

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ โดยมีธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการเดินทางระหว่างประเทศ ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจรอง ได้แก่ ธุรกิจการจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการเดินทางในประเทศ เป็นต้น รวมทั้งยังเป็นธุรกิจที่กระตุ้นอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมการก่อสร้างและพัฒนาที่ดิน และยังส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในระดับรากหญ้า

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบัน สามารถสร้างเงินตราต่างประเทศมากกว่าแสนล้านบาทในแต่ละปี ซึ่งเป็นรายได้ที่มีมูลค่าสูงมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอและสินค้าเกษตร โดยที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย ทำให้เกิดการจ้างงาน และเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่างๆ การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และประชาชนในประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

เป้าหมายด้านการท่องเที่ยวในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) “ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 3 ล้านล้านบาท และอันดับความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยว (The Travel & Tourism Competitiveness Index : TTCI) ไม่ต่ำกว่าอันดับที่ 30” โดยยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยได้แผนฯ 12 มีทั้งสิ้น 10 ยุทธศาสตร์ ซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคและเมืองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ พัฒนาให้หลุดพ้นจากความยากจน สู่เป้าหมายการพึ่งตนเอง มีการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรม อารยธรรมขอมยุคประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและกีฬาสู่นานาชาติ อาทิเช่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรมในทุกพื้นที่ ท่องเที่ยววัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง และสุขภาพ ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ท่องเที่ยวยุคก่อนประวัติศาสตร์ ในจังหวัดอุดรธานี ขอนแก่น กาฬสินธุ์ โดยเพิ่มนวัตกรรมบริการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถท่องเที่ยวได้ทั้งปี รวมทั้งพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในลักษณะเครือข่าย เพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักไปสู่เมืองรอง ชุมชน และท้องถิ่น

แผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2560 จัดทำขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 และแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564 ผสมกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อให้ได้แผนที่เกิดประโยชน์ ต่อประเทศชาติและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยหัวใจของแผนการตลาดในปี พ.ศ. 2560 คือ มุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวควบคู่กับการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว โดยเน้นสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศ แล้วจึงเชื่อมต่อเศรษฐกิจไทยเข้ากับเศรษฐกิจโลกอย่างมีประสิทธิภาพด้วยวิถีไทยผ่านการส่งมอบประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Local Experience) ที่สามารถเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวไทย อันจะเป็นฟันเฟืองสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เพื่อให้คนในท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีทิศทางการส่งเสริมตลาด ในประเทศปี พ.ศ. 2560 คือ สร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength From Within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ทำให้คนไทยมองเห็นคุณค่าความเป็นไทย จนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในประเทศ สร้างความรู้สึกการเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) ที่จะร่วมกัน ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม คงเอกลักษณ์ความเป็นไทย และเป็นบ้านที่ดี ซึ่งจะเป็นจุดต่างที่เข้มแข็งของการท่องเที่ยวไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทย เปิดมุมมองใหม่ทางการท่องเที่ยวจากการสัมผัสและมีส่วนร่วมับประสบการณ์เอกลักษณ์ เฉพาะแต่ละท้องถิ่นของไทย

ในยุคปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจโดยใช้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ได้กลายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับธุรกิจทุกประเภทในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้นำเอาเทคโนโลยีที่มีอยู่มาใช้ ประกอบการตัดสินใจ รวมทั้งมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ในบางครั้งข้อมูลที่มีมากเกินไปจนเกิดความจำเป็นอาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความยากลำบากในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยวในอนาคตเพื่อเตรียมพร้อมรองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป “ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” หรือภาคอีสาน เป็นอีกหนึ่งปลายทางท่องเที่ยวที่คนไทยเลือกเดินทางไปสัมผัสอากาศหนาวในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี ทั้งนี้ด้วยแรงดึงดูดจากความโดดเด่นหลายด้านของภูมิภาคนี้ โดยนอกจากบรรยากาศของกลิ่นอายฤดูหนาวด้วยอากาศที่หนาวเย็นแล้ว นอกจากนี้เส้นทางที่เชื่อมโยงหัวเมืองสำคัญ (อาทิ อุดรธานี หนองคาย อุบลราชธานี เป็นต้น) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไป ยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สปป.ลาว

(เส้นทางอุดรธานี-หนองคาย-เวียงจันทน์ หรืออุบลราชธานี-ปากเซ) และกัมพูชา เป็นต้น โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทางบก (เส้นทางถนน และรถไฟ) นำไปสู่การเติบโตของธุรกิจบริการขนส่งผู้โดยสาร เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวคนไทย ที่มีแผนเดินทางไปเที่ยวประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งเกื้อหนุนการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะแบบเช้าไป - เย็นกลับ ประกอบกับในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาโครงการด้านอสังหาริมทรัพย์ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมบ้านพักตากอากาศ รวมถึงคอนโดมิเนียม ที่มีสไตล์โดดเด่น เฉพาะตัว (เช่น การออกแบบและตกแต่งสไตล์อังกฤษ/ อิตาลี เป็นต้น) เหล่านี้ นอกจากจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวแล้วยังเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบ และระดับราคาที่พัก ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้อย่างครอบคลุม (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

ประเทศไทย มีแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และอีกมากมาย ล้วนเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้มีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว ยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย เพื่อซึมซับวิถีชีวิตประเพณีที่งดงาม และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน ก่อให้เกิดรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงศาสนา หรือทัวร์ไหว้พระทำบุญ ณ วัดสำคัญต่างๆ นับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มคนที่มีความสนใจพิเศษที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย ทั้งนี้ เพราะตามคติความเชื่อที่ถือว่าการได้มาสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ จะนำความเป็นสิริมงคลมาสู่ชีวิต อีกทั้ง “วัด” ถือเป็นทรัพยากรสำหรับการท่องเที่ยวที่สะท้อนอารยธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น อันเป็นแหล่งรวมข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ การศึกษา ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งเชื่อมโยง ความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนอีกด้วย (สุดาทิพย์ ,2555)

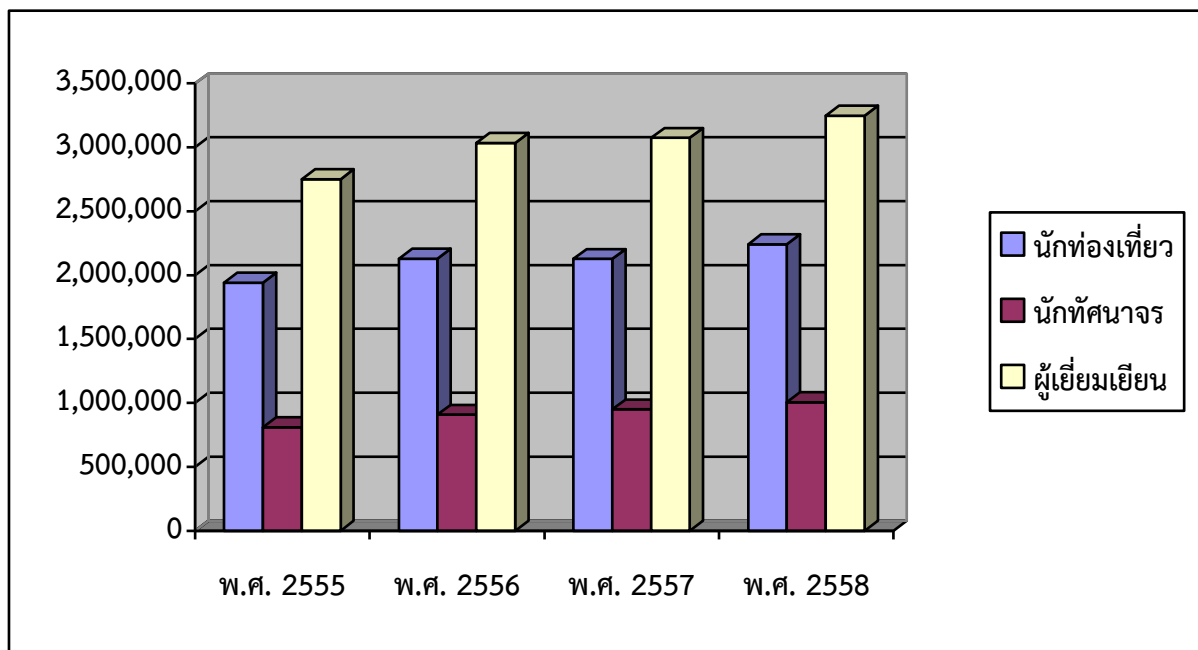
การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นการเดินทางโดยมีเหตุผลทางศาสนาเป็นหลัก ถือเป็นปฏิบัติที่มาตั้งแต่ยุคแรกๆ ซึ่งเหตุผลในการเดินทางที่แท้จริงแล้ว อาจไม่มีการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ในปัจจุบัน การเดินทางลักษณะนี้จะรวมกิจกรรมอื่น นอกเหนือจากกิจกรรมทางพุทธศาสนา ซึ่งอาจรวมถึงการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือประกอบพิธีกรรม อย่างไรก็ตามที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนามีได้มีเพียง ผู้ที่นับถือศาสนานั้นที่เข้าเยี่ยมชม หากแต่นักท่องเที่ยวอื่นๆ ยังให้ความสนใจเข้าร่วมชมความงาม หรือเข้าไปพักผ่อนสงบจิต สงบใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพสังคมที่วุ่นวายในปัจจุบัน ทำให้ผู้คนนิยมเดินทางไปสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา เป็นที่พึ่งพิงทางจิตใจกันมาก (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2551)

จังหวัดอุดรธานี มีเนื้อที่ประมาณ 11,730 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 7.33 ล้านไร่ เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 11 ของประเทศ มีลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง ประกอบด้วยทุ่งนา ป่าไม้ และภูเขา พื้นที่เอียงลาดลงสู่แม่น้ำโขงทางจังหวัดหนองคาย ทางทิศตะวันตกมีภูเขาและป่าติดต่อกันเป็นแนวยาว มีทิวเขาที่สำคัญ คือ ทิวเขาภูพาน ทอดเป็นแนวยาวตั้งแต่ตอนเหนือสุดจนถึงทางใต้สุด ถือเป็นจังหวัดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม และการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และมีความสำคัญอย่างยิ่ง ในทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากเป็นที่ตั้งของแหล่งอารยธรรมบ้านเชียง ซึ่งเป็นร่องรอยของ อารยธรรมมนุษย์ที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก มีชุมชนมนุษย์อยู่อาศัยมาตั้งแต่ สมัยก่อนประวัติศาสตร์ หรือราว 5,000-7,000 ปีมาแล้ว เป็นชุมชนโบราณที่มีอารยธรรม ความเจริญในระดับสูง สันนิษฐานว่า เครื่องปั้นดินเผาสีลายเส้นที่พบที่บ้านเชียงนั้น อาจเป็นเครื่องปั้นดินเผาสีลายเส้นที่เก่าแก่ที่สุดของโลก นอกจากนี้จังหวัดอุดรธานียังมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีธรรมชาติที่สวยงาม การทำหัตถกรรมที่น่าสนใจ คือ ผ้าขิด ชุมชนพื้นบ้านมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายมีเสน่ห์ตามแบบฉบับ ชุมชนไทยอีสาน มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีชื่อเสียงมากมายและหลากหลายรูปแบบ เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท พระพุทธบาทบัวบาน วัดป่าบ้านตาด และวัดป่าภูก้อน เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

วัดป่าภูก้อน หรือ “ป่าห่มศรัทธาแห่งวัดป่าภูก้อน” ถือเป็นสถานที่ปลายทางในฝัน ของทางภาคอีสาน เป็นศาสนสถานที่ยึดไปด้วยความศรัทธา และความสวยงามของสถาปัตยกรรมของวัด มีความวิจิตรตระการตา เปี่ยมไปด้วยความสงบ ร่มเย็น มีทัศนียภาพรายรอบที่แลดูกว้างสุดตา โลง โปร่ง สบาย จนได้รับการกล่าวขานกันว่า ที่แห่งนี้เป็น สรวงสวรรค์บนดิน ตั้งอยู่บนเนินเขา ที่รายล้อมด้วยผืนป่าเขียวชอุ่มกว่า 3,000 ไร่ ในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่านาโยง และป่าน้ำโสม ท้องที่บ้านนาคำ ตำบลบ้านก้อง อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานี อันเป็นรอยต่อแผ่นดิน 3 จังหวัด คือ อุดรธานี เลย และหนองคาย มีระยะห่างจากตัวอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานีประมาณ 125 กิโลเมตร กำเนิดขึ้นจากการดำริชอบของพุทธบริษัทสี่ ผู้ตระหนักถึงคุณประโยชน์อันยิ่งใหญ่ของธรรมชาติและ ป่าต้นน้ำลำธาร ซึ่งกำลังถูกทำลาย โดยในปี พ.ศ. 2527 พระเดชพระคุณหลวงปู่ฝัน อาจาโร ได้เมตตาปรากฏในทิพยนิมิต สั่งให้ไปจุดดงทางภาคอีสานเป็นเวลา 10 วัน คุณปิยวรรณและ คุณโอฬาร วีรวรรณ พร้อมคณะได้เดินทางมาจุดดงแถบจังหวัดสกลนคร และอุดรธานี เกิดความเลื่อมใสในปฏิปทาของพระป่า จึงได้เข้าช่วยเหลือท่านพระอาจารย์อินทร์ถวาย สันตุสสโก สำนักสงฆ์บ้านนาคำน้อย ในการขออนุญาตใช้พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติจัดตั้งเป็นวัดป่านาคำน้อย และ ปลุกป่าทดแทนฟื้นฟูสภาพป่าเสื่อมโทรมกว่า 750 ไร่ อย่างถูกต้องตามระเบียบของกรมป่าไม้ เพื่อใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติธรรมและอยู่อาศัยของพระสงฆ์ สร้างวัดในเนื้อที่ 15 ไร่ จากกรมป่าไม้

จนได้รับอนุญาตเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2530 ต่อมาได้ดำเนินการตามขั้นตอนของกรมการศาสนา จนได้รับอนุญาตให้สร้างวัดในวันที่ 3 กรกฎาคม 2530 และมีประกาศกระทรวงศึกษาธิการตั้งเป็น 'วัดป่าภูก้อน' ขึ้นในพระพุทธศาสนาเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2530 มีวัตถุประสงค์ในการสร้างที่สำคัญ คือ อัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุขึ้นประดิษฐานในสถานที่อันสมควร เพื่อสักการบูชา และแสดงกตัญญูกตเวทิตาแด่คุณของพระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์ และบูรพาจารย์กรรมฐานในแถบอีสาน ทั้งยังเป็นมงคลสถานที่พุทธศาสนิกชน จะได้ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของป่าไม้อันให้ประโยชน์ทั้งทางโลกและทางธรรม เป็นที่ปฏิบัติขัดเกลาจิตใจ และเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวอีสาน สิ่งที่เป็นจุดเด่นของ วัดป่าภูก้อน คือ พระพุทธไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี ความยาว 20 เมตร สร้างขึ้นด้วยหินอ่อนที่มีคุณสมบัติเฉพาะ มีความคงทนแข็งแรง จากประเทศอิตาลี เริ่มสร้างตั้งแต่ พ.ศ.2549 – 2555 วัตถุประสงค์ของการสร้าง พระพุทธไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี วัดป่าภูก้อน คือ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล ในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลมหาราช ทรงเจริญพระชนมพรรษา 84 พรรษา ในปี พ.ศ.2554 ซึ่งออกแบบและแกะสลัก โดยยอดศิลปิน ประติมากรหินของไทย อาจารย์นริศ รัตนวิมล

จากข้อมูลสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดอุดรธานี เมื่อปี พ.ศ. 2558 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยพิจารณาจากสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า มีนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 2,240,664 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 จากปี พ.ศ. 2557 ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 แผนภูมิรูปภาพสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว นักทัศนจาร และผู้เยี่ยมชมเยียน จ.อุดรธานี  
ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากภาพที่ 1.1 แผนภูมิรูปภาพสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว นักทัศนจาร และผู้เยี่ยมชม จ.อุดรธานี แสดงให้เห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยว นักทัศนจาร และผู้เยี่ยมชม เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดอุดรธานี มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 อาจทำให้ไม่สามารถตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ด้วยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ตามยุคสมัย หากแหล่งท่องเที่ยวเข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก็จะสามารถพัฒนา ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ได้

คณะผู้วิจัย จึงต้องการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการนำไปพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว และเป็นแนวทาง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ของวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานีต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- 1.2.1 เพื่อเป็นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่เข้ามาเที่ยวชมวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับดังต่อไปนี้

- 1.3.1 ประโยชน์ทางด้านวิชาการ
  - 1.3.1.1 เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี
  - 1.3.1.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่เข้ามาเที่ยวชมวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี
- 1.3.2 ประโยชน์ทางด้านนโยบาย
  - 1.3.2.1 เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการนำไปพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว
  - 1.3.2.2 เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ของวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี

#### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี  
คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของโครงการวิจัยดังนี้

##### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่เข้ามาเที่ยวชม วัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยว และ ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่เข้ามาเที่ยวชม วัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี

##### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี

กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของคอเครน (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 และ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

##### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการ เริ่มตั้งแต่ เดือนมกราคม – เดือนกันยายน พ.ศ. 2560

##### ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งก็คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ย
- ภูมิลำเนา / ที่พักอาศัย

ตัวแปรตาม (Dependent variables) แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่ วัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนา พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว การวางแผนก่อนการเดินทาง ลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวนนักเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (เฉลี่ยต่อคน) แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับวัดป่าภูก้อน

2. ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่เข้ามาเที่ยวชมวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

#### **ขอบเขตด้านพื้นที่**

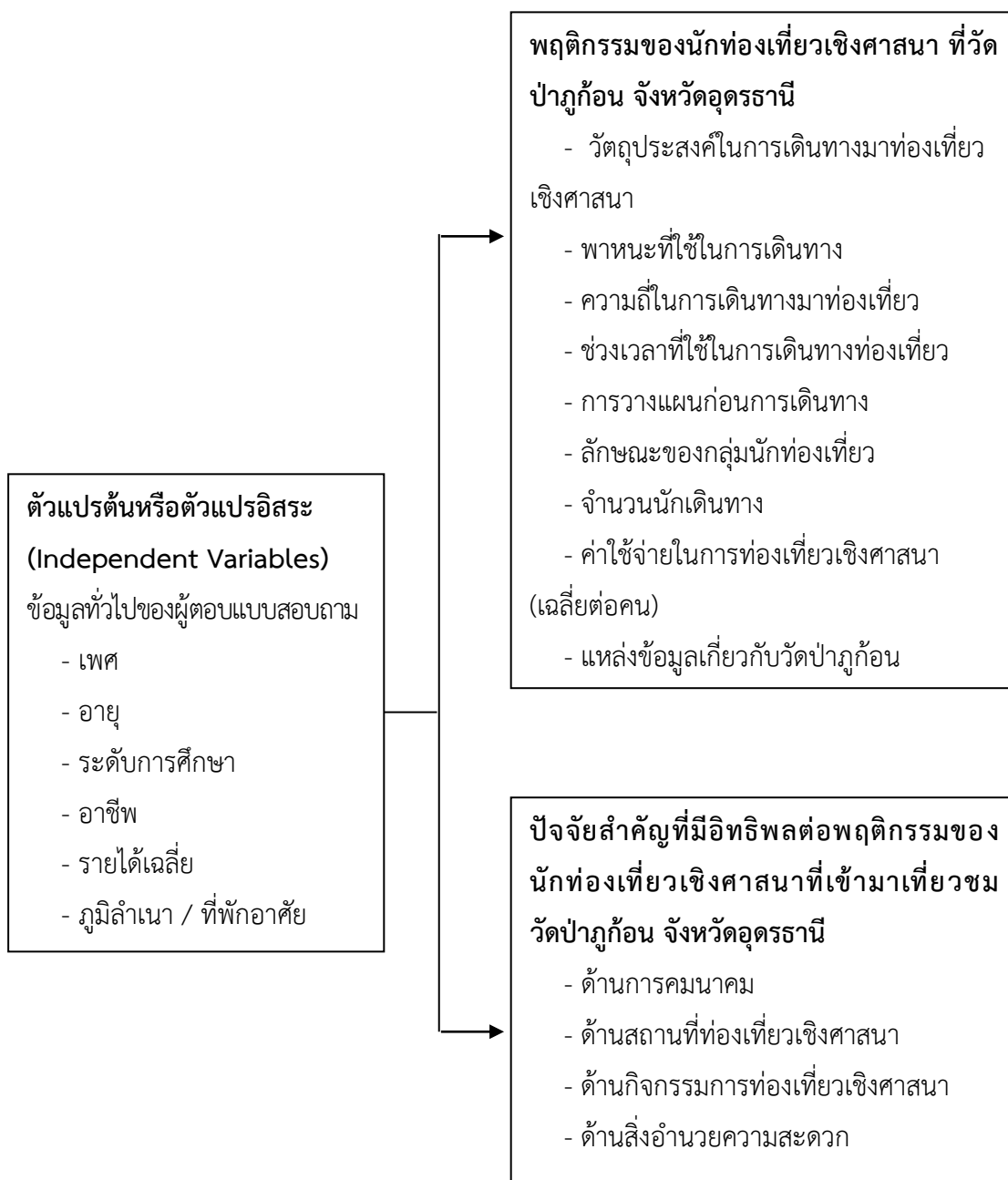
การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานีนี้ ได้กำหนดการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดอุดรธานี โดยเจาะจงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา คือ วัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี



## กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี  
 คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

### ตัวแปรตาม (Dependent variables)



ภาพที่ 1.2 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

## 1.5 นิยามศัพท์

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา : กรณีศึกษาวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี คณะผู้วิจัยได้นิยามศัพท์เฉพาะของโครงการวิจัย ดังนี้

**การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางไปยังวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี เพื่อไหว้พระ ทำบุญ ประกอบกิจกรรมทางศาสนา ผ่อนคลายความเครียด หรือแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ เป็นต้น โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว และผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

**การท่องเที่ยวเชิงศาสนา** หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ได้แก่ การท่องเที่ยวสถานที่สำคัญทางศาสนา รวมไปถึงการท่องเที่ยวในเทศกาลประเพณีที่มีกิจกรรมทางศาสนา

**พฤติกรรม** หมายถึง การกระทำ หรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี

**พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** หมายถึง การกระทำ หรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยววัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี รวมถึงการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ที่จะสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจอย่างเต็มที่

**พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา** หมายถึง สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยว ตัดสินใจเดินทางเข้ามาเที่ยวชมวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่วัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนา พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว การวางแผนก่อนการเดินทาง ลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวนนักเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (เฉลี่ยต่อคน) แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับวัดป่าภูก้อน

**ปัจจัยในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา** หมายถึง ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นตัวกำหนด หรือตัดสินใจที่จะเลือกเดินทางเข้ามาเที่ยวชมวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี โดยนักท่องเที่ยวจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

**ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา** หมายถึง องค์ประกอบด้านต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ซึ่งประกอบไปด้วย สภาพของบรรยากาศภายในวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี เรื่องราวความมีชื่อเสียงของวัดและพระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี ที่สร้างขึ้นด้วยหินอ่อน ความสวยงามของสถาปัตยกรรมของวัด มีความวิจิตรตระการตา เปี่ยมไปด้วยความสงบ ร่มเย็น มีทัศนียภาพรายรอบที่สวยงาม จนได้รับการกล่าวขานว่า ที่แห่งนี้เป็น สรวงสวรรค์บนดิน

**ปัจจัยด้านการคมนาคม** หมายถึง ลักษณะของถนน หรือเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางเข้ามาเที่ยวชมวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี ที่จอดรถ และพาหนะที่มีไว้บริการ

**ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา** หมายถึง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นภายในวัด เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาก่อให้เกิดความสุขทางใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาช่วยเสริมความเป็นสิริมงคลให้กับชีวิต กิจกรรมการท่องเที่ยว - เชิงศาสนาช่วยเสริมให้การค้าขายเจริญรุ่งเรือง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาส่งผลให้ชีวิตคู่ราบรื่น กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาส่งผลดีต่อสุขภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาก่อให้เกิดแนวคิดและคติสอนใจ

**ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ทางวัดป่าภูก้อน จังหวัดอุดรธานี จัดไว้สำหรับอำนวยความสะดวกและบริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม สถานที่พักผ่อน ลานจอดรถ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ศูนย์รักษาความปลอดภัย ป้ายบรรยายสถานที่สำคัญภายในวัด ความสว่างของแสงไฟบริเวณต่างๆ ภายในวัด เป็นต้น