

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช*

TOURISM MOTIVATION: DETERMINANTS OF INTENTION TO VISIT THE CITY PILLAR SHRINE IN NAKHON SI THAMMARAT

ภัทรารวรรณ วังบุญคง

Patarawan Wangboonkong

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช ประเทศไทย

Faculty of Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Nakhon Si Thammarat, Thailand

Corresponding author E-mail: pattarawan_wan@nstru.ac.th

Tel: 061-445-5450

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.75 - 1.00 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.97 ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมือง ภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ย 4.43 โดยแรงจูงใจดึงดูดในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.57 รองลงมาแรงจูงใจผลักดันในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ความตั้งใจท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ย 4.46 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามรายข้อพบว่า ตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชอีกครั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.50 รองลงมาตั้งใจที่จะแนะนำ แบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชให้คนรู้จัก เพื่อน หรือวีริวในสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 และต่ำสุด คือ รู้สึกคุ้มค่าสำหรับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.43 ส่วนผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ตัวแปรแรงจูงใจทั้ง 2 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ร้อยละ 59 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน Beta พบว่า ด้านแรงจูงใจดึงดูดมีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวมากที่สุด (Beta = 0.53) รองลงมาด้านแรงจูงใจผลักดัน (Beta = 0.29) ทั้งนี้ ผลการตรวจสอบปัญหา multicollinearity พบว่า ค่า Tolerance = 0.47 และ VIF = 2.12 ตัวแปรพยากรณ์ทั้งสองมีค่า Tolerance มากกว่า 0.10 และค่า VIF ต่ำกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองและไม่เกิดปัญหา multicollinearity

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, ความตั้งใจท่องเที่ยว, ศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช

Abstract

This study aimed to examine Tourism Motivation: Determinants of Intention to Visit the City Pillar Shrine in Nakhon Si Thammarat. A quantitative research design was employed, and data were collected through a structured questionnaire administered to 400 tourists in Nakhon Si Thammarat

*Received March 2, 2026; Revised March 24, 2026; Accepted March 31, 2026



Province. The participants were selected using a non-probability sampling method, specifically accidental sampling. The instrument's content validity was confirmed with an Index of Item-Objective Congruence (IOC) ranging from 0.75 to 1.00, and the overall reliability coefficient was 0.97. The results indicated that the overall level of motivation to visit and pay homage at the City Pillar Shrine was at a high level of 4.43. Among the two motivational dimensions, pull motivation demonstrated the highest mean score, 4.57, whereas push motivation yielded a mean score of 4.29. Tourists' intention to visit and pay homage was also at a high level, 4.46. The highest mean score was found for the intention to revisit the shrine, 4.50, followed by the intention to recommend and share information through personal networks or social media, 4.45. At the same time, the perceived value of travel expenses had the lowest mean score, 4.43. The results of the multiple regression analysis indicated that the two motivational factors jointly accounted for 59 % of the variance in tourists' intention to visit and pay homage to the City Pillar Shrine in Nakhon Si Thammarat Province. The model was statistically significant at the 0.01 level. Pull motivation exerted the strongest influence (Beta = 0.53), followed by push motivation (Beta = 0.29). Multicollinearity diagnostics confirmed the appropriateness of the regression model, as tolerance values exceeded 0.10 and variance inflation factor (VIF) values were below 10 (Tolerance = 0.47; VIF = 2.12), indicating no multicollinearity among the predictor variables.

Keywords: Motivation, Intention to Visit, City Pillar Shrine in Nakhon Si Thammarat

บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และการพัฒนาสังคมของประเทศทั่วโลก โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (World Tourism Organization: UNWTO) ระบุว่า การท่องเที่ยวมีบทบาททั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ไม่เพียงแต่สร้างรายได้และการจ้างงานเท่านั้น ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน (World Tourism Organization, 2023) สอดคล้องกับแนวคิดของ Richards, G. ที่อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางมีแรงจูงใจหลักเพื่อการเรียนรู้ ค้นคว้า สัมผัสประสบการณ์ และคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในมิติของมรดกที่จับต้องได้ และมรดกที่จับต้องไม่ได้ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสะท้อนลักษณะเฉพาะของสังคมในด้านวัตถุ ปัญญา จิตวิญญาณ และอารมณ์ความรู้สึก โดยครอบคลุมองค์ประกอบที่หลากหลาย อาทิ ศิลปะและสถาปัตยกรรม มรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ตลอดจนวัฒนธรรมร่วมสมัยที่สะท้อนวิถีชีวิต ระบบคุณค่า ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชน (Richards, G., 2018) ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงศาสนา สะท้อนให้เห็นถึงความศรัทธา ความเชื่อ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน รวมถึงประกาศการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงแนวปฏิบัติต่อชุมชนและสังคม เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และถ่ายทอดองค์ความรู้ รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นวัฒนธรรมที่โดดเด่นที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2569) ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงประสบการณ์ที่มีความหมาย การเติมเต็มทางจิตใจและจิตวิญญาณ โดยเฉพาะการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความศรัทธา ความเป็นสิริมงคล



ความสบายใจ และการเสริมสร้างพลัง (Cohen, E., 2011) โดยบริบทของประเทศไทยในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา ได้รับความนิยมนำขึ้น เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานทั้งมิติทางศาสนา ความเชื่อ และวัฒนธรรมเข้ากับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และจิตวิญญาณของชุมชนท้องถิ่น

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในภาคบริการ แม้จะเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองรองของการท่องเที่ยว แต่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2563 เป็นอันดับที่ 2 ของเมืองรองทั่วประเทศ (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2564) ซึ่งนครศรีธรรมราชเป็นเมืองโบราณที่มีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และศาสนามากที่สุดเมืองหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นครศรีธรรมราชมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางมาไม่น้อยกว่า 1800 ปีมาแล้ว (คลังสารสนเทศวลัยลักษณ์, 2569) โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศรัทธาที่สำคัญหลายแห่ง เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) วัดธาตุน้อย วัดยางใหญ่ (ตาพรานบุญ) และศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช ซึ่งล้วนเป็นศูนย์รวมจิตใจและความศรัทธาของประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชนับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อจังหวัด ทั้งในฐานะสัญลักษณ์ของความเป็นศูนย์กลางเมือง ความมั่นคง และความเป็นสิริมงคล ศาลหลักเมืองได้รับการออกแบบในลักษณะศิลปะศรีวิชัยหรือทรงเหมราชลีลา ประกอบด้วย อาคารศาลหลักเมือง และศาลจตุโลกเทพทั้งสี่ทิศ โดยเสาหลักเมืองทำจากไม้ตะเคียนทองและประดิษฐานรูปจตุคามรามเทพ ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อด้านการคุ้มครองรักษาเมืองและความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่ นอกจากนี้ ศาลหลักเมืองยังได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในการทรงเจิมและทรงพระสุหร่ายยอดชัยหลักเมือง อันเป็นการยกระดับคุณค่าเชิงสัญลักษณ์และความศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่อย่างยิ่ง (คลังสารสนเทศนครศรีธรรมราช, 2567) ศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางจิตใจ วัฒนธรรม และศาสนา แต่จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสังเกตสภาพพื้นที่ พบว่า ยังมีหลายประเด็นที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ความตั้งใจในการเดินทางมาสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษาด้านความตั้งใจท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่สะท้อนความเป็นไปได้ของพฤติกรรมการเดินทางในอนาคต และได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านแรงจูงใจ โดยเฉพาะแนวคิดแรงจูงใจแบบผลักดันและดึงดูด ซึ่งอธิบายว่าการตัดสินใจเดินทางเกิดจากแรงผลักดันภายในบุคคล เช่น ความศรัทธา ความต้องการความสงบทางใจ หรือความเชื่อทางจิตวิญญาณ และแรงดึงดูดจากภายนอก เช่น ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมทางศาสนา (Crompton, J. L., 1979); (Dann, G. M. S., 1981); (Yoon, Y. & Uysal, M., 2005) เป็นต้น ถึงแม้ศาลหลักเมืองจะเป็นที่นิยม แต่ยังคงขาดการศึกษาเชิงประจักษ์ว่าปัจจัยใดที่เป็นแรงจูงใจที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จำเป็นต่อการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อรองรับความหนาแน่น หรือเพื่อออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทย์ความคาดหวัง

ด้วยเหตุนี้ การทำความเข้าใจแรงจูงใจเบื้องหลังการตัดสินใจเดินทาง จึงเป็นกุญแจสำคัญในการพยากรณ์ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยมุ่งวิเคราะห์แรงจูงใจผลักดันและแรงจูงใจดึงดูดของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้องค์ความรู้เชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และยกระดับคุณภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงศรัทธา ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์เชิงนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน อันจะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน และสนับสนุนการพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราชให้ก้าวสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช



วิธีดำเนินการวิจัย

วิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี 2568 จำนวนทั้งหมด 4,288,606 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2568)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรของทาร์โรว์ ยามาเน่ มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ทั้งนี้ให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ถูกต้องและตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยจึงมีการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจมาสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชหรือไม่ ใช้วิธีเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ช่วงระยะเวลาเดือน กรกฎาคม - ตุลาคม 2568 ซึ่งในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว และข้อมูลจะถูกนำไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น

วิธีการสร้างเครื่องมือการวิจัย

ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ใช้วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ประเมินความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence : IOC) ใช้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC ในแต่ละข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.75 - 1.00 นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงของเนื้อหาไปทดลองใช้ (Try Out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยให้กลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง ทดลองทำแบบสอบถาม ซึ่งคำนวณค่า Cronbach's Alpha Coefficient ของแบบสอบถามทั้งฉบับได้ค่าเท่ากับ 0.97 และนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยวัดตัวแปรที่ศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งเป็นแบบปลายปิด แบ่งออกเป็น จำนวน 3 ตอน และแบบปลายเปิดจำนวน 1 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยเป็นแบบสอบถามที่กำหนดคำถามแบบให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 แรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีคำถามแบ่งออกเป็น 2 ด้าน จำนวน 10 ข้อคำถาม

ตอนที่ 3 ความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 3 ข้อคำถาม ซึ่งในส่วนของตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ใช้วิธีการวัดระดับความคิดเห็น ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความเห็น 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับความเห็น 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับความเห็น 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับความเห็น 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับความเห็น 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีการทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุคูณก่อนทำการวิเคราะห์หสมการถดถอย

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74 อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 อาชีพพนักงานของรัฐ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8

2. ผลการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	การแปลผล
ด้านที่ 1 แรงจูงใจผลักดันในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช	4.29	0.78	มาก
ด้านที่ 2 แรงจูงใจดึงดูดในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช	4.57	0.59	มากที่สุด
ภาพรวม	4.43	0.68	มาก

จากตารางที่ 1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.43 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่ 2 แรงจูงใจดึงดูดในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.57 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านที่ 1 แรงจูงใจผลักดันในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 อยู่ในระดับมาก

3. ผลการศึกษาความตั้งใจท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 2 ความตั้งใจท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ความตั้งใจท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	การแปลผล
1. ท่านตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชอีกครั้ง	4.50	0.63	มาก
2. ท่านตั้งใจที่จะแนะนำ แบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชให้คนรู้จัก เพื่อน หรือรีวิวในสื่อสังคมออนไลน์	4.45	0.66	มาก
3. ท่านรู้สึกคุ้มค่าสำหรับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช	4.43	0.70	มาก
ภาพรวม	4.46	0.66	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความตั้งใจท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.46 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่ 1 ท่านตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชอีกครั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.50 อยู่ในระดับมาก รองลงมาข้อที่ 2 ท่านตั้งใจที่จะแนะนำ แบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชให้คนรู้จัก เพื่อน หรือรีวิวในสื่อสังคมออนไลน์



มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 อยู่ในระดับมาก และต่ำสุด คือ ข้อที่ 3 ท่านรู้สึกคุ้มค่าสำหรับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.43 อยู่ในระดับมาก

4. ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณตัวแปรแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณตัวแปรแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ตัวแปร	การวิเคราะห์ผลทางสถิติ						
	b	S.E.	BETA	t	p	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.45	0.17		2.57	0.01		
ด้านแรงจูงใจผลักดัน	0.26	0.04	0.29	6.11	0.00	0.47	2.12
ด้านแรงจูงใจดึงดูด	0.63	0.05	0.53	11.41	0.00	0.47	2.12

R = 0.77, R² = 0.59, Adj.R² = 0.59, SEE = 0.38, Durbin - Watson 1.78

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ของค่าคลาดเคลื่อนในแบบจำลองการถดถอย เนื่องจากค่า Durbin - Watson มีค่าอยู่ที่ 1.78 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณตัวแปร พบว่า ตัวแปรแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ทั้ง 2 ด้าน ส่งผลต่อความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช ร้อยละ 59 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน Beta พบว่า ด้านแรงจูงใจดึงดูดมีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวมากที่สุด (Beta = 0.53) รองลงมาด้านแรงจูงใจผลักดัน (Beta = 0.29) ทั้งนี้ ผลการตรวจสอบปัญหา multicollinearity พบว่า ค่า Tolerance = 0.47 และ VIF = 2.12 ตัวแปรพยากรณ์ทั้งสองมีค่า Tolerance มากกว่า 0.10 และค่า VIF ต่ำกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองและไม่เกิดปัญหา multicollinearity

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย แรงจูงใจ 2 ด้าน ดังนี้ 1) แรงจูงใจดึงดูด ได้แก่ ความเชื่อและความศรัทธา เคารพสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำบุญไหว้พระ ขอพรร่วมกิจกรรมสำคัญทางพุทธศาสนา ปฏิบัติธรรม พักผ่อนหย่อนใจ สะเดาะเคราะห์ หาที่พึ่งทางใจ ทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกในครอบครัว เพื่อน คนรัก และพบปะเพื่อนใหม่ 2) แรงจูงใจผลักดัน ได้แก่ ชื่อเสียงของศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช ความสวยงามด้านสถาปัตยกรรมของศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช ความงดงามตามธรรมชาติของศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช ศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช มีเอกลักษณ์ มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียง และศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช มีประวัติความเป็นมายาวนาน เป็นโบราณสถานที่เก่าแก่ ครอบนุรักษ์ และรักษา ผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองทั้ง 2 ด้าน ส่งผลต่อความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช โดยแรงจูงใจดึงดูดในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองส่งผลต่อความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชมากกว่าแรงจูงใจผลักดันในการท่องเที่ยวสักการะศาลหลักเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช อาจเนื่องมาจากคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถกระตุ้นการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจผลักดันจะเป็นจุดเริ่มต้นแต่แรงจูงใจดึงดูด คือ ตัวตัดสินใจ โดยสอดคล้องกับผลวิจัย สุธาสิณี วิทยาภรณ์ และตุลา ไชยาศิรินทร์โรจน์ พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางไปประกอบกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา และพักผ่อนหย่อนใจ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติโบราณสถาน และโบราณวัตถุ (สุธาสิณี วิทยาภรณ์ และตุลา ไชยาศิรินทร์โรจน์, 2566) ยังสอดคล้องกับ Piramanayagam, S. et al. พบว่า ทั้งแรงจูงใจเชิงสถานที่/การบริการ (ดึงดูด) และแรงจูงใจทางศรัทธา (ผลักดัน) มีผลต่อความตั้งใจไปแสวงบุญ ซึ่งแรงจูงใจดึงดูดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวสักการะมากกว่าแรงจูงใจผลักดัน



(Piramanayagam, S. et al., 2020) สอดคล้องกับแนวคิดของ Tinakhat, P. พบว่า ทั้งแรงจูงใจผลักดันและแรงจูงใจดึงดูด มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อปลายทางหรือความตั้งใจกลับมาเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจดึงดูดมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ในขณะที่แรงจูงใจผลักดันมีอิทธิพลน้อยที่สุด (Tinakhat, P., 2020) รวมถึงสอดคล้องกับ Syaiful, H. et al. พบว่า ทั้งแรงจูงใจภายใน (ผลักดัน) และภายนอก/แหล่งท่องเที่ยว (ดึงดูด) ล้วนส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำ (Syaiful, H. et al., 2024) และยังสอดคล้องกับ เมทิกา พวงแสง และเพ็ญพิมพ์ พวงสุวรรณ ที่กล่าวว่า ความเชื่อเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์จากความเชื่อ ความศรัทธา นำไปสู่การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อและความศรัทธา หรือการท่องเที่ยว “มุเตลู” ที่สร้างรายได้หมุนเวียนมหาศาลในพื้นที่ และทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนเพิ่มขึ้นทุกปี (เมทิกา พวงแสง และเพ็ญพิมพ์ พวงสุวรรณ, 2566) ดังนั้น แรงจูงใจภายใน เช่น ความศรัทธา การแสวงหาความสบายใจ จะเป็นปัจจัยเริ่มต้นที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทาง แต่การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราชนั้นขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางศาสนาเป็นสำคัญ ผลการวิจัยจึงชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศรัทธาควรมุ่งเน้นการเสริมสร้างจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในด้านกิจกรรมทางศาสนา ความสะดวกในการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การเพิ่มความตั้งใจในการเดินทางและการกลับมาเยือนในอนาคต รวมถึงผลการวิจัยนี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์จุดเด่นของศาลหลักเมืองในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจดึงดูดของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความตั้งใจท่องเที่ยว

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจสักการะศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนพัฒนา และยกระดับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของจังหวัดได้ โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการจัดการ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการประชาสัมพันธ์จุดเด่นของศาลหลักเมืองในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงศรัทธาที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจดึงดูดของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความตั้งใจท่องเที่ยว และควรพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ QR Code แอปพลิเคชันสำหรับให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประวัติ ความเชื่อ พิธีกรรม และกิจกรรมทางศาสนา รวมถึงการปรับปรุงป้ายบอกทาง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลและเพิ่มคุณค่าเชิงประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว และควรมีการบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเชื่อมโยงศาลหลักเมืองกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอื่น เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ (ไอโซ) และวัดธาตุน้อย เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย 2) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านแรงจูงใจและความตั้งใจท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ควรศึกษาเพิ่มเติมในตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยว เช่น ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ และประสบการณ์เชิงจิตวิญญาณ ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อหาปัจจัยเชิงวิญญานที่ซับซ้อนขึ้นควบคู่กับเชิงปริมาณ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้เข้าใจมุมมอง ความรู้สึก และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น และควรทำการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างศาลหลักเมืองในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศรัทธาที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ ดังนั้น งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจทั้งด้านผลักดันและด้านดึงดูดมีบทบาทสำคัญต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงศรัทธา โดยเฉพาะปัจจัยด้านเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชให้มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2569). ประกาศการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 19 มีนาคม 2568 จาก <https://shorturl.asia/yHuZt>
- คลังสารสนเทศนครศรีธรรมราช. (2567). ข้อมูลประวัติศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช. เรียกใช้เมื่อ 8 มีนาคม 2568 จาก <https://shorturl.asia/aGKir>
- คลังสารสนเทศวลัยลักษณ์. (2569). ศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช. เรียกใช้เมื่อ 8 มีนาคม 2568 จาก <https://shorturl.asia/mWfcq>
- เมทิกา พ่วงแสง และเพ็ญพิมพ์ พวงสุวรรณ. (2566). ความเชื่อ ความศรัทธา ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง. วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี, 4(2), 58-71.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2564). แผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2565-2570. เรียกใช้เมื่อ 18 มีนาคม 2568 จาก <https://shorturl.asia/ob5ZO>
- สำนักงานสถิติจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2568). จำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช. เรียกใช้เมื่อ 8 มีนาคม 2568 จาก <https://shorturl.asia/k65MD>
- สุธาสินี วิทยาภรณ์ และตุลา ไชยาศิรินทร์โรจน์. (2566). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัดจังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 42(2), 316-324.
- Cohen, E. (2011). The Changing Faces of Contemporary Tourism. *Folia Turistica*, 25(1), 13-21.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G. M. S. (1981). Tourist Motivation an Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Piramanayagam, S. et al. (2020). Tourist's motivation and behavioral intention to visit a religious Buddhist site: A case study of Bodhgaya. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 8(8), 42-56.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Syaiful, H. et al. (2024). The influence of push and pull factor motivation on foreign tourists' revisit intention in religious tourism. *Proceeding of the International Global Tourism Science and Vocational Education*, 1(2), 38-51.
- Tinakhat, P. (2020). A study of tourist motivation toward destination loyalty: Targeting European tourists travelling to Phuket. *Thammasat Review*, 23(2), 22-46.
- Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.