

การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
ในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร
The Study of needs of Thai tourists visiting
Brahmin-Hindu Dhevasathan, Bangkok

เนตรดาว สุขประสงค์, ปองปภัต สุริเย และชมพูนุท ภาณุภาส*

Neddao Sookprasong, Pongpapas Suriye and Chompunoot Panupat*

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University
E-mail: chompunoot@g.swu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อเสนอข้อเสนอแนะในการพัฒนาเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู การคัดเลือกพื้นที่การวิจัยใช้ทฤษฎีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ได้แก่ วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) เทวาลัยพระพิฆเนศ (ห้วยขวาง) และวัดวิษณุ เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มหลายขั้นตอน (Multiple-Stage Random Sampling) กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกผ่านการคำนวณสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) ได้จำนวน 387 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) ใน 3 สถานที่ ที่ละ 129 คน ค่าความตรงเชิงเนื้อหาได้ค่าเท่ากับ 0.71 และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ได้ค่าเท่ากับ 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แบบสองทาง (Cross Tabulation)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ความต้องการด้านการเข้าถึงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้มีระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงเส้นทางยานพาหนะที่หลากหลายและเข้าถึงเทวสถานได้ง่าย และการเสนอข้อเสนอแนะ ควรให้ความสำคัญในการบริหารจัดการพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้สามารถเข้าถึงได้สะดวกมากขึ้น พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้องเชิงศาสนาที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา, ความต้องการของนักท่องเที่ยว, เทวสถานพราหมณ์-ฮินดู

Abstract

This study is quantitative. The purpose is to study the needs of Thai tourists to travel to the Brahmin-Hindu Dhevasathan, Bangkok. Suggestions are also made for the development of Brahmin Hinduism. The tourism element theory (5A) is used in the selection of research areas. Wat Phra Sri Maha Mariamman Temple (Wat Khaek, Silom), Ganesha Shrine (Huai Khwang), and Vishnu Temple. The research tool was a questionnaire. Collecting questionnaires from 387 Thai tourists. By Cochran Sampling Techniques with Accidental Sampling Techniques, using quota sampling at three locations, with 129 people per location. The Examination of content validity was 0.71 and Reliability Utilized Cronbach's alpha coefficient was 0.92. Use a cross-tabulation to data analyse. The results show that most of the respondents were female, aged

between 21 - 30 years old, with a bachelor's degree, occupation in company employees. The average monthly income was 20,001–25,000 baht. Transportation needs are the highest level. There are various types of vehicles that are easy to enter Brahmin-Hindu Dhevasathan, Bangkok and the suggestions should be made to focus on more effective space management services. Develop infrastructure and public transportation to make it more convenient. Provide personnel with knowledge and information of religious tourism for Thai and foreigner tourists.

Keywords: Tourism, Religious Tourism, Needs of tourists, Brahmin-Hindu Dhevasathan

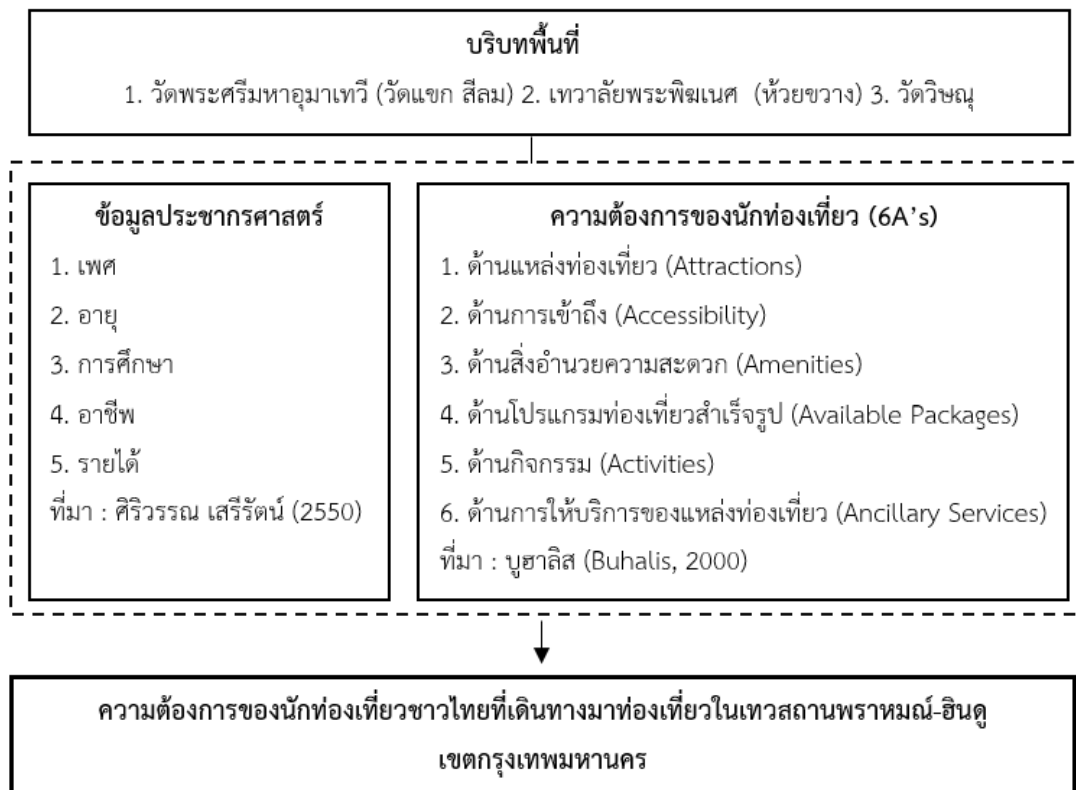
บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษที่มุ่งผล 2 ด้าน คือ ความรู้และความเพลิดเพลิน ความบันเทิงใจ ในด้านที่เน้นด้านความรู้เป็นการเพิ่มพูนสิ่งที่ผู้ท่องเที่ยวสนใจเป็นหลัก ส่วนการเน้นเพื่อความเพลิดเพลิน ความบันเทิงใจมุ่งที่การพักผ่อนหย่อนใจเป็นสำคัญแท้ที่จริงแล้วผลทั้ง 2 ด้านเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ต่อมาเมื่อการท่องเที่ยวที่วุ่นวาย ทำให้ส่งผลทั้งต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมต่อเศรษฐกิจของชุมชน และประเทศชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีบทบาทและได้รับความนิยมน้อยกว่า (รสริน ดิษฐบรรจง, 2564) การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การเดินทางไปยังศาสนสถานตามวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคล เช่น เพื่อสักการบูชา เข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต เป็นต้น นับเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีความหลากหลายในการนับถือศาสนาไม่ว่าจะเป็นศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม หรือพราหมณ์-ฮินดู ซึ่งในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู นับได้ว่าเป็นศาสนาที่เก่าแก่ที่สุดในโลก และมีการสร้างศาสนสถานตามคติความเชื่อของศาสนาที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น วัด โบสถ์ มัสยิด หรือเทวสถาน ซึ่งมีความสำคัญในประเทศไทย โดยในเขตกรุงเทพมหานครนั้นมีเทวสถานในศาสนาพราหมณ์-ฮินดูหลายแห่งที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) เทวาลัยพระพิฆเนศ (ห้วยขวาง) ศาลพระแม่ลักษมี (เกษรวิลเลจ) วัดเทพมณเฑียร วัดวิษณุ และศาลท้าวมหาพรหม เป็นต้น ซึ่งแต่ละสถานที้นั้นมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ให้ความสนใจในการเดินทางมายังเทวสถานเป็นอย่างมาก และในยุคโลกาภิวัตน์ไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทุกรูปแบบ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้วยอิทธิพลของแพลตฟอร์มออนไลน์ในสื่อสังคมส่งผลให้เทวสถานพราหมณ์-ฮินดู ในเขตกรุงเทพมหานคร กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการเดินทางมากราบบไหวสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อเสริมความเป็นสิริมงคลให้แก่ชีวิต ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญว่ากรุงเทพมหานครมีเทวสถานพราหมณ์-ฮินดูหลายแห่ง รวมถึงการท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดูให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเสนอข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

บุษาลิส (Buhalis, 2000) ได้อธิบายถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือ ทฤษฎี 6A's ประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อเป็นมรดกทางวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม เป็นต้น ด้านความสามารถในการเข้าถึงง่าย (Accessibility) ได้แก่ ระบบคมนาคม ระบบการขนส่ง สถานีขนส่งผู้โดยสาร และประเภทของยานพาหนะ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ได้แก่ ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จัดเลี้ยง ร้านอาหารซื้อ และบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Packages) ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกจัดเตรียมไว้ล่วงหน้าโดยธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อบริการนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ได้แก่ กิจกรรมทั้งหมดที่ธุรกิจจัดขึ้น และเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วม ในระหว่างเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว ด้านบริการเสริม (Ancillary Services) ได้แก่ บริการที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการเมื่อไปท่องเที่ยว เช่น ธนาคาร การสื่อสารโทรคมนาคม ไพรซ์เนีย หนังสือพิมพ์ และโรงพยาบาล เป็นต้น

สามารถสรุปได้ว่าทฤษฎีความต้องการของมนุษย์มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเลือกหรือตัดสินใจท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองตามความต้องการที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ได้ ซึ่งในการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีความต้องการของนักท่องเที่ยว 6A's ของบุษาลิส (Buhalis, 2000) มาประยุกต์ใช้ในวิจัยครั้งนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศาสนาพราหมณ์-ฮินดูและการท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู

ปัจจุบันการกราบไหว้บูชาเทพเจ้าพราหมณ์ฮินดูโดยหวังให้บันดาลผลได้กลายเป็นกระแสนิยมขึ้นในสังคมไทย ดังเทศกาลทางศาสนาของพราหมณ์-ฮินดูที่มีคนไทยเข้าร่วมงานกันอย่างเนื่องแน่น เช่น งานคณศยันตี และคณศตุรตีของเทวาลัยพระพิฆเนศ (ห้วยขวาง) รวมไปถึงงานนราตรีของวัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) ที่มีผู้ศรัทธาเลื่อมใส

มาบูชาขอพรกันอย่างเนืองแน่นและไม่ขาดสาย หรือปรากฏการณ์ที่มีเทวสถานที่มีการก่อสร้างผุดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งในกรุงเทพฯ และชานเมือง บางแห่งมีความใหญ่โตโดดเด่น มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้คนเข้ามาบูชา มีการตั้งคณะกรรมการวัดเพื่อดูแลบำรุงเทวสถาน มีการปล่อยเช่าบูชาเครื่องรางวัตถุ เนื่องจากรองรับความศรัทธาของผู้คนที่เข้ามาบูชาอย่างทั่วถึง ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเดินทางมาบูชากราบไหว้เทพเจ้าในศาสนาพราหมณ์-ฮินดูได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากกระแสของการรีวิวในโลกโซเชียลมีเดีย การบอกต่อปากต่อปาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความศักดิ์สิทธิ์ของเทพเจ้าในแต่ละเทวสถานต่าง ๆ ทำให้มีนักท่องเที่ยวผู้มีจิตศรัทธาเลื่อมใสเดินทางมากราบไหว้บูชา และขอพรเพื่อความ เป็นสิริมงคลแก่ตัวเองเป็นจำนวนมาก (กฤติยา วัชรอม, 2560)

สามารถสรุปได้ว่า ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวนี้กำลังได้รับความนิยมขึ้นเรื่อย ๆ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต ซึ่งการท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เป็นการเดินทางไปยังเทวสถานเพื่อสักการบูชาเทพเจ้าในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู โดยหวังบันดาลผลตามที่นักท่องเที่ยวได้ขอพร รวมไปถึงการเดินทางเพื่อเข้าร่วมงานเทศกาลของศาสนาพราหมณ์-ฮินดูเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มีความศรัทธาเกิดความสบายใจจากการสักการะเทพเจ้า ผู้วิจัยจึงศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชมพูท ภาณุภาส และ ณีภุชกิตต์ ต้นสมรส (2564) ได้ทำการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในย่านเยาวราช และเพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในย่านเยาวราช ผลการศึกษา พบว่า ความต้องการต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน โดยพิจารณาเป็นคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี (Mean = 3.89) มีค่าเฉลี่ยความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากช่วงวัยอื่น ๆ ได้แก่ กิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดรูปแบบให้บริการเป็นแบบเหมารวม การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ จึงมีการพัฒนาการจัดการเชิงพุทธศาสนาในย่านเยาวราช โดยจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับทุกภาคส่วน โดยจะต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านรูปแบบการบริการแบบชุด และด้านการบริการการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย-จีน

พันธุ์รวี วัฒน ลำพูน และ อัญชลี สมใจ (2564) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโฉลง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แหล่งข้อมูลที่ได้เป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 330 ชุด ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลวิจัยจากการศึกษาข้างต้นทำให้ทราบพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเด็นพฤติกรรม และความต้องการ 5A's ในด้านต่าง ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จบการศึกษาระดับต่ำกว่า อนุปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งนักท่องเที่ยววางแผนเดินทางส่วนใหญ่เป็นช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่ำกว่า 500 บาท มีความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่จะเป็นการไหว้พระและทำบุญ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุดโดยเฉพาะมีความต้องการความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ข้อเสนอแนะ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรร่วมมือกันวางแผนในเรื่องของการจัดการองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกในการเดินทาง และที่พัก เพื่อให้ตำบลบางโฉลงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ และควรมีการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้นให้ทันกับยุคปัจจุบัน

การีทิ สยามาลา และ ชิวิวม กักติ (Garikipati Syamala and Shivam Kakati, 2016) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาโดยอ้างอิงจากเมืองเซอร์ดิ ประเทศอินเดียจากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเมืองเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้วยความศรัทธาและความปรารถนา

ที่จะขอพรจากพระเจ้า ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการการเดินทางที่ปลอดภัยและสะดวกสบาย ความปลอดภัยด้านที่พัก อาหาร และชีวิต ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว องค์กรธุรกิจไปจนถึงรัฐบาลต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรวมไปถึงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ เช่น การเชื่อมต่อถนนและทางรถไฟ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้คัดเลือกพื้นที่การวิจัย โดยใช้ทฤษฎีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ในการพิจารณาเป็นเกณฑ์ในการเลือกพื้นที่ ได้แก่ วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) เทวาลัยพระพิฆเนศ (ห้วยขวาง) และวัดวิษณุ ซึ่งเป็นสถานที่ที่ตรงกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว และมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 387 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มหลายขั้นตอน (Multiple-Stage Random Sampling) ขั้นตอนที่ 1 ทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรในการคำนวณของคอคแรน (Cochran, 1977) ได้จำนวน 387 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบแบบสะดวก ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยต้องการเก็บข้อมูลในแต่ละเทวสถานให้มีจำนวนเท่ากัน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในเทวสถาน 3 เทวสถาน ได้แก่ วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) เทวาลัยพระพิฆเนศ (ห้วยขวาง) และวัดวิษณุ จำนวนสถานที่ละ 129 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ในประเด็นข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยตรวจสอบหาคุณภาพของเครื่องมือด้านเนื้อหาไปหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งได้ค่า IOC เท่ากับ 0.71 นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรจำนวน 30 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาที่ศาลพระแม่ลักษมี ศูนย์การค้าเกษรวิลเลจ กรุงเทพมหานคร และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1984) ได้ค่าความเที่ยงที่ 0.920

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บแบบสอบถามโดยการลงพื้นที่ด้วยตนเอง จำนวน 387 ชุด ใช้ระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 15 นาที โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน 2566 โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญตามสะดวก ในช่วงเวลาทำการวันจันทร์ - อาทิตย์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร ในการวิเคราะห์ข้อมูลบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย นำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นอกจากนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แบบสองทาง (Cross Tabulation) เพื่อหาความถี่และความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู ทั้ง 3 สถานที่ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ และการทำการสรุปเป็นความเรียง เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานท่องเที่ยวในสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 74.41 % มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.44 % ระดับการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรี จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 56.84% ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 36.95 % และมีรายได้ต่อเดือน อยู่ที่ 20,001-25,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.10 %

ในการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างสถานพราหมณ์ - ฮินดู ทั้ง 3 สถานที่ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย รายละเอียดตามตารางที่ 1

ตาราง 1 ผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร แยกตามรายสถานที่

ความต้องการของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน สถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร	สถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร						รวม	
	วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม)		เทวาลัยพระพิฆเนศ (ห้วยขวาง)		วัดวิษณุ			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	4.204	.601	4.767	.347	4.421	.556	4.464	.562
2. ด้านกิจกรรม	3.927	.610	4.664	.432	4.072	.580	4.221	.631
3. ด้านการเข้าถึง	4.775	.499	4.426	.589	4.682	.446	4.627	.534
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.678	.474	4.184	.473	4.282	.582	4.381	.554
5. ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว	4.641	.440	4.348	.575	4.558	.418	4.516	.497
6. ด้านโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป	3.050	.100	3.160	.399	2.891	.132	3.034	.272
ในภาพรวม	4.212	.328	4.258	.294	4.151	.283	4.207	.305

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในภาพรวม พบว่า เทวาลัยพระพิฆเนศ (ห้วยขวาง) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในระดับมากที่สุด (Mean = 4.258, S.D. = 0.294) รองลงมา วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) (Mean = 4.212, S.D. = 0.328) และวัดวิษณุ (Mean = 4.151, S.D. = 0.283) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านแหล่งท่องเที่ยว ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.464, S.D. = 0.562) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการเทวาลัยพระพิฆเนศ (ห้วยขวาง) อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.767, S.D. = 0.347) ในด้านความต้องการให้สถานให้ความรู้ หรือแนะนำวิธีการสักการะตามหลักศาสนาพราหมณ์-ฮินดู

ด้านกิจกรรม พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.221, S.D. = 0.631) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความต้องการเทวาลัยพระพิฆเนศ (ห้วยขวาง) อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.664, S.D. = 0.432) ในด้านความต้องการให้เทวสถานมีเจ้าหน้าที่/บุคลากรอำนวยความสะดวกให้คำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนการทำกิจกรรมในแต่ละประเภท

ด้านการเข้าถึง พบว่า ในด้านภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.627, S.D. = 0.534) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความต้องการในเทวสถานวัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.775, S.D. = 0.499) ในด้านความต้องการเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเทวสถานอย่างถูกต้อง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเอกสารประชาสัมพันธ์

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.381, S.D. = 0.554) นักท่องเที่ยวชาวไทยระดับความต้องการในเทวสถานวัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.678, S.D. = 0.474) ในด้านความต้องการให้เทวสถานมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ม้านั่ง ให้เพียงพอ และสามารถรองรับนักท่องเที่ยว

ด้านการให้บริการแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.516, S.D. = 0.497) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความต้องการในเทวสถานวัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.641, S.D. = 0.440) ในด้านความต้องการให้เทวสถานมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว เช่น Free WiFi เป็นต้น

ด้านโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป พบว่า ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 3.034, S.D. = 0.272) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความต้องการในเทวาลัยพระพิฆเนศ (ห้วยขวาง) อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 3.160, S.D. = 0.399) ในด้านความต้องการให้เทวสถานมีการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวให้ครอบคลุมในแต่ละด้าน เช่น Package ทัวร์ขอพรด้านความรัก

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาที่สำเร็จสูงสุด คือปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001-25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และ ภาคภูมิ ภัควิภาส (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การตลาดสำหรับการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีช่วงอายุ 31-35 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส และมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน มีการวางแผนที่จะท่องเที่ยวในเดือนเมษายนและเดือนกรกฎาคม โดยการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีจำนวนวันท่องเที่ยว จำนวน 3-7 วัน นิยมมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว

ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร
จากผลการศึกษาค้นคว้าความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อข้อเสนอแนะในการพัฒนาเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำเสนอผลค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรกที่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ความต้องการด้านการเข้าถึง มีระดับค่าเฉลี่ยความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยต้องการให้มีระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงเส้นทาง ยานพาหนะ ที่หลากหลายและเข้าถึงเทวสถานได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของกรีกิบัติ สยามาลา และ ชิวาม กักติ (Garikipati Syamala and Shivam Kakati, 2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยศึกษาพื้นที่เมืองเซอร์ดิ ประเทศอินเดีย พบว่า ผู้คนที่เดินทางเข้ามาในเมืองเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้วยความศรัทธาและความปรารถนาที่จะขอพรจากพระเจ้า

นำไปสู่สถานที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว ผู้ที่มาสักการะจึงเกิดความต้องการเพิ่มขึ้นในการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวต้องการการเดินทางเข้าถึงที่ปลอดภัยและสะดวกสบาย ความปลอดภัยด้านที่พัก อาหาร และชีวิต ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงศาสนาจึงจะนำไปสู่การสร้างรายได้และเพิ่มมาตรฐานการครองชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ องค์กรธุรกิจไปจนถึงรัฐบาลต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ เช่น การเชื่อมต่อถนนและทางรถไฟ เป็นต้น

ความต้องการด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับค่าเฉลี่ยความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว เช่น ตู้กดเงิน ระบบการจ่ายเงิน QR Code สัญญาณอินเทอร์เน็ต และ Free WiFi ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษณุพร ศรีบุญเรือง และ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2564) ที่ได้ศึกษา เรื่อง การพัฒนาคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงมีความคาดหวังในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ต้องการแหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการที่ดี มีกิจกรรมที่ผ่อนคลาย ลดความเครียด และตอบสนองความต้องการทางกาย ใจ และจิตวิญญาณได้อย่างแท้จริง แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์วัฒนธรรมเฉพาะถิ่นที่ให้ประสบการณ์ใหม่ ๆ หาไม่ได้จากชีวิตประจำวัน ต้องการให้มีผู้ให้บริการการท่องเที่ยวที่ต้อนรับด้วยมิตรไมตรีอย่างจริงใจ และมีสภาพแวดล้อมดึงดูดใจตามกระแสนิยมของการมาท่องเที่ยวที่เหมาะสมลงตัว กับการเป็นตัวตนของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดคุณค่าแก่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของไทย ได้แก่ การร่วมสร้างประสบการณ์ทางจิตวิญญาณท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว บุคลากรมีเทคนิคการต้อนรับด้วยจิตบริการแบบไทยจนทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ และนักท่องเที่ยวได้พักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีความสุข มีความพึงพอใจ และมีชีวิตที่ดีขึ้น

ความต้องการด้านแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับค่าเฉลี่ยความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยต้องการให้ทิวทัศน์ให้ความรู้ หรือแนะนำวิธีการสักการะตามหลักทางศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย จิรัชย์ นันทโยธิน และ ศิริธัญญา วิรุณราช (2563) ได้ทำการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของกองทัพเรือในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของกองทัพเรือในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวมีความต้องการพัฒนาในระดับมากที่สุด ในด้านอื่น ๆ มีความต้องการให้มีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและดูแลรักษาความสะอาด ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ควรเพิ่มการบริการที่พักในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขสาธารณูปโภคพื้นฐานทุกประเภทให้มีคุณภาพที่ดีและมีปริมาณเพียงพอ เป็นต้น

การนำเสนอข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิวสถานพราหมณ์-ฮินดู เขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในทิวสถานพราหมณ์-ฮินดู ผู้จัดทำวิจัยจึงนำเสนอข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น มีป้ายสื่อความหมายแสดงข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการสักการะให้เพียงพอที่พื้นที่ในทิวสถาน และตั้งอยู่ในตำแหน่งที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ สามารถประยุกต์ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวลหรือหลักแนวคิด Universal Design ให้รองรับกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในปัจจุบัน

ด้านการเข้าถึง ควรพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้สามารถเข้าถึงในแต่ละพื้นที่ให้สะดวกสบายมากขึ้น ควรเพิ่มห้องน้ำ ม้านั่ง และทางลาดสำหรับผู้พิการให้เพียงพอต่อจำนวนของนักท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ให้แนะนำขั้นตอนในการทำกิจกรรม บริการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา ปรับปรุงระบบการจ่ายเงินออนไลน์ ตู้กดเงิน บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต และแหล่งท่องเที่ยวควรมีการประสานงานกับบริษัทจัดนำเที่ยวในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวพิเศษตามความสนใจของนักท่องเที่ยว

ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรควรให้ความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้องเชิงศาสนาที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ในด้านการจัดการกิจกรรมทางศาสนา ควรมีการวางแผนกิจกรรมให้ตรงกับความเชื่อและความศรัทธาทางศาสนา เช่น พิธีนวราตรี พิธีคเณศยนต์ เป็นต้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับทางศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจ ทราบล่วงหน้า และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้กับนักท่องเที่ยว

ด้านการจัดการพื้นที่ ควรให้ความสำคัญในการบริการจัดการพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยสร้างเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงกับเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู พัฒนาศักยภาพของพื้นที่ให้มีมูลค่าในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ด้านการประชาสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาทั้ง 3 สถานที่ ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า วัดวิชฌมีระดับความต้องการ จากนักท่องเที่ยวชาวไทยน้อยที่สุด ทั้งที่เป็นเทวสถานในศาสนาพราหมณ์-ฮินดูในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ประดิษฐานเทวรูป ศักดิ์สิทธิ์สร้างด้วยหินอ่อนแกะสลักด้วยมือจากประเทศอินเดีย ครบ 24 องค์ และยังเป็นเทวสถานของพระวิชฌและเทพเจ้า ในศาสนาฮินดูที่ขยายพื้นที่มาจากวัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) เนื่องจากสถานที่ในบริเวณวัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก สีลม) ไม่สามารถขยายเพิ่มพื้นที่ได้ แต่จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยว ในเทวสถานพราหมณ์-ฮินดู ควรส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวในเทวสถานให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติให้เพิ่มมากขึ้น ทั้งสื่อรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ควรมีบทบาทและประสานความร่วมมือในทุกภาคส่วน ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพิเศษ เช่น ทำป้ายสื่อความหมายเป็นภาษาที่ 3 เช่น ภาษาจีน ภาษาอินเดีย เป็นต้น เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงศาสนาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. ควรส่งเสริมนโยบายด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ
3. ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาพราหมณ์-ฮินดูในเขตพื้นที่อื่น ๆ หรือการท่องเที่ยวเชิงศาสนาอื่น ๆ และสามารถนำข้อเสนอแนะไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2565

เอกสารอ้างอิง

- กฤติยา วโรดม. (2560). ปัจจัยเสริมสร้างการบูชาเทพอินท้อย่างสัมมาทิฐิในสังคมไทย. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 5(3), 160 - 171.
- จิรัชย์ นิพัทธ์โยธิน และ ศิริกัญญา วิรุณราช. (2563). ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของ *กองทัพเรือในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี*. ปรินญาณิพนธ์ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชมพูนุท ภาณุภาส และ ณัฐกิตติ์ ตันสมรส. (2564). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ในย่านไชน่าทาวน์ กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 13(1), 1 - 16.
- พันธุ์วี ณ ลำพูน และ อัญชลี สมใจ. (2564). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางไผ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์*, 15(2), 13 - 26.
- พิชญพร ศรีบุญเรือง และ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2564). การพัฒนาคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 14(1), 1 - 13.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และ ภาคภูมิ ภัควิภาส. (2558). การตลาดสำหรับการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพาร์อีสเทอร์น*, 8(2), 62 - 72.
- รสริน ดิษฐบรรจง. (2564). *การเขียนสารคดีท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด แคนนา กราฟฟิค.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97 - 116.
- Garikipati Syamala & Shivam Kakati. (2016). *A Study on Religious Tourism-Potential and Possibilities with reference to Shirdi A place of Religious Tourism*. Retrieved April 19, 2023, from https://www.researchgate.net/publication/320243465_A_Study_on_Religious_Tourism-Potential_and_Possibilities_with_reference_to_Shirdi_A_place_of_Religious_Tourism.