

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระ
สักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา
Tourism Elements and Motivation Affecting The Traveling Intension to
The Temples and Shrines of Generation Y Tourists in Songkhla
Province

สุธิรา ปานแก้ว¹ ประสพชัย พสุนนท์²
Suthira Pankaew¹ Prasopchai Pasunon²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา และ 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย จำนวน 400 คน วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งทำการแจกแบบสอบถามจากเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้า จำนวน 9 วัด โดยแบ่งเป็นวัดละ 45 คน จำนวน 4 วัด และวัดละ 44 คน จำนวน 5 วัด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า

1. นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้า เนื่องจากวัดและศาลเจ้ามีชื่อเสียงและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น อีกทั้งมีโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมที่สวยงาม มีเรื่องราวที่น่าสนใจและความศักดิ์สิทธิ์ในเรื่องของความเชื่อต่างๆ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีความตั้งใจที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมเพื่อไหว้พระขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อเป็นความสบายใจและเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต

¹ อาจารย์สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย,
E-Mail: Suthira.pa@gmail.com

Lecturer in Hotel and Tourism Major, Hotel and Tourism College, Rajamangala University of Technology Srivijaya

² รองศาสตราจารย์ ภาควิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Assoc.Prof.Dr., General Business Management, Faculty Management Science, Silpakorn University

2. นักท่องเที่ยวในกลุ่มเจนเนอเรชันวายให้ความสำคัญด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในด้านปัจจัยดึงดูดมากที่สุด จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้า เนื่องจาวัดและศาลเจ้าเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการขัดเกลาจิตใจให้นักท่องเที่ยวมีศีลธรรมอันดีงาม อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมราคาไม่แพง จึงเป็นเหตุผล ทำให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มเจนเนอเรชันวายเกิดความตั้งใจในการท่องเที่ยววัดสักการะศาลเจ้า

คำสำคัญ : องค์ประกอบการท่องเที่ยว, แรงจูงใจในการท่องเที่ยว, ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว, ไหว้พระสักการะศาลเจ้า, นักท่องเที่ยวในกลุ่มเจนเนอเรชันวาย

Abstract

The purposes of this research were: 1) To study Tourism Elements Affecting The Traveling Intentions to The Temples and Shrines of Generation Y Tourists in Songkhla Province and 2) To study Tourism Motivation Affecting the Traveling Intentions to The Temples and Shrines of Generation Y Tourists in Songkhla Province. This research is quantitative. The sample group was 400 Generation Y tourists. The sampling method used a quota sampling method, which distributed questionnaires from 9 temples, 45 people per temple, 4 temples, and 5 temples 44 people per temple. The statistics used to analyze the data were the mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results were as follows:

1. Generation Y tourists focus on attracting the most. Because temples and shrines are famous and unique. There are also beautiful architectural structures. There is an interesting story and the sacredness of various beliefs. As a result, Generation Y tourists intend to visit making merit for success in their life.

2. Generation Y tourists focus on tourism motivation as the most attractive factor Because temples and shrines are cultural learning centers and traditional and religious ceremonies. This is important to polish the mind for tourists to have good morals. It is also a tourist attraction with reasonable costs, not expensive. That's why makes Generation Y tourists intend to travel to temples and shrines.

Keywords: Tourism Elements, Motivation, Travel Intention, Generation Y Tourists, Temple and Shrine

บทนำ

ศาสนาถือเป็นหนึ่งในสถาบันหลักของชาติซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตของคนไทยและประเทศไทยเปิดเสรีในการนับถือศาสนามาตั้งแต่อดีต ทำให้มีความหลากหลายในการนับถือศาสนา รวมถึงมีพระภิกษุ นักบวช นักการศาสนาที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนศาสนสถานที่สำคัญทั่วประเทศ ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและจิตวิญญาณมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มคนไทย (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุเท่านั้น ยังรวมถึงกลุ่มคนวัยทำงานหรือเจเนอเรชันวายที่ต้องการปฏิบัติธรรมเพื่อยกระดับจิตใจ เพื่อความสบายใจและความเป็นสิริมงคลให้กับชีวิต

กลุ่มประชากรเจเนอเรชันวาย เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 28 – 42 ปี ถือว่าเป็นกลุ่มที่เริ่มมีความมั่นคงในหน้าที่การงานและการเงิน มีลักษณะเฉพาะคือ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง กล้าแสดงออก ชอบความเป็นอิสระ ความอดทนต่ำ ปรับตัวเข้าหาเทคโนโลยีสมัยใหม่ มองการเปลี่ยนแปลงในแง่บวก นิยมการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความคิดสร้างสรรค์ (แพรวไพลิน มณีชาติ, 2563) ประชากรในกลุ่มนี้ได้รับผลกระทบจากรอยต่อระหว่างการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคสมัยนั้นค่อนข้างมาก เช่น การเปลี่ยนแปลงจาก Analog ไปสู่ Digital การเปลี่ยนแปลงจากคอมพิวเตอร์เมนเฟรมที่มีขนาดใหญ่ไปสู่คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่มีขนาดเล็กลง เป็นต้น ประกอบกับบรรยากาศของการขยายตัวอุตสาหกรรมในวงกว้าง ทำให้เกิดการผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกมากมายเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต จึงส่งผลให้สภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจมุ่งเน้นไปทางความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualist) และมีความเป็นวัตถุนิยมสูงขึ้น (มัลลิกา สิมมะลา 2560)

นอกจากนี้ กลุ่มเจเนอเรชันวาย มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาที่ตนนับถือ เพื่อช่วยให้เกิดความสุขทางใจ (พระภรณ์ รุณ และ ปริญญา ลักษิตามาต ,2562) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในศาสนาพุทธ เพราะช่วยให้นักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย ได้เรียนรู้พระพุทธศาสนาเพิ่มเติม ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมของทางวัด และจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความอ่อนน้อม ถ่อมตน รู้จักบาปบุญคุณโทษ ซึ่งเป็นการพัฒนาทั้งกายและจิตใจ ในขณะที่เดียวกันกลุ่มเจเนอเรชันวายก็มีความเชื่อในเรื่องโชคลาง การขอพร ไหว้พระ ไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อให้ตนเองมีชีวิตที่ดียิ่งขึ้น จึงเป็นสาเหตุให้ออกเดินทางท่องเที่ยววัดหรือศาลเจ้าต่างๆ เพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อนมัสการเกจิอาจารย์ตั้งและประกอบพิธีกรรมทางศาสนา (วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และพะยอม ธรรมบุตร, 2558) นอกจากนี้ยังออกเดินทางเพื่อไปเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมอันสวยงามของวัดวาอาราม สถาปัตยกรรม หรือรูปเคารพของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ช่วยก่อให้เกิดความสงบใจ และระลึกถึงบุญกุศลอันดีงาม อีกทั้งยังมีความเข้าใจในสถานที่ทางศาสนาและความเชื่อ (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) จึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวายเดินทางท่องเที่ยววัดหรือศาลเจ้ามากยิ่งขึ้น

จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่มีชายแดนติดกับประเทศมาเลเซีย เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ตอนล่าง (สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2563) และเป็นจังหวัดที่มีวัดรวมถึงศาลเจ้าสำคัญต่างๆ มากมายที่น่าสนใจหลายอย่าง เช่น พระอุโบสถ เจดีย์ เรื่องราวความเชื่อ สถาปัตยกรรมและภาพจิตรกรรมฝา

ผนังของศาสนสถาน เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่, 2564) ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสักการะทำบุญเป็นจำนวนมาก โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่ ได้จัดทำเส้นทางท่องเที่ยว “ไหว้พระ สักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา” ได้แก่ วัดมหัตตมังคลาราม วัดฉ็้อฉาง สิ่งศักดิ์สิทธิ์บนยอดเขาคอหงส์ศาลเจ้าพ่อเสือ วัดเทียนฮัวเกาะ วัดนาทวี ตำหนักพระโพธิสัตว์กวนอิม (ปางพันมือ) ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา และศาลเจ้าพ่อกวนอูเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าที่กล่าวมาข้างต้น เป็นสถานที่ที่มีประวัติความเชื่อ และเรื่องราวที่น่าสนใจอีกทั้งมีสถาปัตยกรรมที่สวยงามโดดเด่น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับ วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และพะยอม ธรรมบุตร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม กล่าวว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวายส่วนใหญ่ ชอบเดินทางท่องเที่ยว ไหว้พระขอพร เพื่อให้ชีวิตมีความสุขสงบ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่ององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวายในจังหวัดสงขลาเพื่อเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ในการทำการตลาดส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม เพื่อให้ได้กลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ๆ และเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสงขลามากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวายในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวายในจังหวัดสงขลา

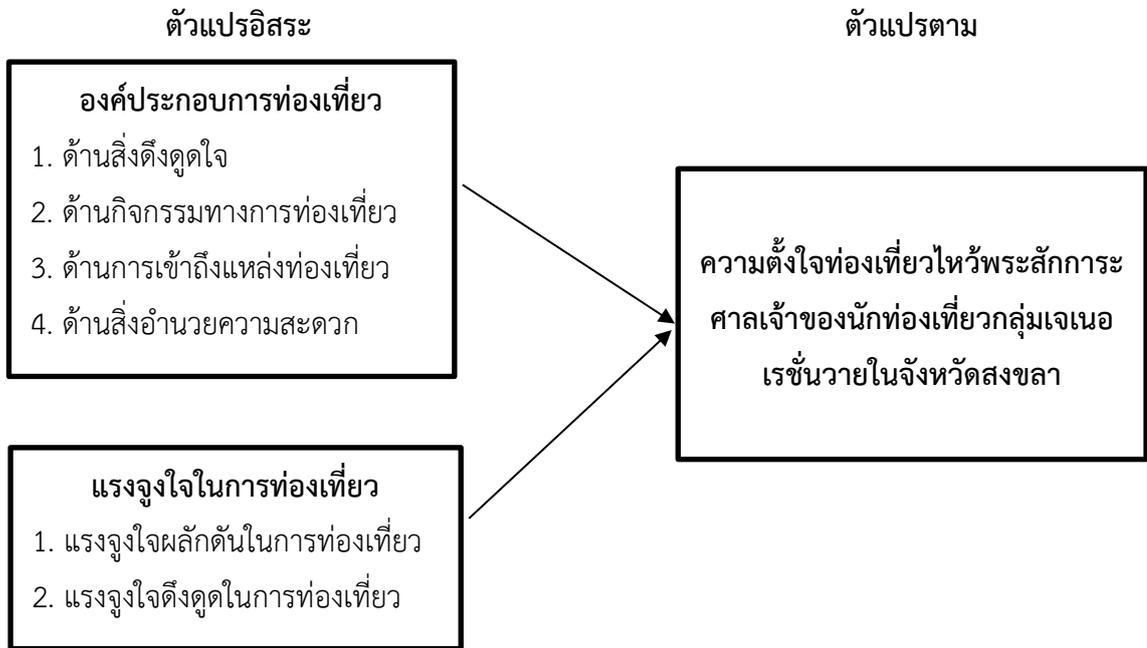
สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวายในจังหวัดสงขลา
2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวายในจังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างสมมติฐานการวิจัยและกรอบคิด โดยสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวาย

เรchnerวายเป็นจังหวัดสงขลา และสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ระหว่างเดือนมกราคม - เดือนสิงหาคม 2565 จำนวนทั้งหมด 1,162,492 คน (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % (Yamane, 1973) โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ทั้งนี้เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ถูกต้องและตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยจึงมีคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นจำนวน 2 ข้อคำถาม เพื่อคัดกรองว่าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชั่นวายหรือไม่

2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งทำการแจกแบบสอบถามจากเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้า จำนวน 9 วัด โดยแบ่งเป็นวัดละ 45คน จำนวน 4 วัด และวัดละ 44 คน จำนวน 5 วัด รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยวัดตัวแปรที่ศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งเป็นแบบปลายปิด แบ่งออกเป็นจำนวน 4 ขั้นตอน และแบบปลายเปิดจำนวน 1 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา จำนวน 6 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามที่กำหนดคำถามแบบให้เลือกตอบ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale) และข้อมูลประเภทสเกลลำดับ (Ordinal Scale)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว โดยมีคำถามแบ่งออกเป็น 4 ด้าน จำนวนทั้งสิ้น 17 ข้อคำถาม วัดระดับความคิดเห็น โดยเป็นคำถามประเภทข้อมูลสเกลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา โดยมีคำถามแบ่งออกเป็น 2 ด้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อคำถาม วัดระดับแรงจูงใจ โดยเป็นคำถามประเภทข้อมูลสเกลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามด้านความตั้งใจในการท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์เรชั่นวายในจังหวัดสงขลา มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ข้อคำถาม วัดระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจท่องเที่ยว โดยเป็นคำถามประเภทข้อมูลสเกลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนข้อเสนอแนะต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา

4. การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ดังนี้

4.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยเกณฑ์ประเมินความสอดคล้อง (Index of Consistency : IOC) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC ในแต่ละข้ออยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00

4.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.70 – 0.815 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (ธนานันต์ นุ่มแสง และ ธนิตา ตันตระกูลโรจน์, 2562)

5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการออกชุดแบบสอบถาม เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายในจังหวัดสงขลาจำนวน 9 วัด โดย

แบ่งเป็นวัดละ 45 คน จำนวน 4 วัด และวัดละ 44 คน จำนวน 5 วัด รวมจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด โดยการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Google Form และใช้วิธีสแกน QR Code เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าไปทำแบบสอบถาม จากนั้นเมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ครบแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสารบทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นและแนวคิดพื้นฐานจากงานวิจัย

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิธีวิเคราะห์ค่าทางสถิติแบบถดถอยพหุคูณและใช้การเลือกตัวแปรเข้าสมการแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยที่ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ถูกตรวจสอบความเป็นอิสระต่อกันของความคลาดเคลื่อนด้วย ค่าสถิติ Durbin – Watson 1.50 -2.50

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คิดเป็นร้อยละ 71.3 มีอายุระหว่าง 33 – 37 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.0 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 69.3 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 36 มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 94.0

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปลผล
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.29	0.33	ระดับมากที่สุด
2. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.27	0.39	ระดับมากที่สุด
3. ด้านการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว	4.12	0.23	ระดับมาก
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.46	0.48	ระดับมาก
ภาพรวม	4.04	0.21	ระดับมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีระดับความคิดเห็นด้านองค์ประกอบ การท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้าน สิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.29 ในขณะที่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.46 3. ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวใน เส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายด้านแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา

แรงจูงใจการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	การแปลผล
1. แรงจูงใจผลักดันในการท่องเที่ยว	3.95	0.64	ระดับมาก
2. แรงจูงใจดึงดูดในการท่องเที่ยว	3.98	0.39	ระดับมาก
ภาพรวม	3.97	0.46	ระดับมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจใน การท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้าน แรงจูงใจดึงดูดในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3.98 ในขณะที่ด้านแรงจูงใจผลักดันในการ ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.95

4. ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเกี่ยวกับความตั้งใจ ท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายด้านความตั้งใจ ท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา

ความตั้งใจท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปลผล
1. ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.16	0.53	ระดับมาก
2. ความประทับใจ	3.87	0.64	ระดับมาก
3. ตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเป็นสถานที่แรก	3.39	0.70	ระดับปานกลาง
4. การแนะนำหรือบอกต่อ	4.26	0.72	ระดับมาก
ภาพรวมด้านความตั้งใจท่องเที่ยว	3.92	0.45	ระดับมาก

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มเจเนอเรชันวายมีระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการแนะนำหรือบอกต่อมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.26 ในขณะที่ด้านตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเป็นสถานที่แรก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.39

5. ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลา

ตัวแปร	b	S.E.	β	t	P-value	Mean of Residual
ค่าคงที่	0.14	0.37	-	0.39	0.00**	0.15
ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว (X_1)	0.51	0.10	0.24	5.50	0.00**	
ด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (X_2)	0.43	0.04	0.44	10.20	0.00**	

R Square 0.30, Std. Error of the Estimate 0.38

F – test 86.08, Durbin – Watson 1.50

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ไม่เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง เนื่องจากค่า Durbin – Watson มีค่าอยู่ที่ 1.50 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน โดยผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสามารถอธิบายความตั้งใจในการท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลาได้ ร้อยละ 30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ดังนั้นจึงได้ว่าสมการถดถอยนี้เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอย เมื่อพิจารณาค่าสถิติต่าง ๆ เกี่ยวกับสมการถดถอย พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยว ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งหมายความว่า หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว สามารถพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระสักการะศาลเจ้าในจังหวัดสงขลาให้ดีขึ้น จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการ และตั้งใจมาท่องเที่ยวในเส้นทางดังกล่าวมากขึ้น

6. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา จากผลการวิจัยดังกล่าวได้เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 เนื่องจากองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในทิศทางบวก โดยมีค่า b อยู่ที่ 0.50 แปลความหมายได้ว่า ยอมรับในสมมติฐานดังกล่าวรวมทั้งผลการตรวจสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยทุกประการ จากผลการวิจัยดังกล่าวได้เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 เนื่องจากแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในทิศทางบวก โดยมีค่า b อยู่ที่ 0.43 แปลความหมายได้ว่า ยอมรับในสมมติฐานดังกล่าว

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วยด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึงและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายให้ความสำคัญในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด เนื่องจากวัดและศาลเจ้ามีชื่อเสียงและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น อีกทั้งมีโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมที่สวยงาม มีเรื่องราวที่น่าสนใจและความศักดิ์สิทธิ์ในเรื่องขอความเชื่อต่างๆ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีความตั้งใจที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมเพื่อไหว้พระขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อเป็นความสบายใจและเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต โดยมีความเชื่อว่า หากได้ไปไหว้พระขอพรจะทำให้เกิดความโชคดี แคล้วคลาดจากภัยอันตรายทั้งปวง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงใจ ฤดีสถิต (2563) ได้ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากความน่าสนใจและความมีเอกลักษณ์ของวัด รวมถึงชื่อเสียงของวัดจึงทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวภายในวัด

2. ผลการศึกษาด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจประกอบด้วย ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายให้ความสำคัญด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในด้านปัจจัยดึงดูดมากที่สุด เนื่องจากวัดและศาลเจ้าเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการขัดเกลาจิตใจให้นักท่องเที่ยวมีศีลธรรมอันดีงาม อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมราคาไม่แพง จึงเป็นเหตุผล ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายเกิดความตั้งใจในการท่องเที่ยววัดสักการะศาลเจ้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงทิพย์ นากระโทก

(2563) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวไหว้พระ ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา นอกจากนี้ยังเกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมและธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยดังกล่าว พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การบริการของรถโดยสารสาธารณะ ด้านห้องสุขา และด้านร้านอาหาร อยู่ในระดับน้อย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงหรือพัฒนาในด้านดังกล่าว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานในการรองรับและอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว

1.2 องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรช่วยกันส่งเสริมและพัฒนา รวมถึงการทำประชาสัมพันธ์หรือป้ายสื่อความหมายผ่านสังคมออนไลน์ (Social Network) เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัดและศาลเจ้า รวมถึงเรื่องราวความเชื่อต่างๆ เพื่อสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวในเส้นทางดังกล่าว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันวายเท่านั้นซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ ชาวมาเลเซียเชื้อสายจีน และชาวสิงคโปร์ที่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาเพื่อไหว้พระขอพร ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเข้ามาไหว้พระในพื้นที่จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *รายงานสภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2565, เข้าถึงได้จาก : https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article_20170511095605.pdf.

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัดปี 2565*. สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2565, เข้าถึงได้จาก <https://www.mots.go.th/news/category/655>.

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่. (2564). **ไหว้พระสักการะศาลเจ้า**. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ดวงใจ ฤดีสถิต. (2563). **องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดวงทิพย์ นากระโทก. (2563). **แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- แพรวไพลิน มณีขัติย์ (2563). อิทธิพลของรีวิวดอนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจนเนอเรชันวาย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(2), 590-609.
- พระภราดรัน รุณ และ ปริญ ลักขิตามาต (2562). กิจกรรมการตลาดในพระอารามหลวงที่มีผลต่อความตั้งใจทำบุญซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวายชาวไทย. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, 22(41), 58- 70
- มัลลิกา สิมมะลา (2560). **พื้นที่ระหว่างกลุ่มเจนเนอเรชันเอกซ์ เจนเนอเรชันวาย : อาคารสำนักงาน**. วิทยานิพนธ์ทางสถาปัตยกรรม สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และพะยอม ธรรมบุตร (2558). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา จังหวัดนครปฐม. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 5(2) ,151-164
- สำนักงานจังหวัดสงขลา (2563). **ข้อมูลจังหวัดสงขลา 2563**. สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2565, เข้าถึงได้จาก:https://www.songkhla.go.th/files/com_news_guarantee/020210_7c186e7dc0a64d4.pdf
- Yamane, Taro. (1973). *Statistic, An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.