

บทความวิจัย (Research Article)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่ทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำของวัดห้วยปลากังจังหัวดเชียงราย

Tourist's Behavior and Revisited Factors of Tourism Destination; Wat Hyua Pla Kang, Chiang Rai

ยงยุทธ ชัยรัตนารารณ¹

Yongyoot Chairatanawan¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายและศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำวัดห้วยปลากังจังหัวดของนักท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัดห้วยปลากังจังหัวดเชียงราย จำนวน 385 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-40 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และมาจากอำเภอรอบนอกจังหวัดเชียงราย จุดประสงค์หลักของการเดินทางคือท่องเที่ยว โดยทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยววัดห้วยปลากังจังหัวดมีค่าน้ำเสีย จำนวนมากใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน เดินทางร่วมกับครอบครัว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยไปเที่ยววัดห้วยปลากังจังหัวดแล้ว แต่ไม่เสียค่าที่พักในการเดินทาง สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการกลับมาท่องเที่ยววัดห้วยปลากังจังหัวดมากที่สุดในภาพรวมอันดับแรกคือ วัดมีการตกแต่งสถานที่สวยงาม และการเดินทางที่สะดวกเป็นอันดับสอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางร่วมกับกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว โดยวัดมีต่อพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวห้วยปลากังจังหัวดคือมาพักผ่อน ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวห้วยปลากังจังหัวดเด่นด้านความงามและทัศนียภาพ โดยทางวัดควรพัฒนาปรับปรุงในด้านการจัดการดูแลบ้านรถ/นักท่องเที่ยว และควรมีศูนย์วิปัสสนา ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าหากกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงราย จะกลับมาเที่ยวที่วัดห้วยปลากังจังหัวดอีก และจะแนะนำเพื่อนในการมาเที่ยววัดห้วยปลากังจังหัวด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าวัดห้วยปลากังจังหัวดแหล่งท่องเที่ยววัดร่องขุนมากที่สุด

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว, ปัจจัยการเที่ยวซ้ำ, วัดห้วยปลากังจังหัวดเชียงราย

¹ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57010

¹ General Management Program in Faculty of Management Sciences, Rajabhat Chiang Rai University, Chiang Rai 57010

Corresponding author e-mail : ychairaty@gmail.com

Received: 31 July 2013; Accepted: 25 April 2014

Abstract

Aims of this research were to study tourism behavior among tourists visited tourism destination in Chiang Rai and to study revisited factor at Wat hyua pla kang, tourism destination in Chiang Rai. Sampling of 385 tourists were gathered by quantitative method and analyzed with descriptive statistics as frequency, percentage, mean and standard deviation.

Findings were total of 385 tourists mostly are female, with aged between 21-40 years, averaged income of lower than 10,000 bahts a month and mostly from the districts outside the city of Chiang Rai. Main purpose of the visit is travelling with acknowledged from recommendations. Most of tourists spent one day for the visit with family. The visitors mostly also visit watrongkun familiar with the name "white temple". Most visitors spent accommodation fee for the trip. Revisited factors are comprised of firstly well decorations, secondly conveniences of traveling, the visitors always come with friends and family for relaxation purposes. They encouraged the temple to develop parking system for massive transports and likely to have meditation center for overnight stays. Visitors confirmed for revisited again if any chance to come by Chiang Rai. Finally, visitors agree watrongkun is most likely the similar tourism destination as Wat hyua pla kang in Chiang Rai.

Keywords : Tourism Behavior, Revisited Factor, Wat hyua pla kang

บทนำ

การส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นนโยบายหนึ่งที่ภาครัฐบาลได้ส่งเสริมทั้งในส่วนภาครัฐบาลและในส่วนของภาคเอกชน ในการดำเนินการซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไทยจำนวนมากมหาศาลในแต่ละปี จากสถิติการท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า 14,094,631 ล้านคน สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเงินตราต่างประเทศได้ 527,000 ล้านบาท [1] ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยไปสู่การสร้างอาชีพ มีการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง ทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างระบบเศรษฐกิจที่มีความมั่งคั่งให้กับประชาชน และประเทศไทย รวมถึงเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศไทยด้วย

จังหวัดเชียงราย ดินแดนเหนือสุดในประเทศไทย เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มี นักท่องเที่ยว尼ยมมาท่องเที่ยวค่อนข้างมาก และมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงราย

ปี 2553 พบร่วมจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดจำนวน 2,288 ล้านคน ปี 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัด 2,551 ล้านคน และคาดว่าในปี 2555 จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดจำนวน 2,876 ล้านคน [8] ลึบเนื่องจากเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางด้านการค้า การเกษตรและถือว่าเป็นจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งสุดของไทย มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ที่สามารถเอื้อประโยชน์ในการท่องเที่ยว อาทิเช่น ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก บุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกอื่น รวมถึงมีการได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ โดยเฉพาะที่ราบพาย곡ทางการท่องเที่ยวที่มีทั้งทางธรรมชาติ และสร้างขึ้นเองที่พักหลับรูปแบบ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ถนนหนทาง ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความสนใจ และเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ซึ่งจังหวัดเชียงรายได้ก่อจัดตั้งจังหวัดน่าท่องเที่ยวของไทยในอันดับต้นๆ โดยสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่ได้รับความนิยม อาทิเช่น เขตผ่านแดนแม่สาย

วัตถุประสงค์ โครงการหลวงดอยตุง สามเหลี่ยมทองคำ เป็นต้น

วัดหัวยปลา ก็เป็นอีกสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่ง ของจังหวัดเชียงรายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เป็นอย่างมาก โดยวัดหัวยปลา ก็มีจุดเด่นคือ มีการสร้าง มหาเจดีย์ จำนวน 9 ชั้น ที่มีรูป่าวงแปลงเมื่อเทียบกับที่อื่น และภายในประดิษฐานพระพุทธรูปที่แกะสลักด้วยไม้ (วัดหัวยปลา ก็, <http://www.wathyuaplakang.com>) ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวนเพิ่มมาก ขึ้นอย่างรวดเร็ว สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนใกล้เคียง รอบวัด ซึ่งชุมชนโดยรอบวัดหัวยปลา ก็เป็นพื้นที่ที่มี ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรสิ่งแวดล้อม มีแหล่ง ท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่งเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย ต่อไป

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัดหัวยปลา ก็ จังหวัดเชียงรายได้รับความนิยมมากขึ้น จนอาจถือได้ว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแหล่งหนึ่งของจังหวัด เชียงราย ซึ่งในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ย่อมมีปัจจัยต่างๆ เข้ามามีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ มาเที่ยวซ้ำในแต่ละครั้ง ซึ่งหากทางหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องได้ตระหนักรถึงจุดข้อดีและรูปแบบของการ ท่องเที่ยวที่เป็นที่ต้องการ จะเพิ่มโอกาสในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความนิยมมากขึ้น รวมถึงสร้าง รายได้ สร้างงาน สร้างมูลเพิ่ม แก่ชุมชนรอบข้างต่อไป เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ทำให้ ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาพัฒนาระบบของนักท่องเที่ยว และปัจจัยที่ทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำของวัดหัวยปลา ก็ จังหวัดเชียงราย ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อ ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน รวมถึงมีผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดระเบียบการให้บริการใน พื้นที่ การอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค การ คมนาคม ที่สำคัญที่สุดข้อมูลที่ได้จากการศึกษา สามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงหรือสร้างเสริมศักยภาพแหล่ง ท่องเที่ยววัดหัวยปลา ก็เพื่อตอบสนองต่อความ ต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัย เชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวม ข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยววัดหัวยปลา ก็ จังหวัดเชียงราย ได้ใช้ สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวน ประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro [6] ขนาด ของตัวอย่างประชากรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คิดขนาด ของความคลาดเคลื่อน (α) เป็นร้อยละ และสัมประสิทธิ์ ของความผันแปรเท่ากับ .05 [6] ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วย วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลด้านพฤติกรรม และปัจจัยของนักท่องเที่ยวที่เข้า ชมวัดหัวยปลา ก็ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบสอบถาม ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปทดลองใช้ (Try - Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ ประชากร ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Coefficient Alpha) มีความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability : R) = .904 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง และวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับพุทธิกรรมผู้บริโภค นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้า และบริการ แตกต่างจากการ บริโภคสินค้าจำเป็น และสินค้า อุตสาหกรรมทั่วไป จึงจำเป็นต้องค้นหาหรือวิจัยพุทธิ- กรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมการ ซื้อก่อน และหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อจะได้ตอบสนอง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกันได้ แบ่งปัจจัยเหล่านี้ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1. ปัจจัยภายใน (Personal Factors / Internal Variables) ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ การ รับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ รูปแบบการดำเนินชีวิต แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง และทัศนคติ 2. ปัจจัย

ภายนอก (Interpersonal Factors / External Variables) ได้แก่ วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่ออันของสังคม และกลุ่มอ้างอิง [2]

2. แนวความคิด ทฤษฎีอุปสงค์ของการ ท่องเที่ยว เป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขาย สินค้าทั่วไปและสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่นๆ โดยเฉพาะธุรกิจอยู่ที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำ เที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาห้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น และความ เจริญก้าวหน้าของห้องถิ่นจะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุน สนใจลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและ นักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น เพื่อผลทางด้านรายได้ และรายได้จากนักท่องเที่ยว นี้สามารถกระจายไปสู่ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจอยู่ใน ลักษณะทวีคูณ (Multiplier Effect) ก่อให้เกิดการเพิ่ม รายได้และนำไปสู่การพัฒนาห้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่ 1. ปัจจัย ผลักดัน ประกอบด้วย ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมืองการมีรายได้และระดับชีวิต ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคุณภาพชั้นสูงและการ สื่อสาร ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ในยุค โลกาภิวัตน์ 2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคา ของการท่องเที่ยว กว้างขวาง และระเบียบที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยว [7]

3. แนวคิดปัจจัยการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว [10] ที่นักท่องเที่ยวต้องการตัดสินใจพิจารณา ก่อน เลือกสถานที่เดินทางหรือเลือกใช้บริการในแหล่ง ท่องเที่ยว มีดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือสิ่ง ดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางเข้าไปเยี่ยมชม เช่น อุทยาน วัดวาอาราม ตลาดโลก สวนสัตว์ ทะเล เกาะแก่ง แหล่งดำน้ำ สิ่งที่สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยว อนุรักษ์พืช วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ตลาด ย่านการค้า แหล่งช้อปปิ้ง เป็นต้น

ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานที่นักท่องเที่ยว จำเป็นต้องใช้ระหว่างเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย ไฟฟ้า แสงสว่าง โทรศัพท์ การคมนาคมสื่อสาร โรงแรม สถานบัน รถไฟฟ้า สวนสาธารณะ ที่พักตาก อากาศ เป็นต้น

2. การขนส่ง ได้แก่ ยานพาหนะ ที่ใช้ ในการบริการสำหรับส่งนักท่องเที่ยวระหว่างการ เดินทางท่องเที่ยว เช่น เรือ เครื่องบิน รถไฟฟ้า รถประจำทางรถบัส แท็กซี่ รถยนต์ รถไฟฟ้า รถไฟฟ้าได้รับ พาหนะ ทั้งหลายครั้งมีพนักงานที่พร้อมเป็นมิตร มี ความสะดวกสบาย ปลอดภัยได้มาตรฐาน มีโครงสร้าง เชื่อมต่อกัน ซึ่งต้องมีการต้อนรับจากคนในท้องถิ่นด้วย ความสุภาพ เป็นมิตร ความจริงใจ ซื่อสัตย์ พร้อมที่จะ คอยช่วยเหลือทำในสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยว เกิดความประทับใจ รวมถึงความปลอดภัยในชีวิต และ ทรัพย์สินในระหว่างการเดินทางซึ่งเป็นปัจจัยแรกใน การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว แม้ว่าแหล่ง ท่องเที่ยวจะมีความสวยงามขนาดไหน หากขาดความ ปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินก็ยากที่นักท่องเที่ยวจะ ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้

3. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สัญชาต ยอดจันทร์ [7] ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ชาวไทยใน การท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา ท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร จำนวน 300 ผล การศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุไม่เกิน 21-40 ปี สถานภาพ โสด มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ระดับการศึกษา ปฐมวัยถึงตรีและมีรายได้เฉลี่ย 5,000 - 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนพุทธิกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการ มาก่อนเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการ มาก่อนเที่ยวบึงสีไฟเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเดินทางมา เที่ยวกับเพื่อน โดยยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วน ใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาในการเที่ยวช่วงนั้น ไม่เกิน 1 ชั่วโมงต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว เฉลี่ยแล้วอยู่คนละ 580.95 บาท และส่วนใหญ่ทราบ ข้อมูลข้อการท่องเที่ยวจากบุคคลในครอบครัว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึง พอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านลักษณะทาง

ก้ายภาพมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจต่อขนาดของสถานที่กว้างขวางและมีการแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาคือพึงพอใจต่อความสะอาดของสถานที่และภายในบริเวณบึงสีไฟมีเส้นทางการเดินทางได้สะดวกตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ได้รับความพึงพอใจที่สุดคือด้านการส่งเสริมการขายเช่น มีสีไฟมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึงและการโฆษณาการท่องเที่ยวมีสีไฟจากนิตยสาร สิงพิมพ์ แผ่นพับ จากอินเตอร์เน็ต ยังน้อยเกินไป

กราฟที่ กิตติภานิชกุล [1] ศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวช้าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์กลุ่มตัวอย่าง 800 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวช้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ประกอบอาชีพอิสระ มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 14,000 – 20,000 บาท หนึ่งในสามเป็นคนกรุงเทพฯ และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี เหตุผลที่มาเที่ยวช้าที่เมืองหัวหินเนื่องจากเป็นเมืองที่มีอากาศดีเหมาะสมแก่การพักผ่อน และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ พอยังแพลงท่องเที่ยวที่มีทิวทัศน์สวยงาม บางครั้งมาร่วมประชุมสัมมนา การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนราคาน้ำดื่มค้างคาวการท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยที่ทำให้พากลับมาเที่ยวช้าอีก

นิธิ อนุ [3] ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการกลับมาเที่ยวช้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทاثนแห่งชาติแจ้ช้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดสำปาง กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 398 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยกลับมาเที่ยวช้า โดยภาพรวม นักท่องเที่ยวเห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งดีๆ ดูดใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการเข้าถึงมีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวช้าอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ด้านสิ่งดีๆ ดูดใจ รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 1 วัน (59.6%) และใช้ระยะเวลามากกว่า 3 วัน (13.1%) ซึ่งการท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลาจำนวน 3 วัน (10.7%) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีทั้งหมด 385 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (62.5%) มีอายุ

ระหว่าง 21-40 ปี (50%) โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (35.0%) และมาจากต่างจังหวัดในจังหวัดเชียงราย (66.2%)

2. พฤติกรรมของของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีทั้งหมด 420 คน มีรายละเอียดดังนี้

จุดประสงค์หลักของการเดินทาง ของกลุ่มตัวอย่าง คือการมาท่องเที่ยว พักผ่อนหย่อนใจ (79.3%) รองลงมาได้แก่ การมาประชุม/สัมมนา/ดูงานนอกสถานที่ (7.1%) มาเยี่ยมญาติ (6.7%) มาศึกษา/ทัศนศึกษาคิด (4.3%) และมาติดต่อธุรกิจ (3.8%) ตามลำดับ

ด้านข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ที่นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลวัดหัวยปลา ก็ โดยมีคิดเห็นว่า (75.0%) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การทราบข้อมูลจากโทรศัพท์และวิทยุ (25.5%) เว็บไซต์ (18.9%) ทราบข้อมูลจากบ้านประชาสัมพันธ์ (10.7%) และทราบข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (6.2%) ตามลำดับ

ด้านระยะเวลา ที่ใช้ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายทั้งหมดในครั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวน 1 วัน (59.6%) รองลงมาคือใช้ระยะเวลาจำนวน 2 วัน (19.3%) และใช้ระยะเวลามากกว่า 3 วัน (13.1%) ซึ่งการท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลาจำนวน 3 วัน (10.7%) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านการเดินทาง ในการเดินทางครั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางร่วมกับครอบครัว (62.4%) รองลงมาคือเดินทางเป็นกลุ่มคน (21.7%) และเดินทางคนเดียว (14%) โดยการเดินทางร่วมกับบริการนำเที่ยว (1.9%) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยว วัดร่องขุ่น (72.9%) รองลงมาได้แก่ ดอยตุง (65.0%) ตลาดชายแดนแม่สาย (58.1%) ไนท์บازาร์ (50.2%) สามเหลี่ยมทองคำ (40.2%) ดอยแม่สลอง (28.3%) ภูชี้ฟ้า (26.4%) โดยวารี (18.3%) อื่นๆ (15.5%) และผาดัง (14.3%) ตามลำดับ

ด้านราคากลางๆ โดยราคากลางๆ คือต่อกันใน การเดินทางครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เสียค่าที่พัก (52.9%) รองลงมาเสียค่าที่พักราคา ระหว่าง 501-1,000 บาทต่อกัน (21.2%) ราคากลางๆ ต่อกัน (11.9%) และราคากลางๆ ต่อกัน (11.0%) โดยที่พักที่มีราคากลางๆ ต่อกัน (1,500 บาทต่อกัน) ได้รับการใช้บริการด้านที่พักจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

3. ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเที่ยวช้าด้วยปลา ก็ ของนักท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบจจัยที่ทำให้เกิดการเที่ยวช้าด้วยปลา ก็ จากกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยคะแนนความสำคัญของนักท่องเที่ยว ต่อบจจัยในการเที่ยวช้า อยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.63) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเป็นรายข้อตามปัจจัยที่ทำให้เกิดการเที่ยวช้าตามลำดับ อันดับแรกคือ การตกแต่งสถานที่มีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.74) รองลงมา ได้แก่ สถานที่เดินทางสะดวก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.73) การมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.76) เชื่อเรื่องอิทธิพลของภูมิปัญญาและความศักดิ์สิทธิ์ของวัดหัวยปลา ก็ ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.80) มีการประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความสนใจ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.68) มีการประชาสัมพันธ์ให้รู้สึกว่า “หากมาเชียงรายต้องแวะมาเที่ยวช้าด้วยปลา ก็” ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.77) ต้องการซื้อของที่ระลึก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.83) เป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมทัวร์ที่ต้องจัดมา ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.83) ต้องการมากราบ นัมสการหลวงพ่อพุทธาจ (พระพุทธรูป) ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.85) มีของที่ระลึกที่จำหน่วยในงานมีหลักหลาย ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.73) และเป็นทางผ่านไปแหล่งท่องเที่ยวอื่น จึงสะดวก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.74) ตามลำดับ

การเดินทางมาท่องเที่ยววัดหัวยปลา ก็ ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาวัดหัวยปลา ก็ (60.5%) โดยมีนักท่องเที่ยวที่เคยมาวัดหัวยปลา ก็ (39.5%) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ซึ่งลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน

หรือครอบครัว (71.2%) รองลงมาคือเดินทางร่วมกับหน่วยงาน (14.0%) กลุ่ปัทวาร์ (9.5 %) และเดินทางเป็นคู่ (4.8%) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดหัวยปลา ก็ ส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยว คือการเดินทางมาพักผ่อน (51.7%) รองลงมา ได้แก่ การเดินทางมาทำบุญ/นัมสการหลวงพ่อพุทธาจ (23.8 %) มาแก้บน/ดูดวง (12.9 %) การเดินทางมาทัศนศึกษา (9.3 %) และอื่นๆ (2.4 %) ตามลำดับ

ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวช้าด้วยปลา ก็ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ควรพัฒนาด้านการจัดการดูแลอนุรักษ์และนักท่องเที่ยว (35%) มากที่สุดเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าท่องเที่ยว ยิ่งขึ้น รองลงมาได้แก่ การพัฒนาห้องน้ำที่พัก (31.9 %) เส้นทางคมนาคม (28.3 %) และความปลอดภัย (3.6 %) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรเพิ่มเติมศูนย์วิปัสสนา (47.4%) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การมีร้านขายของที่ระลึก (20.7%) มีดำเนิน/ประวัติศาสตร์ของวัด (20.5%) และโขมสเต๊ย (7.9 %) ตามลำดับ

ด้านการกลับมาเที่ยวช้า หากครั้งต่อไปที่จะมาเชียงรายนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะกลับมาเที่ยวที่วัดหัวยปลา ก็ ซ้ำ (89.3%) ไม่แน่ใจ (6.7%) ซึ่งมีนักท่องเที่ยวส่วนน้อยที่จะไม่มาเที่ยววัดหัวยปลา ก็ ซ้ำ (4.0 %) โดยนักท่องเที่ยวจะแนะนำเพื่อนที่จะมาเชียงรายให้มาเที่ยววัดหัวยปลา ก็ (82.1%) ไม่แน่ใจ (14.3%) และไม่แนะนำ (3.6 %) ตามลำดับ

ด้านจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าแหล่งท่องเที่ยวช้าด้วยปลา ก็ นัมสการหลวงพ่อพุทธาจ (53.6%) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การพยากรณ์/ดูดวง (17.9 %) การเดินทางสะดวก (15.0 %) และการที่วัดมีความศักดิ์สิทธิ์ (10.5 %) ตามลำดับ

โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าวัดหัวยปลา ก็ คล้ายกับแหล่งท่องเที่ยว วัดร่องขุ่น (53.3%) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ วัดท่าตอน อ.แม่สาย จ.เชียงใหม่ (15.0%) วัดพระธาตุดอยตุง (12.1%) และวัดพระแก้ว (3.1%) ตามลำดับ

วิจารณ์และสรุปผล

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย มีอายุระหว่าง 21-40 ปี โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และมาจากพื้นที่ร่องนอก จังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาจะพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นวัยทำงานและมีฐานรายได้ต่ำ และส่วนใหญ่เดินทางมาจากอำเภอรอบจังหวัดเชียงราย อาจเนื่องมาจากลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจขาด แหล่งดึงดูดและสิ่งอำนวยความสะดวกต่ำ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงอีกทั้งการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกทำให้เกิดความไม่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากการท่องเที่ยวที่มีการคมนาคมสะดวก มีความสะดวกสบายในการเดินทาง และไม่ไกลมากนัก อาทิ วัดร่องขุ่น เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตย์ แซ่ย่าง [11] กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ ประสบการณ์ส่วนตัวในการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ คือมาพักผ่อน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือรถส่วนตัว เนื่องจากสะดวกสบาย โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกล นักท่องเที่ยวจึงสามารถเดินทางไปกลับได้ในเวลา 1 วัน และสัญชาติยอดจันทร์ [7] กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวบึงสีไฟเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ ส่วนตัว ระยะเวลาในการเที่ยวชั้นนี้ไม่เกิน 1 ชั่วโมง ต่อครั้ง ส่วนใหญ่ทุรนตุนข้อมูลข้อการท่องเที่ยวมาจากการท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดน้อย

2. พฤติกรรมของของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางคือ ท่องเที่ยว ท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยววัดห้วยปลากัง โดยมีคนแนะนำ ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายทั้งหมดในครั้งนี้ จำนวน 1 วัน โดยเดินทางร่วมกับครอบครัว เดยไปเที่ยววัดร่องขุ่นมากที่สุด และไม่เสียค่าที่พักในการท่องเที่ยวครั้งนี้

จากการศึกษาจะพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว พักผ่อนหย่อนใจ การมาทัศนศึกษา ดูงาน หรือการเป็นแหล่งเรียนรู้ยังคงมี ไม่มากนัก อาจเนื่องมาจากแหล่งท่องเที่ยวจำกัด ข้อมูลทางด้านการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึง การประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ก่อวังขวาง เนื่องจาก นักท่องเที่ยวทราบแหล่งท่องเที่ยวโดยมีคนแนะนำเป็น ส่วนมาก ซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น การที่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว น้อย เนื่องจากส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวจากต่าง อำเภอ ในจังหวัดเชียงรายซึ่งสามารถเดินทางไป – กลับได้ โดยที่ไม่ต้องเสียค่าที่พัก ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่ นักท่องเที่ยวเคยไปในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่เป็น แหล่งท่องเที่ยวที่มีการคมนาคมสะดวก มีความสะดวกสบายในการเดินทาง และไม่ไกลมากนัก อาทิ วัดร่องขุ่น เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตย์ แซ่ย่าง [11] กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ ประสบการณ์ส่วนตัวในการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ คือมาพักผ่อน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือรถส่วนตัว เนื่องจากสะดวกสบาย โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกล นักท่องเที่ยวจึงสามารถเดินทางไปกลับได้ในเวลา 1 วัน และสัญชาติยอดจันทร์ [7] กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวบึงสีไฟเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ ส่วนตัว ระยะเวลาในการเที่ยวชั้นนี้ไม่เกิน 1 ชั่วโมง ต่อครั้ง ส่วนใหญ่ทุรนตุนข้อมูลข้อการท่องเที่ยวมาจากการท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดน้อย

3. บัจจัยที่ทำให้เกิดการเที่ยวชั่ววัดห้วยปลากังของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาบัจจัยที่ทำให้เกิดการเที่ยวชั่ววัดห้วยปลากังของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ได้แก่ การตอกแต่งสถานที่มีความสวยงาม สถานที่เดินทางสะดวก ที่จอดรถของวัดสะดวกและมีความเพียงพอ เชื่อเรื่อง อิทธิฤทธิ์ปฏิวัติหารีย์และความศักดิ์สิทธิ์ของวัดห้วยปลากัง มีการประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความสนใจมีการประชาสัมพันธ์ให้รู้สึกว่า “หากมาเชียงรายต้องแนะนำ

เที่ยวชั่ววัดห้วยปลากัง” ต้องการชมเจดีย์พับโภค เป็น ส่วนหนึ่งของโปรแกรมทัวร์ที่ต้องจัดมา ของที่ระลึกที่ จำหน่ายในงานมีหลากหลาย และเป็นทางผ่านไป แหล่งท่องเที่ยวอื่น จึงแนะนำ ตามลำดับ

ซึ่งวัดห้วยปลากังมีจุดเด่นด้านความสวยงาม/ ทัศนียภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยววัดห้วยปลากัง ลักษณะการเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว วัดห้วยปลากังคือพักผ่อน หากครั้งต่อไปที่จะมา เชียงราย จะกลับมาเที่ยวที่วัดห้วยปลากังอีก และแนะนำให้เพื่อนมาเที่ยว ซึ่งวัดห้วยปลากังควรพัฒนา เรื่องการจัดการดูแลอนุรักษ์และนักท่องเที่ยว และความมีคุณยิ่งขึ้น วัดห้วยปลากังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่า ท่องเที่ยวอีกขั้น วัดห้วยปลากังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ คล้ายวัดร่องขุ่น

จากการศึกษาจะพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวชั่ววัดห้วยปลากังซ้ำมาก ที่สุดคือ การตอกแต่งสถานที่ของวัดมีความสวยงาม และมีการเดินทางที่สะดวก แต่ปัจจัยด้านของที่ระลึกที่ จำหน่ายในงาน และเป็นทางผ่านไปแหล่งท่องเที่ยวอื่น จึงแนะนำ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอาจเนื่องมาจาก วัดห้วยปลากังมีร้านจำหน่ายของที่ระลึกน้อย หรือของที่ระลึกไม่มีความหลากหลายทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจน้อย รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงวัดห้วยปลากังอาจมีน้อย หรืออาจขาดการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง การเดินทางของนักท่องเที่ยวรวมกับคนทัวร์มีค่อนข้างน้อย อาจ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแก่บริษัททัวร์ค่อนข้างน้อย รวมถึงการมาที่ศูนย์ศึกษา ดูงาน ยังมี ไม่มากอาจเนื่องมาจากแหล่งท่องเที่ยวบังคับข้อมูล ทางด้านการเรียนรู้ด้านพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยววัดห้วยปลากังซ้ำและจะแนะนำเพื่อนให้มาเที่ยว เนื่องจากมีปัจจัย ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมาที่หัวหินคือ มีการเดินทางที่ สะดวก เข้าถึงง่าย และสถานที่มีความสวยงาม จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวอย่างให้ทางวัดมี ศูนย์วิปัสสนา อาจ เนื่องมาจากแหล่งท่องเที่ยวมีการสร้างวัดที่เป็นจำนวนมาก แต่ยังขาดสถานที่ปฏิบัติธรรม วิปัสสนา ซึ่งเป็น ส่วนสำคัญของพระพุทธศาสนา เช่นกัน สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ พระมหาบุญพิเชษฐ์ จันทร์เมือง [8] กล่าวว่า การเผยแพร่พระพุทธศาสนาโดยผ่านการนำชุมชนวัด ประดิษฐ์ธรรม พบว่า นโยบายในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในรูปแบบการนำชุมชนวัด ประดิษฐ์ธรรม ในวัดยังไม่มีการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติมากนัก เนื่องจากยังไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร และขาดแคลน บุคลากรที่สามารถทำหน้าที่ในการนำชุมชนวัด ถ่ายทอด ความรู้และเผยแพร่พระพุทธศาสนาควบคู่ไปกับการนำชุมชนวัด แรงจูงใจในการมาเที่ยว ได้แก่ พุทธศิลป์ซึ่งเป็นตัวแทนของศิลปกรรมไทยที่สะท้อนให้เห็นความรุ่งเรืองทางอารยธรรมของคนไทยภายใต้รัม เงาแห่งบวรพระพุทธศาสนา เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่ล้ำค่าของสังคมไทย และงานวิจัยของ นิธิ อนุ [3] กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่วกลับมาเที่ยวซ้ำ ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความมีชื่อเสียง มีความหลากหลายในการท่องเที่ยว สวยงามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ที่พัก ที่ดื่มชากาแฟ ที่ร้านอาหารที่ราคาเหมาะสม มีร้านขายของที่ระลึก และด้านการเข้าถึง เช่นเดินทางสะดวก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานราชการและวัดห้วยปลากังอาจ นำผลการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา ของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ต้องการสำหรับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพิ่มเติมเนื่องจากการท่องเที่ยววัดห้วยปลากังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีวิวิทัชชารามเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้ดึงดูดที่สำคัญของคนในชุมชนอีกทั้งก่อให้เกิด การสร้างงานในชุมชนได้อีกทางหนึ่งด้วย

2. หน่วยงานราชการและสถานศึกษาในพื้นที่ สามารถทำการศึกษาแนวทางการสร้างการรับรู้และ ส่งเสริมการท่องเที่ยววัดห้วยปลากังให้เป็นที่รับรู้กับ คุณในวงกว้าง สร้างตลาดการท่องเที่ยวที่มีการ เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและเส้นทาง การท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับจังหวัดเชียงรายและจังหวัด ใกล้เคียง

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจศึกษาแนวทางการพัฒนาเป็นศูนย์การเรียนรู้ทางด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเป็นแหล่งวิปัssonนาเพื่อการเรียนรู้ของคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างแรม และสัมผัสถกบวชีชีวิตของชุมชนในเชิงลึก

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายและวัดห้วยปลากัง ที่อนุเคราะห์สถานที่ในการเก็บข้อมูลวิจัย

เอกสารอ้างอิง

1. กรภัทร กิตติภานิชกุล. แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาเที่ยวช้าในอำเภอหัวทิน จังหวัดประจำบ้านคิริขันธ์. ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. 2554: บทคัดย่อ.
2. ทศพร เทพบุตร. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของชาวสแกนดินีเวีย ต่อการกลับมาท่องเที่ยวช้าที่อ่าวภูรน จังหวัดภูเก็ต. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. 2551: 4-10, 11.
3. นิธิ อนุ. แนวทางการส่งเสริมการกลับมาเที่ยวช้า ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ แจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. วัชศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 2555: บทคัดย่อ.
4. พระมหาบุญพิเชษฐ์ จันทร์เมือง. การจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอก ในเกรดต้น-โภสินทร. บริษัทวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. 2553: 97.
5. วัดห้วยปลากัง. ประวัติวัดห้วยปลากัง (3): 2556 ได้จาก: <http://www.wathyuaplakang.com>
6. วิชิต อุ่น. การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : พринท์แอกมี (ประเทศไทย). 2550: 599.
7. สัญชัย ยอดจันทร์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2554: บทคัดย่อ, 11-12, 16.
8. สำนักงานการคลังจังหวัดเชียงราย. รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดเชียงรายปี 2555 ฉบับที่ 2/2555 วันที่ 30 มิถุนายน 2555. 2555: 7.
9. สิน พันธ์พินิจ. เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์. 2551.
10. อัจฉรา สมบัตินันทนา. “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย”. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ. 2555:23-24.
11. อาทิตย์ แซ่ย่าง. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2553: 52.