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต พระธาตุเชิงชุม เทศกเจดีย์เทสรังสีอนุสรณ์ (วัดถ้ำขาม) พิพิธภัณฑ์หลวงปู่หลุย จันทสาโร ถ้ำพระพุทธรูปไสยาสน์ (ถ้ำพระทอง) พระธาตุกุม ปราสาทพระธาตุนารายณ์เจงเวง วัดคำประมง พระธาตุมุเตา พระธาตุศรีมงคล พระธาตุตุ้ม ซึ่งตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธ ในช่วงเวลาจากวันที่ 15 ตุลาคม 2556 ถึง 30 ธันวาคม 2556



การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอนุมานวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ANOVA, Factor Analysis และ Multiple Regression Analysis และใช้ทฤษฎีการค้นหาคำตอบแท้จริงเชิงท่องเที่ยวศาสนาในการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 52) และเพศชาย (ร้อยละ 48) ส่วนใหญ่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 54) รองลงมาเป็นภาคกลาง (ร้อยละ 24) และภาคเหนือ (ร้อยละ 10) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-29 ปี (ร้อยละ 38) รองลงมาอายุระหว่าง 30-39 ปี (ร้อยละ 31) มีอาชีพเป็นเป็นนิสิตนักศึกษา (ร้อยละ 29) รองลงมา มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานของรัฐ (ร้อยละ 24) และพนักงานบริษัททั่วไป (ร้อยละ 16) ส่วนใหญ่มีรายได้สูงกว่ารายได้เฉลี่ยครัวเรือน (ร้อยละ 34) รองลงมามีรายได้ต่ำกว่ารายได้เฉลี่ยครัวเรือน (ร้อยละ 28) และมีรายได้เท่ากับเฉลี่ยครัวเรือน (ร้อยละ 23) โดยพิพิธภัณฑสถานพระอาจารย์ฝั้น อาจาโร (ร้อยละ 74) พระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต (ร้อยละ 70) และ พระธาตุเชิงชุม (ร้อยละ 66) มีนักท่องเที่ยวสนใจเที่ยวมากที่สุดสามลำดับแรก

2. การวิเคราะห์ความสำคัญและการตอบสนองของปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงพุทธ

จากตาราง 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า ปัจจัยท่องเที่ยวเชิงพุทธเพื่อตอบสนองการเรียนรู้ด้านมรดกและวัฒนธรรม ($\bar{X} = 5.52$) และปัจจัยความมีชื่อเสียงด้านพระพุทธศาสนาของจังหวัดสกลนครมีความสำคัญมากที่สุด ($\bar{X} = 5.52$) ที่เหลืออีก 23 ปัจจัยมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.87-5.45$) และทุกปัจจัยสามารถตอบสนองความพึงพอใจต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.47-5.82$) และจากผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยความสำคัญและปัจจัยการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธพบว่า ทุกคู่ปัจจัยรายข้อมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้ 5 ปัจจัยรายคู่ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันมากที่สุด คือ ความสามารถประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว (ความต่างค่าเฉลี่ย=0.63, $t=-8.870^{**}$) การต่อราคาเข้ากับการวางแผนค่าใช้จ่ายท่องเที่ยว (ความต่างค่าเฉลี่ย=0.60, $t=-8.541^{**}$) การท่องเที่ยวเชิงพุทธเป็นทางเลือกในช่วงวันหยุด (ความต่างค่าเฉลี่ย=0.53, $t=-8.365^{**}$) การท่องเที่ยวในสกลนครตอบสนองการปฏิบัติธรรมได้ดี (ความต่างค่าเฉลี่ย=0.50, $t=-5.216^{**}$) การแนะนำว่าหากจะท่องเที่ยวเชิงพุทธต้องไปสกลนคร (ความต่างค่าเฉลี่ย=0.48, $t=-7.864^{**}$)



ตาราง 1 การเปรียบเทียบความต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยความสำคัญและปัจจัยการตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธโดยรวม

ลำดับปัจจัยความสำคัญและการตอบสนอง	ความสำคัญ		การตอบสนอง		ความต่าง ค่าเฉลี่ย	t-test
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ความมีชื่อเสียงด้านพระพุทธศาสนา	5.52 ¹	1.23	5.78 ³	0.94	0.26	-4.691**
2. การท่องเที่ยวเชิงพุทธตอบสนองการเรียนรู้ด้านมรดกและวัฒนธรรม	5.52 ¹	1.21	5.75 ⁴	1.02	0.23	-3.908**
3. การได้มาทำบุญขณะมาท่องเที่ยวเชิงพุทธ	5.45 ²	1.24	5.78 ³	1.00	0.33	-5.810**
4. การท่องเที่ยวเชิงพุทธที่สกลนครนำมาซึ่งความสุขทางใจ	5.45 ²	1.26	5.72	1.03	0.27	-4.584**
5. การท่องเที่ยวเชิงพุทธที่สกลนครเป็นการรักษามรดกและวัฒนธรรม	5.45 ²	1.25	5.71	1.02	0.26	-4.702**
6. การท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนครตอบสนองการปฏิบัติธรรมได้ดี	5.42 ³	1.22	5.72	0.96	0.50	-5.216**
7. ความซาบซึ้งในการท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนคร	5.42 ³	1.23	5.82 ¹	0.99	0.40	-6.928**
8. ความยินดีแนะนำบอกต่อผู้อื่นมาเที่ยว	5.41 ⁴	1.18	5.80 ²	0.96	0.39	-7.079**
9. การท่องเที่ยวเชิงพุทธเป็นสิ่งกระตุ้นภาพธรรมะในใจของข้าพเจ้า	5.41 ⁴	1.24	5.71	0.99	0.30	-5.300**
10. การท่องเที่ยวเชิงพุทธเต็มไปด้วยความประทับใจ	5.38 ⁵	1.23	5.71	0.99	0.33	-5.865**
11. ความนิยมชมชอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร	5.35	1.20	5.70	1.02	0.35	-5.975**
12. การท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนครมีความคุ้มค่า	5.33	1.24	5.69	0.96	0.36	-6.227**
13. ภาพแห่งการจดจำของการท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนคร	5.33	1.20	5.64	1.02	0.31	-5.547**
14. การท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนครเป็นความสนใจพิเศษของข้าพเจ้า	5.31	1.23	5.67	1.01	0.36	-6.275**
15. ความมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธ	5.30	1.20	5.67	0.94	0.37	-6.850**
16. เมื่อมาท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนครทำให้เข้าใจจิตวิญญาณตนเอง	5.30	1.27	5.65	1.04	0.35	-5.855**
17. การท่องเที่ยวเชิงพุทธสนองความต้องการของข้าพเจ้าได้	5.29	1.24	5.63	1.04	0.34	-6.215**
18. การท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนครเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ	5.24	1.31	5.68	1.03	0.44	-7.250**
19. การท่องเที่ยวเชิงพุทธมีราคาเหมาะสม	5.21	1.30	5.59	1.05	0.38	-6.563**
20. การท่องเที่ยวเชิงพุทธเป็นทางเลือกในช่วงวันหยุด	5.20	1.34	5.73	1.02	0.53	-8.365**
21. ความเหมาะสมด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนคร	5.20	1.18	5.55	1.05	0.35	-6.239**
22. เมื่อคิดถึงการท่องเที่ยวเชิงพุทธจะคิดถึงสกลนครเป็นลำดับแรก	5.14	1.35	5.47	1.14	0.33	-5.541**
23. การมีผู้แนะนำว่าหากจะท่องเที่ยวเชิงพุทธต้องไปสกลนคร	5.13	1.35	5.61	1.01	0.48	-7.864**
24. ความสามารถประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	4.95	1.35	5.58	1.13	0.63	-8.870**

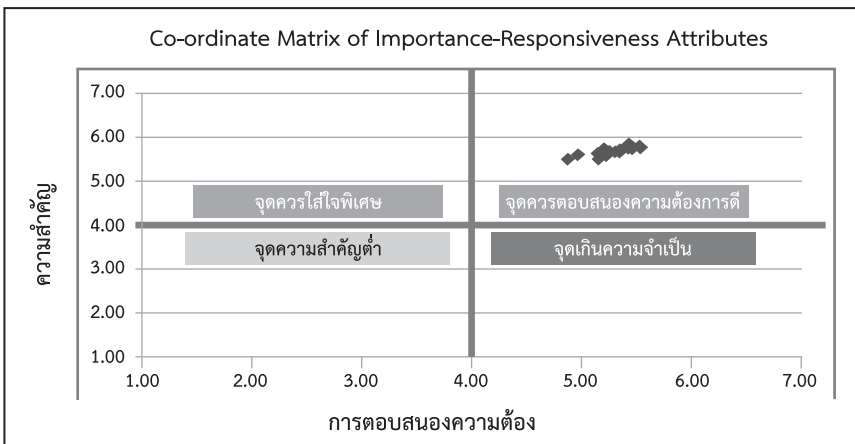
Note : Two Tail Probability * $p < .05$, ** $p < .01$

จากตาราง 1 ยังพบว่า ทุกปัจจัยของทั้งความสำคัญและการตอบสนองความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธมีคะแนนเฉลี่ยเกิน 4.00 ซึ่งเป็นค่าคะแนนเฉลี่ยเกินกึ่งกลางของมาตรวัดระดับความสำคัญและการตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธ จึงสรุปโดยรวมได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอย่างมากต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธของ



จังหวัดสกลนครในทุกปัจจัย และในขณะเดียวกันจังหวัดสกลนครก็สามารถสร้างการตอบสนองความต้องการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้สูงมากเช่นเดียวกัน ดังแสดงในแผนภาพ 1 ซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้การประเมินผลการวิเคราะห์ผลการปฏิบัติและความสำคัญ (Importance-Performance Analysis: IPA) (Martilla & James. 1977) ของปัจจัยที่ต้องการศึกษาที่นักวิจัยในสาขาการท่องเที่ยวและการบริการนิยมใช้ในศึกษาถึงปัจจัย ดังกล่าว

แผนภาพ 1 การประเมินโดยรวมของปัจจัยความสำคัญและการตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร



3. การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดสกลนคร

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นอย่างมีนัยสำคัญไปสกัดตัวประกอบ (Factor Extraction) ซึ่งผู้วิจัยได้ทดลองสกัดด้วยวิธีประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และวิธีกำลังสองน้อยที่สุดทั่วไปและหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) แบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีวารีแมกซ์ (Varimax) โดยเบื้องต้นได้พิจารณาค่าความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling adequacy) ด้วยการหาค่า Kaiser-Meyer-Olkin ได้ค่าเท่ากับ .962 (Bartlett's Test of Sphericity = 7711.532, Sig. = .000) จึงเหมาะสมใช้วิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไปโดยพิจารณา



ตัวประกอบตามเกณฑ์ดังนี้ คือ ตัวประกอบที่สำคัญนั้นต้องมีค่าไอเกน (Eigen Values) มากกว่าหรือเท่ากับ 1.0 และมีตัวแปรที่อธิบายตัวประกอบนั้นๆ ตั้งแต่ 3 ตัวแปรขึ้นไป โดยในแต่ละตัวแปรนั้นต้องมีค่าน้ำหนักตัวประกอบตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไปจากนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์ตัวประกอบไปแปลผลและกำหนดชื่อให้กับกลุ่มตัวแปรใหม่ซึ่งในขั้นตอนนี้จะต้องอาศัยหลักการในการกำหนดชื่อที่สื่อความหมายแก่แต่ละปัจจัยด้วยการพิจารณาจากลักษณะของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวเนื่องกันอยู่ในปัจจัยนั้นๆ ดังนั้น จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร ดังแสดงในตาราง 2 สามารถคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้ทั้ง 25 ตัว ได้เมตริกซ์สหพันธ์ขนาด 25×25 ซึ่งเมื่อทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร แสดงว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 กับตัวแปรอื่นๆ จึงใช้เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบได้ทั้งหมด และผลการวิเคราะห์น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 คือ ปัจจัยจิตวิญญาณทางมรดกและวัฒนธรรม มีค่าอัลฟา 0.958 ค่าไอเกน 13.60 และประกอบด้วย 15 ตัวแปรสังเกต ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 54.40% และองค์ประกอบที่ 2 คือ ปัจจัยความมีชื่อเสียงพิเศษสำหรับการแนะนำบอกต่อ มีค่าอัลฟา 0.894 ค่าไอเกน 1.407 และประกอบด้วย 7 ตัวแปรสังเกตที่ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 5.62% และองค์ประกอบที่ 3 คือ ปัจจัยตัวกระตุ้นการวางแผนท่องเที่ยว มีค่าอัลฟา 0.785 ค่าไอเกน 1.06 ประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกต ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 4.24% และทั้ง 3 ตัวประกอบหลัก (ปัจจัยจิตวิญญาณทางมรดกและวัฒนธรรม ปัจจัยความมีชื่อเสียงพิเศษสำหรับการแนะนำบอกต่อ และปัจจัยตัวกระตุ้นการวางแผนท่องเที่ยว) ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธได้ร้อยละ 64.2% ดังแสดงในตาราง 2



ตาราง 2 องค์ประกอบของปัจจัยความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร
(Factor Analysis)

Rotated Component Matrix (a)	Component		
	1.00	2.00	3.00
ปัจจัยจิตวิญญาณมรดกวัฒนธรรมศาสนา (Alpha=.958/Eigenvalue=13.60/Variance=54.40%)			
การท่องเที่ยวพุทธตอบสนองการเรียนรู้ด้านมรดกและวัฒนธรรม	.770	.241	.137
การท่องเที่ยวพุทธเป็นสิ่งกระตุ้นภาพพระธรรมในใจของข้าพเจ้า	.762	.280	.153
การท่องเที่ยวพุทธที่สกลนครเป็นการรักษามรดกและวัฒนธรรม	.761	.251	.161
การท่องเที่ยวพุทธในสกลนครตอบสนองการปฏิบัติธรรมได้ดี	.732	.344	.167
การได้มาทำบุญขณะมาท่องเที่ยวเชิงพุทธ	.725	.269	.167
การท่องเที่ยวพุทธที่สกลนครนำมาซึ่งความสุขทางใจ	.718	.252	.303
เมื่อมาท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนครทำให้เข้าใจจิตวิญญาณของตนเอง	.689	.393	.145
การท่องเที่ยวพุทธเต็มไปด้วยความประทับใจ	.689	.249	.329
การท่องเที่ยวพุทธในสกลนครเป็นความสนใจพิเศษของข้าพเจ้า	.663	.457	.091
การท่องเที่ยวพุทธสนองความต้องการของข้าพเจ้าได้	.637	.420	.156
ภาพแห่งการจดจำของการท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนคร	.631	.349	.293
ความซาบซึ้งในการท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนคร	.631	.345	.281
ความนิยมชมชอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร	.604	.454	.182
เมื่อคิดถึงการท่องเที่ยวเชิงพุทธข้าพเจ้าจะคิดถึงสกลนครเป็นลำดับแรก	.589	.433	.171
ความเหมาะสมด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธในสกลนคร	.564	.392	.375
ปัจจัยชื่อเสียงพิเศษสำหรับการแนะนำบอกต่อ (Alpha=.894/Eigenvalue=1.407/Variance=5.62%)			
ความมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธ	.340	.761	.183
การมีผู้แนะนำว่าหากจะท่องเที่ยวเชิงพุทธต้องไปจังหวัดสกลนคร	.274	.742	.199
การท่องเที่ยวพุทธในสกลนครมีความคุ้มค่า	.414	.651	.172
ความมีชื่อเสียงด้านพระพุทธานา	.411	.650	.078
การท่องเที่ยวพุทธในสกลนครเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ	.349	.644	.280
การท่องเที่ยวพุทธเป็นทางเลือกในช่วงวันหยุด	.227	.598	.453
ความยินดีแนะนำบอกต่อผู้อื่นมาเที่ยว	.373	.496	.400
ปัจจัยตัวกระตุ้นการวางแผนท่องเที่ยว (Alpha=.785/Eigenvalue=1.06/Variance=4.24%)			
การต่อราคาให้เข้ากับการวางแผนการค่าใช้จ่ายท่องเที่ยว	.156	.134	.851
ความสามารถประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	.206	.257	.788
การท่องเที่ยวพุทธมีราคาเหมาะสม	.515	.256	.557
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. Rotation converged in nine iterations.			



4. ความสัมพันธ์และอิทธิพลขององค์ประกอบของปัจจัยความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มีต่อการตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร

ตาราง 3 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม พบว่าตัวแปรอิสระคือปัจจัยเกี่ยวกับจิตวิญญาณทางมรดกและวัฒนธรรม ปัจจัยความมีชื่อเสียงพิเศษสำหรับการแนะนำบอกต่อ และปัจจัยตัวกระตุ้นการวางแผนท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวเชิงพุทธอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 0.332-0.615 จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณหรืออิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามต่อ ซึ่งก่อนการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในเรื่องการแจกแจงปกติ (Normal distribution) ด้วยการดูผลการวิเคราะห์จากกราฟ Histogram และ Normal probability plot พบว่าข้อมูลมีการแจกแจงปกติ ซึ่งผู้วิจัยต้องตรวจสอบต่อไปว่าตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็น Multicollinearity หรือไม่ ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระคือ ปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงพุทธแต่ละตัวมีค่าน้อยกว่า 10 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันโดยที่ Lee และ others (2000: 704) ได้เสนอว่าถ้าค่า VIF ของตัวแปรอิสระน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีระดับความสัมพันธ์ที่จะไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพิจารณาค่าการยอมรับ (Tolerance) ประกอบกับค่า VIF ด้วยว่าค่า Tolerance มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 ถ้าค่า Tolerance เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน แต่ถ้าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าเกิดปัญหา Collinearity นั่นก็คือถ้าค่า Tolerance < 0.1 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ดังนั้น ผลค่าการยอมรับได้ของการวิจัยนี้อยู่ระหว่าง .327-.691 จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้เช่นเดียวกันในเรื่องความเป็นอิสระของตัวแปร (ตาราง 4)

ตาราง 3 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบปัจจัยความสำคัญและการตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงพุทธ (Correlation Matrices)

ตัวแปร	การตอบสนอง	ปัจจัยจิตวิญญาณฯ	ปัจจัยความมีชื่อเสียงฯ	ปัจจัยตัวกระตุ้นฯ
การตอบสนอง	1.000	.615	.537	.332
ปัจจัยจิตวิญญาณฯ	.615 (Sig.=.000)	1.000	.814	.521
ปัจจัยความมีชื่อเสียงฯ	.537 (Sig.=.000)	.814	1.000	.537
ปัจจัยตัวกระตุ้นฯ	.332 (Sig.=.000)	.521	.537	1.000



จากนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลของค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคือ ปัจจัย การท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือการตอบสนองความต้องการ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มาทำการวิเคราะห์ การถดถอยแบบพหุคูณแบบ Stepwise โดยนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าเข้าสู่โมเดลพร้อมกัน ในครั้งเดียวและวิเคราะห์ทีละตัวโดยอาศัยหลักเกณฑ์ทางสถิติว่าด้วยความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรเพื่อให้เป็นสมการถดถอยที่ดีที่สุด (Cohen et.al, 2003) ตาราง 4 แสดงการประเมินสมการถดถอยและค่าสัมประสิทธิ์ของการกำหนด (Coefficient of Determination-R²) พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการทดสอบ F-test ($F=83,685$, Sig. = .000) ปฏิเสธ Null Hypothesis สรุปว่า ตัวแปรอิสระ 3 ตัวร่วมกัน พยากรณ์ผลที่มีต่อการตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยว ชาวไทยอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอำนาจการพยากรณ์ประมาณ 37.8% (Adjusted R Square = .378) จึงช่วยสรุปสมมติฐานข้อที่ 2 ได้ว่า องค์ประกอบปัจจัย การท่องเที่ยวเชิงพุทธมีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการท่องเที่ยว เชิงพุทธ โดยที่ปัจจัยจิตวิญญาณทางมรดกและวัฒนธรรม ($Beta = .526$) เท่านั้นที่พบว่า มีอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ส่วนปัจจัยความมีชื่อเสียง พิเศษสำหรับการแนะนำบอกต่อและตัวกระตุ้นการวางแผนการท่องเที่ยวไม่มีอิทธิต่อ การตอบสนองความต้องการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : Stepwise)

ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยวัตถุประสงค์ท่องเที่ยวเชิงพุทธ)	ตัวแปรตาม (การตอบสนองความต้องการ)					Collinearity Statistics	
	B	SE. B	Beta	t	p	Tolerance	VIF
Constant	3.181	.164		19.350	.000		
ปัจจัยจิตวิญญาณมรดกวัฒนธรรมฯ	.388	.050	.526	7.714	.000	.327	3.056
ปัจจัยความมีชื่อเสียงพิเศษ	.079	.050	.109	1.583	.114	.320	3.129
ปัจจัยตัวกระตุ้นการวางแผนท่องเที่ยว	.000	.027	.000	-.004	.997	.691	1.447

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนครมีประเด็นที่จะ อภิปราย ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำคัญและการตอบสนอง ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสกลนคร



มีความสอดคล้องกันเชิงบวกและมีอิทธิพลต่อกัน โดยเฉพาะในองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวกับจิตวิญญาณทางมรดกและวัฒนธรรมมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ซึ่งหมายความว่าหากเข้าใจเกี่ยวกับมูลเหตุแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธก็จะสามารถสร้างความพึงพอใจและการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มาเที่ยวชมแหล่งโบราณสถานและโบราณวัตถุโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธได้เป็นอย่างดี ซึ่งการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Collins-Kreiner (2010) ที่ชี้ให้เห็นว่าการที่จะเข้าใจการจัดการท่องเที่ยวควรที่จะต้องศึกษาและเข้าใจในมรดกและวัฒนธรรมเชิงศาสนาไปด้วย เพราะจะทำให้เข้าใจปรากฏการณ์การเดินทางแสวงบุญของคนในแต่ละยุคสมัยที่ผ่านมา ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการเดินทางเพื่อการแสวงบุญเป็นวัตถุประสงค์เฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ซึ่งมีความสัมพันธ์กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักแสวงบุญ และผลการวิจัยในประเด็นนี้ยังช่วยยืนยันผลการศึกษาของ Sharpley (2009) ที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมและศาสนา เป็นความต้องการหรือเป็นจุดมุ่งหมาย (motives) สำหรับการเดินทางไปเยี่ยมชมโบราณสถานทางศาสนาดังกล่าว ซึ่ง Sharpley (2009) ได้สรุปว่าปัจจัยดังกล่าวเป็นแรงจูงใจของวัตถุประสงค์ของการเดินทางของทั้งนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักเดินทางแสวงบุญร่วมกัน เช่น วัตถุประสงค์ด้านศาสนาและจิตวิญญาณ คือ การไปเคารพ สักการะบูชา หรือการเข้าร่วมในพิธีกรรมทางศาสนาต่างๆ วัตถุประสงค์ด้านมรดกและวัฒนธรรม เช่น ความสนใจในด้านสถาปัตยกรรมหรือวัฒนธรรมทางศาสนา วัตถุประสงค์ด้านแรงกระตุ้นภายในจิตใจหรือแผนการที่ได้วางแผนไว้ ที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวทางศาสนาของนักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาจึงมีความจำเป็นที่จะต้องปรับความสมดุลให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและนักเดินทางทุกประเภท เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งทรัพยากรที่สำคัญอย่างยิ่งยวดในเรื่องรายได้จากการเดินทางเที่ยวชมและสักการบูชาศาสนสถานต่างๆ ให้สามารถย้อนกลับมาบำรุงรักษาไว้ซึ่งคุณค่าของรากเหง้าของมรดกและวัฒนธรรมทางศาสนาของแหล่งท่องเที่ยวอันไว้ให้คงอยู่อย่างดั้งเดิมและยั่งยืนสืบไป (Sharpley. 2009)

2. ผลการศึกษาพบว่า มี 3 องค์ประกอบหลักที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร คือ องค์ประกอบด้านจิตวิญญาณทางมรดกและวัฒนธรรมศาสนา องค์ประกอบด้านความมีชื่อเสียงพิเศษสำหรับการแนะนำบอกต่อและองค์ประกอบด้านตัวกระตุ้นการวางแผนการท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรณีย์ ถนอมกุล (2548) ที่ได้สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพุทธ



ว่าเป็นปัจจัยเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับส่วนต่างๆ ของพุทธศาสนา ไม่ว่าจะเป็นพุทธศาสนิก พุทธสถาน หรือพุทธประเพณี ซึ่งเป็นการกระตุ้นเพื่อให้เกิดการพักผ่อนจิตใจ เพื่อการศึกษาหาความรู้หรือเพื่อประกอบพุทธศาสนิกต่างๆ โดยสามารถแบ่งได้ 3 ประเด็นหลัก คือ ประเด็นที่หนึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบพุทธประเพณี หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนาเช่นเดียวกับในจังหวัดสกลนคร เช่น ประเพณีแห่ปราสาทผึ้งในงานออกพรรษา เป็นต้น ประเด็นที่สองเป็นการท่องเที่ยวแบบพุทธสถาน หมายถึงการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนาในจังหวัดสกลนคร เช่น พระธาตุเชิงชุม พิชัยภิมหาลวงปู่มั่น ภูริทัตโต หรือสังเวชนียสถาน 4 ตำบล (จำลอง) เป็นต้น และประเด็นสุดท้ายเป็นการท่องเที่ยวแบบพุทธศาสนิก หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศาสนิกต่างๆ ทางพุทธศาสนาในจังหวัดสกลนคร เช่น การถวายผ้าป่า การถวายผ้ากฐิน การทำบุญ-ตักบาตร จึงสามารถสรุปเป็นสามเหตุผลสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงพุทธชาวไทยในจังหวัดสกลนคร คือ 1) เพื่อรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมอันดีงามของจังหวัดสกลนครให้คงอยู่และสืบทอดสู่ลูกหลานต่อไป 2) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่สำคัญของประเทศไทย และ 3) เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดสกลนคร ให้สามารถพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน (กรณีย์ ถนอมกุล. 2548 ; Jamal & Robinson. 2009 ; Sharpley. 2009) โดยต้องใส่ใจและให้ความสำคัญต่อการรับรู้ ความรู้สึกนึกคิด และทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักก่อให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเหล่านั้นหวนกลับมาท่องเที่ยวเชิงพุทธอีกครั้งด้วยความเต็มใจ ซึ่งก็สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ Belhassen et al. (2008), Fleischer (2000), Kim et al. (2015), และ Wong (2011) ที่ว่าการให้ความสำคัญต่อความคาดหวังหรือการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจะส่งผลให้การดำเนินงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบทราบเหตุปัจจัยที่สำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้ประสบความสำเร็จในการให้บริการนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเชิงศาสนา ซึ่งถือว่าเป็นดัชนีตัวชี้วัดที่สำคัญของความเจริญก้าวหน้าทางการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เช่น อัตราการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉพาะในจังหวัดสกลนครที่สูงขึ้น ซึ่งรวมถึงความมั่นคงของการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นในอนาคต จึงถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมและกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และคุณภาพชีวิต



ของคนในประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : 2551-2553) โดยเฉพาะการริเริ่มการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ในทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนให้มีส่วนร่วมบูรณาการแนวคิดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธให้เป็นการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อตอบสนองนโยบายของชาติ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในภูมิภาคต่างๆ และทำให้เกิดการพัฒนาประเทศโดยรวม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : 2556)

3. ประเด็นสุดท้ายที่จะอภิปรายคือความสำคัญและปัจจัยการตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร การวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อบัณฑิตท่องเที่ยวเชิงพุทธในเรื่องการตอบสนองต่อการเรียนรู้ด้านมรดกและวัฒนธรรม และปัจจัยความมีชื่อเสียงด้านพระพุทธศาสนาของจังหวัดสกลนครมีนัยสำคัญมากที่สุดถ้าหากเปรียบเทียบกับที่เหลืออีก 23 บัณฑิต (ดูตาราง 1) ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมีความสำคัญมาก ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าหัวใจที่สำคัญของรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธควรต้องสอดคล้องกับความต้องการและต้องสามารถตอบสนองต่อประสบการณ์และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ได้เพื่อกระตุ้นให้เดินทางหรือการท่องเที่ยวเชิงพุทธสามารถบรรลุความต้องการและความปรารถนาของนักท่องเที่ยวในด้านความมีชื่อเสียงของพระพุทธศาสนาในจังหวัดสกลนคร จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้มีหน้าที่กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในจังหวัดสกลนครจะต้องมีความสามารถเข้าใจถึงปัจจัยที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงพุทธ เพราะความสำคัญของปัจจัยดังกล่าวเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่จะเป็นตัวกระตุ้นดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมมาเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนครได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ช่วยยืนยันผลการศึกษาที่ว่ารูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธที่ดีจะต้องมีการยึดถือในองค์ประกอบหรือส่วนประกอบของระบบการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับกระบวนการและผลลัพธ์ที่สำคัญที่เกิดขึ้นภายในการท่องเที่ยว ผลลัพธ์และกระบวนการเหล่านี้ก็คือความต้องการจริงๆ ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งก็รวมถึงประสบการณ์เกี่ยวกับการเดินทางและแนวทางวิธีการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวที่มีโอกาสที่อาจจะเกิดขึ้น (Goeldner & Ritchie. 2009) ผลการวิจัยนี้จึงสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ Goeldner และ Ritchie (2009) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการกระบวนการกิจกรรม และผลลัพธ์ของการท่องเที่ยวที่ต้องเข้าใจถึงธรรมชาติของกระบวนการและกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งภายนอกและภายในระบบการท่องเที่ยวเพื่อให้ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการสร้างผลลัพธ์ร่วมกันที่จำเป็นในระบบการท่องเที่ยว ซึ่งก็คือการทำให้



นักเดินทาง นักท่องเที่ยว นักแสวงบุญ และประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวนอกเหนือจากท้องถิ่นที่พักอาศัยของตน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างท้องถิ่นของตนเองนี้เองที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างมรดกและวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น (Sigala & Leslie, 2005) ที่จะช่วยสนับสนุนความร่วมมือร่วมกันระหว่างนักเดินทาง นักท่องเที่ยว และคนในชุมชนอันจะดำรงไว้ซึ่งการรักษา มรดกและวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมร่วมกันไว้ให้คงอยู่ดั้งเดิมและยั่งยืนต่อไป (Christou, 2005) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกส่วนควรตระหนักถึงความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยความสำคัญและการตอบสนองความต้องการดังกล่าวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะช่องว่างของความแตกต่างระหว่างปัจจัยความสำคัญและปัจจัยการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกับที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ซึ่งถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ในด้านการตลาดสำหรับจังหวัดสกลนคร เพื่อสามารถพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมและโดนใจนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลต่อการมีประสิทธิผลที่สามารถตอบสนองความต้องการที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ ในที่สุด (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2010)

ข้อเสนอแนะ

1. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธในประเทศไทยให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยเน้นปัจจัยที่สำคัญและองค์ประกอบที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวิจัยนี้
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธเพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มนี้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมโดยเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยจะทำให้สามารถประเมินกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). **กลุ่มตลาดศักยภาพ ที่มีการเติบโตสูง กลุ่ม ASIA**

จาก : <http://www.fr.slideshare.net/nattatira/2556>

[สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2556]



- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554, 2556). **แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2554-2558**. จาก:<http://www.nic.go.th> [สืบค้นเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **แผนการปฏิบัติงานของการท่องเที่ยว ปี 2556**. จาก:<http://www.marketingdatabase.tat.or.th> [สืบค้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม]
- กรณี์ ถนอมกุล. (2548). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดสกลนคร**. รายงานการศึกษาอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (2551). **เทศกาลปีใหม่ 2552 : ไทยเที่ยวไทย.. สร้างเม็ดเงินสะพัด 1.46 หมื่นล้านบาท** (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2126).
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (2556). **ตลาดทัวร์ไตรมาสแรกปี '57** (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2457).
- พัชรินทร์ เวียงชัย. (2546). **แนวคิดในการอนุรักษ์ชุมชนไท - ไคราช : กรณีศึกษาศึกษาหมู่บ้านพระเพลิง**. วิทยานิพนธ์ สด.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานการค้าภายในจังหวัดสกลนคร. 2554. **แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอื่นๆ ในจังหวัดสกลนคร**. [Online]. (พฤษภาคม). <http://www.dit.go.th/sakhonnakhon>
- Belhassen, Y., Caton, K., & Stewart, W.P. (2008). **The Search for Authenticity in the Pilgrim Experience**. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 668-689.
- Christou, E. (2005). **International Cultural Tourism : Management, Implications and Cases**. New York, NY : Butterworth-Heinemann.
- Cohen, j., Cohen., P., West., S.G., & Aiken. L.S. (2003). **Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences** (3rd ed). Mahwah, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Collins-Kreiner. N. (2010). **Researching Pilgrimage : Continuity and Transformations**. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440-456.
- Field. A. (2000). **How to Design and Report Experiments**. New York : Sage Publications.
- Fleischer, A. (2000). **The Tourist behind the Pilgrim in the Holy Land**. *International Journal of Hospitality Management*, 19(2000), 311-326.
- Goeldner, C.R. & Ritchie J.R.B. (2009). **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**. New Jersey : John Wiley & Sons.



- Hair, J.F., Babin, B., Money, A.H., & Samouel, P. (2003). **Essentials of Business Research Methods**. Danvers, MA : John Wiley & Sons.
- Kim, H., Woo, E., & Uysal, M. (2015). **Tourism Experience and Quality Life among Elderly Tourists**. *Tourism Management*, 46(2015), 465-476.
- Kotler. P., Bowen, J.T., & Makens, J.C. (2010). **Marketing for Hospitality and Tourism** (5th ed). Boston : Prentice Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). **Marketing 3.0 : From Products to Customers to the Human Spirit**. New Jersey : John Wiley & Sons.
- Lee. And others. (2000). **Statistics for Business and Financial Economics** (2nd ed). Singapore : World Scientific.
- Martilla. J. & James J. (1977). **Importance-Performance Analysis**. *Journal of Marketing* 4, 77-79.
- Mihelj, V. (2010). **New Tourist Products for New Tourists' Expectations**. *Tourism & Hospitality Management*. Conference proceedings, pp. 1075-1085.
- Ryan. C. (1995). **Researching Tourist Satisfaction: Issues, Concepts, and Problems**. London, England : Routledge.
- Sharpley R. (2009). **Tourism, Religion, and Spirituality**. In T. Jamal & M. Robinson (Eds.), *The SAGE handbook of tourism studies*. Thousand Oaks, California : SAGE Publications.
- Sigala M. & Leslie D. (2005). **International Cultural Tourism : Management, Implication and Cases**. Burlington, MA : Elsevier Butterworth-Heinemann. *Tribune Business News*, March 16, 2009.
- Wang, N. (1999). **Rethinking Authenticity in Tourism Experience**. *Annals of Tourism Research*, 26, pp. 349-370.
- Wong, C.U.I. (2011). **Buddhism and tourism at Pu-Tuo-Shan, China**. PhD thesis. Waikato University. New Zealand.
- Yamane, Taro. (1978). **Statistics: An Introductory Analysis** (2nd Ed.). Singapore : Times Printers.