



การค้นคว้าอิสระ
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว
เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร
The Motivations for Buddhist and Cultural Tourism at Wat Phai Liang,
Nong Khaem District, Bangkok.

Try Thy

6617100004

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม
พุทธศักราช 2568



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขา การจัดการการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ

เรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนอง

แขม กรุงเทพมหานคร

นามผู้วิจัย Try Thy

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย อาจารย์ที่ปรึกษา วันที่ 1 เดือน พ.ย. พ.ศ. 68

ดร.ไฉน ธีระวัฒน์
(ดร.ไฉน ธีระวัฒน์...)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รศ.ดร.จอมพงศ์ มงคลวนิช)

รองอธิการบดีและคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ

วันที่ 5 เดือน พ.ย. พ.ศ. ๒๕๖๔

บทคัดย่อ

เรื่องการศึกษาอิสระ : แรงงูใจในการท่องเทียะเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลื้อย
เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

โดย : Try Thy

สาขาวิชาเอก : การจัดการการตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. ชิตินา ปิยะศิริศิลป์

(ดร.ชิตินา ปิยะศิริศิลป์)

วันที่.....1.....เดือน.....พ.ค.....พ.ศ. 68.....

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเทียะเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลื้อย เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาแรงงูใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเทียะเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลื้อย เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร และ 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเทียะเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลื้อย เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเทียะ ที่วัดไผ่เลื้อย เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ T-test ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ส่วน F-test ใช้ค่า Least Significant Difference (LSD) และ Chi-Square ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลื้อย เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 41 ปี การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท และรายได้ 10,001-20,000 บาท แรงงูใจในการท่องเทียะ ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด เช่น สิ่งดึงดูดใจ และสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยผลักดัน เช่น กิจกรรม และการเข้าถึงโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว เพื่อไหว้พระทำบุญ บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย คือครอบครัว

นักท่องเที่ยว ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารจาก คนรู้จัก/บุคคลใกล้ชิด มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่เกิน 500 บาท และความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อเดือน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่แตกต่างกัน ส่วนด้านการศึกษา และรายได้ มีผลต่อพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ในด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, พฤติกรรมการท่องเที่ยว

Abstract

Title : The Motivations for Buddhist and Cultural Tourism at Wat Phai Liang, Nong Khaem District, Bangkok.

Author : Try Thy

Major : Marketing Management

Advisor : Dr. Teetima Piyasirisilp

(Dr. Teetima Piyasirisilp)
..... 1 / Nov / 2025

This research aimed 1. to explore the demographic factors of tourists who experienced Buddhist and cultural tourism at Wat Phai Liang, Nong Khaem District, Bangkok; 2. to examine the motivations of tourists who experienced Buddhist and cultural tourism at Wat Phai Liang, Nong Khaem District, Bangkok; and 3. to examine the behaviors of tourists who experienced Buddhist and cultural tourism at Wat Phai Liang, Nong Khaem District, Bangkok. The sample group of this research was 400 tourists who visited Wat Phai Liang, Nong Khaem District, Bangkok. The researcher used a questionnaire as a data collection tool. Descriptive statistics used for analysis were percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics used for hypothesis testing were T-test for one-way analysis of variance, and F-test, Least Significant Difference (LSD) and Chi-Square values were used to analyze the relationship between the variables with statistical significance level at 0.05.

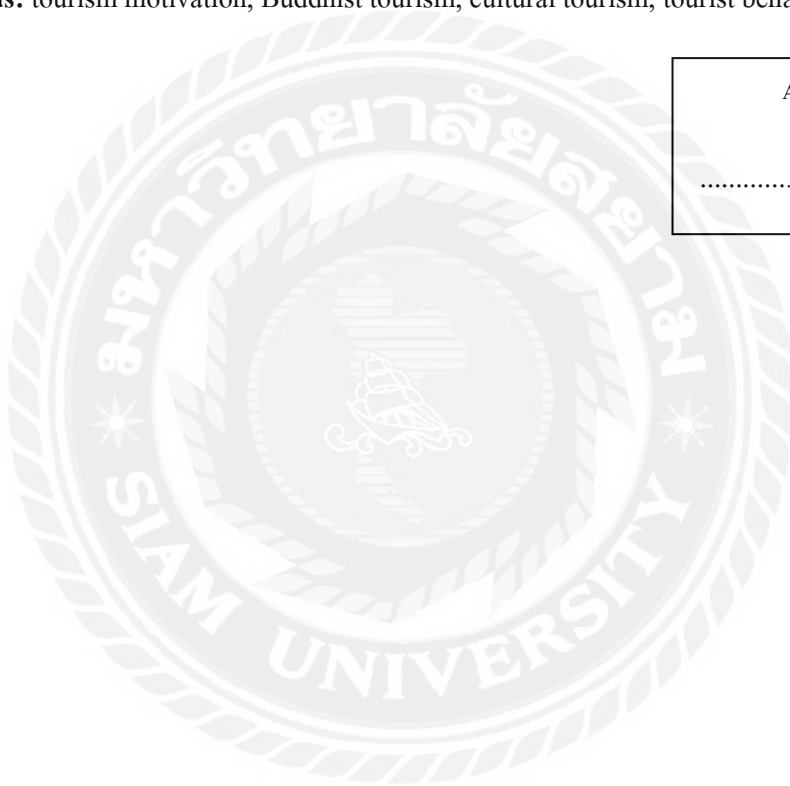
The research found that most Buddhist and cultural tourists at Wat Phai Liang, Nong Khaem District, Bangkok, were female, over 41 years old, with education level lower than a bachelor's degree, worked as private employees/company employees, and had an income of 10,001-20,000 Baht. In terms of motivation, both pull factors, such as attractions and facilities, and push factors, such as activities and accessibility, were at a high level. Regarding tourist behavior, the majority visited Wat Phai Liang for religious purposes, such as making merit and paying homage to Buddha. Most of them traveled with family members and received tourism information from acquaintances or close people. The majority spent not more than 500 Baht per trip and visited the temple 2-3 times per month.

The results of the hypothesis testing indicated that different demographic factors including gender, age and occupation generated differences in behaviors in Buddhist and cultural tourism. However, education level and income didn't generate difference in tourist behavior. Motivations related to travel objectives and travel frequency significantly influenced Buddhist and cultural tourism behaviors. However, accompanying persons, tourism information sources, and travel expenses had no relationship with tourism behavior.

Keywords: tourism motivation, Buddhist tourism, cultural tourism, tourist behavior

Approved by

.....



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เกลี้ยง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร” นี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ธิติมา ปิยะศิริศิลป์ อาจารย์ที่ปรึกษาจนการค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าของท่านให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขพร้อมทั้งให้คำปรึกษาการค้นคว้าอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ และณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ สาขาวิชาบริหารธุรกิจทุกท่านที่เป็นกัลยาณมิตรให้กำลังใจ และให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์แก่การศึกษาตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณพระเดชพระคุณพระครูวิมลอรธวาที เจ้าอาวาสวัดไผ่เกลี้ยง ที่เมตตากรุณา อนุญาตให้เข้าไปใช้สถานที่ทำการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ รวมถึงได้มอบข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย และขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้ความรักความห่วงใยเป็นกำลังใจและสนับสนุนในการศึกษาเล่าเรียนมาโดยตลอด

สุดท้ายผู้วิจัย ขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ผู้วิจัยได้กล่าวนามและไม่ได้กล่าวนาม ที่ให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนส่งเสริมให้กำลังใจในการศึกษาของผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยขอให้ทุกท่านประสบแต่ความสุขความเจริญ ได้รับคุณงามความดีแห่งการวิจัยฉบับนี้โดยทั่วกัน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานนำไปใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในการศึกษาด้านอื่น ๆ หากพบข้อผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขออภัย ณ โอกาสนี้

Mr. Try Thy

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย	4
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	5
1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย	5
1.6 สมมติฐานงานวิจัย	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	8
2.2.1 ปัจจัยดึงดูด	9
2.2.2 ปัจจัยผลักดัน	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	12
2.3.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม	12
2.3.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	13
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม	15
2.4.1 ความหมายการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม	15
2.4.2 การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา	15
2.4.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	17
2.4.4 องค์ประกอบการท่องเที่ยว	19
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	22
3.1 รูปแบบการวิจัย	22
3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	22
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.4 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	24
3.5 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	26
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	27
4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์	27
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	30
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	33
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	36
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	78
5.1 สรุปผลการวิจัย	78
5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	78
5.1.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	80
5.2 การอภิปรายผล	88
5.3 ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม	103
ประวัติผู้วิจัย	114

สารบัญรูปภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	สถิตินักท่องเที่ยว	2
ภาพที่ 1.2	แผนที่เขต กรุงเทพมหานคร	3
ภาพที่ 1.3	กรอบแนวคิดของงานวิจัย	5
ภาพที่ 2.1	องค์ประกอบการท่องเที่ยว 3A's	19



สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่	1.1 จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2564 - พ.ศ. 2566	2
ตารางที่	4.1 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	27
ตารางที่	4.2 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	28
ตารางที่	4.3 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	28
ตารางที่	4.4 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	29
ตารางที่	4.5 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	29
ตารางที่	4.6 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	30
ตารางที่	4.7 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย	31
ตารางที่	4.8 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แหล่งข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว	31
ตารางที่	4.9 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	32
ตารางที่	4.10 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	33
ตารางที่	4.11 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านสิ่งดึงดูดใจ	34
ตารางที่	4.12 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่	4.13 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้าน กิจกรรม	35
ตารางที่	4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้าน การเข้าถึง	36
ตารางที่	4.15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ	37
ตารางที่	4.16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามอายุ	39
ตารางที่	4.17 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอายุกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	41
ตารางที่	4.18 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอายุกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย	42
ตารางที่	4.19 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอายุกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	43
ตารางที่	4.20 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอายุกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	44
ตารางที่	4.21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามการศึกษา	46
ตารางที่	4.22 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของการศึกษา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	48
ตารางที่	4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามอาชีพ	49
ตารางที่	4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอาชีพกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.25	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	53
ตารางที่ 4.26	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	55
ตารางที่ 4.27	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามรายได้	58
ตารางที่ 4.28	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของรายได้กับพฤติกรรม การท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	60
ตารางที่ 4.29	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์	62
ตารางที่ 4.30	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง	64
ตารางที่ 4.31	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	66
ตารางที่ 4.32	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	68
ตารางที่ 4.33	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	70
ตารางที่ 4.34	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	72
ตารางที่ 4.35	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	77

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของไทย และยังเป็นแหล่งสร้างรายได้สำคัญให้แก่เศรษฐกิจของประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ ด้วยศักยภาพในเรื่องของทำเลที่ตั้งความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว และความเป็นไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม (Arts and Culture) และ โบราณสถาน (Archaeological Site) อารมณ์ของคนไทย (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) โดยปัจจุบันสังคมไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของศิลปวัฒนธรรม และเทศกาลต่าง ๆ รวมถึงความตื่นตัวต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ เป็นสัญญาณที่ดีที่เป็นตัวบ่งบอกถึงการยังคงรักษาค่านิยมของวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย การส่งเสริมและการสนับสนุนเทศกาลหรือพิธีกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรมช่วยให้สามารถสืบทอดและประสานความรู้สึกรักของชาวไทยต่อวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสำคัญในการสร้างรายได้และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถนํารายได้เข้าสู่ท้องถิ่นและนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับภูมิภาค และระดับประเทศ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่เพียงแต่สร้างรายได้เพิ่มเติมให้แก่ท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและส่งเสริมความเป็นไทยในแต่ละพื้นที่ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2562)

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมยังมีนัยยะสำคัญกับการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้ และนวัตกรรมในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว เพื่อเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับวัตถุสิ่งของ จิตวิญญาณ ภูมิปัญญา และประวัติศาสตร์ หรือผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ทั้งที่จับต้องได้ (Tangible Culture) และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Culture) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม หรือเชิงสร้างสรรค์เป็นประเภทการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพควรได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างมาก เนื่องจาก 1) ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นมากในอดีตนับไม่ถ้วน เช่น วัด โบราณสถาน หรือ

สถานที่ประวัติศาสตร์ เป็นต้น 2) ประเทศไทยมีต้นทุนด้านสถานที่ท่องเที่ยวและความพร้อมของชุมชนในการนำเสนอกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรมที่โดดเด่นดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยมีความโดดเด่นของโขนไทย (Khon, masked dance drama in Thailand) ที่ถูกจัดเป็นมรดกวัฒนธรรมอันจับต้องไม่ได้ (Intangible Heritage) โดยองค์การ UNESCO นอกจากนี้ ประเทศไทย ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้จดทะเบียนเป็นมรดกโลกหลายที่ กระจายตามจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งส่วนมากเป็น เมืองโบราณสถาน เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้รวบรวมสถิตินักท่องเที่ยว และเปรียบเทียบจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนชาวไทย และชาวต่างชาติ รวมทั้งรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วประเทศ ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคใต้, ภาคตะวันตก, ภาคตะวันออก ภาคเหนือ และภาคกลาง กรุงเทพมหานครในปี พ.ศ. 2564 - พ.ศ. 2566 ดังนี้

ตารางที่ 1.1 : แสดงจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2564 - พ.ศ. 2566

ผู้มาเยี่ยมชมเยือน	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
จำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนทั้งหมด	5,652,445 คน	7,687,070 คน	56,263,370 คน
จำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนชาวไทย	5,494,144 คน	7,154,013 คน	30,470,185 คน
จำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติ	158,301 คน	533,057 คน	25,793,185 คน
รายได้ (ล้านบาท)	34,283.11	63,450.02	750,150.60

ภาพที่ 1.1 : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2567) สถิตินักท่องเที่ยว

จากสถานการณ์นักท่องเที่ยวชมกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเพิ่มขึ้นในแต่ละปีและมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ในส่วนของกรุงเทพมหานครมี 50 เขตการปกครอง ซึ่งเขตหนองแขมเป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตกรุงธนใต้ สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม สภาพเศรษฐกิจดั้งเดิมขึ้นอยู่กับเกษตรกรรม แต่ปัจจุบันสภาพพื้นที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากชุมชนเมืองขยายตัวจากพื้นที่ชั้นใน มีผู้ย้ายถิ่นเข้ามาอยู่อาศัยและประกอบอาชีพมากขึ้น

เจ้าอาวาสสะสมนำมาแกะสลักลงบนหินอ่อนติดกับฝาผนังโบสถ์มากถึง 1,008 ชิ้น นับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ (สำนักงานเขตหนองแขม, 2563)

สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวภายในพื้นที่และจากดินแดนต่างไกลนอกพื้นที่ เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม มีบทบาทสำคัญในสังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมยังสามารถสืบทอดประเพณีดั้งเดิมส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งให้ความสำคัญ

ดังนั้นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์ออกไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ เกี่ยวกับศาสนาและวัฒนธรรม มีความประสงค์ที่จะพบเจอบุคคล สถานที่ต่าง ๆ ที่แปลกใหม่ เช่น โบราณสถาน สถานที่วัฒนธรรม ศาสนสถาน เป็นต้น ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ไม่เพียงแต่เสริมสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีกิจกรรมหลากหลายดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และมีอิสระในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเยี่ยมชมทำให้เกิดความผ่อนคลายรู้สึกเพลิดเพลินมีความสุข ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในเขตหนองแขม

1.2 คำถามงานวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานครมีลักษณะอย่างไร
2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานครมีลักษณะอย่างไร
3. ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานครมีลักษณะอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

1.4.2 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่

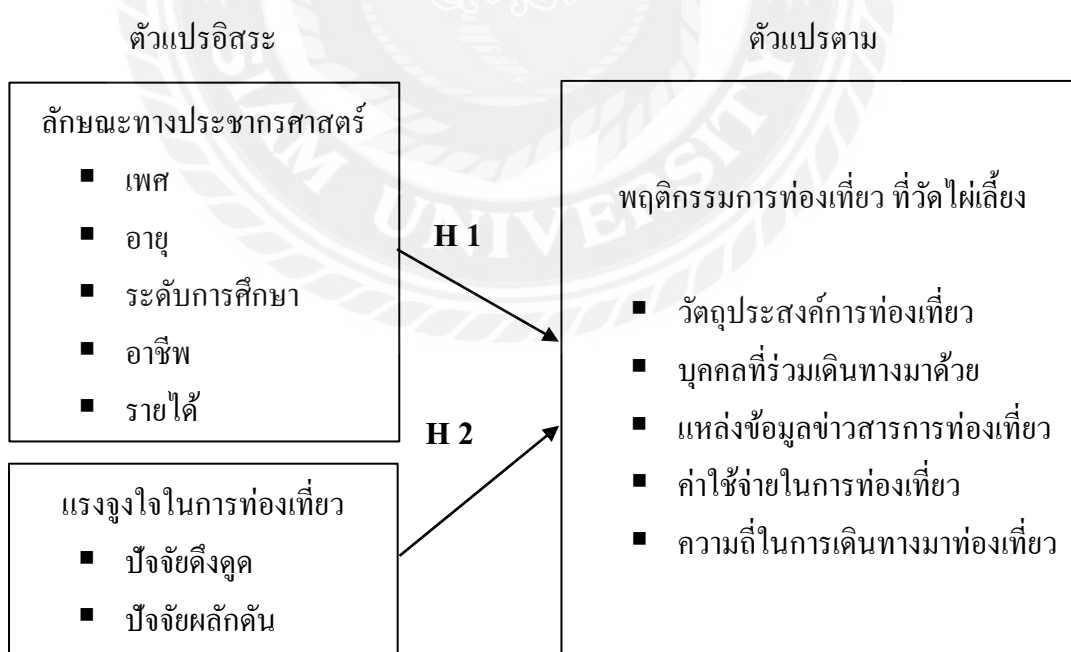
การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2567 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ.2568

1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.3 : กรอบแนวคิดของงานวิจัย

1.6 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด เครื่องมือวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการวิจัยให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ คือการศึกษาโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม ศาสนา วัฒนธรรม การเคลื่อนไหวของประชากรในช่วงเวลา การสถิติประชากรมนุษย์ในรูปของความหนาแน่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และข้อมูลสถิติด้านอื่นๆ โดยวิเคราะห์และศึกษาเกี่ยวกับผู้คนในสังคมในมิติทางปริมาณ (จำนวน) (Kotler & Armstrong, 2018) ทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ช่วยในการวางแผน การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นแนวคิดทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Alawi, et al., 2022)

เพศ

เพศ (Sex) เป็นตัวแปรสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค เพศเป็นปัจจัยทางประชากรที่สามารถรับรู้ถึงพฤติกรรมของบุคคลอีกประการหนึ่ง ที่สำคัญเพศหญิงและเพศชายมีความชอบทัศนคติความคิดเห็นที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรม โบราณสถาน ศาสนสถานที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิงชอบเข้าสังคมมากกว่าเพศชายและเพศชายชอบเดินทางเพื่อธุรกิจมากกว่า ในปัจจุบันเรื่องเพศก็เปลี่ยนไปในทางซับซ้อนมากยิ่งขึ้น (Kostic, 2021)

อายุ

อายุ (Age) เป็นปัจจัยอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลทำให้คนมีทัศนคติความคิดและพฤติกรรมที่เหมือนกันหรือแตกต่างกัน ความชอบของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามอายุ กาลเวลา คน

หนุ่มสาวชอบท่องเที่ยวในสถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณสถานสมัย หรือสถานที่บันเทิงต่าง ๆ ในขณะที่ผู้สูงอายุมักจะมีคามสนใจท่องเที่ยวสถานที่สงบ เพื่อเป็นการพักผ่อนผ่อนคลาย ชอบเข้าวัดทำบุญ รักษาศีล เป็นต้น (Zhao, 2020)

การศึกษา

การศึกษา (Education) เป็นกระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยคนที่มีการศึกษามีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ แปลกใหม่ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบโบราณแบบสมัย หรือความรู้เกี่ยวกับทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และทางศาสนา เป็นต้น คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการรับรู้สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางในความรู้ (Jeambua & Puttawong, 2022)

อาชีพ

อาชีพ (Occupation) คือการทำมาหากินของแต่ละบุคคล มีผลต่อพฤติกรรมการดำรงชีพของมนุษย์ในสังคม โดยลักษณะอาชีพสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคได้ตามตำแหน่งหน้าที่การงาน หรือเป็นกลุ่มผู้ประกอบการกิจการเป็นของตนเอง นอกจากนี้ลักษณะอาชีพยังมีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของแต่ละบุคคลด้วย

รายได้

รายได้ (Income) แสดงถึงสถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคล มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออกเดินทางท่องเที่ยว คนที่มีรายได้สูงชอบท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่มีค่าใช้จ่ายสูง ส่วนคนที่มีรายได้น้อยมักจะชอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายน้อย เช่น ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชอบเข้าวัดชมศิลปะรูปปั้นหรืออื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล รวมไปถึงการค้นหาประสบการณ์ให้กับตัวเอง โดยทั่วไปคนที่มีรายได้สูงจะมีโอกาสทางสังคมมากกว่าคนรายได้น้อย (Wang'ombe, et al., 2022)

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการศึกษาในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งส่งผลให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ในด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แนวคิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือสิ่งที่กระตุ้นความต้องการของบุคคล โดยมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนหรือแสวงหาความพึงพอใจ โดยมีพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ชัดเจน เช่น การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ดังนี้

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยความต้องการส่วนบุคคล โดยมีจุดหมายปลายทางในการเข้าเยี่ยมชมหรือสัมผัสกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง หรือหมายถึงพลังกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคลที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว (Dean & Suhartanto, 2019)

แรงจูงใจภายใน คือปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการโน้มน้าวจิตใจของแต่ละบุคคลที่มีจุดหมายปลายทางอยู่แล้วเดินทางไปยังสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง เช่น สถานที่วัฒนธรรม วัดพระแก้ว เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปมหาธรรมราชาธิราชหรือพระแก้วมรกต และภาพจิตรกรรมฝาผนัง การตกแต่งภายในที่วิจิตรการตา และ วัดมหาธาตุ พระนครศรีอยุธยาเป็นสถานที่เก่าแก่บรรยากาศดีเป็นสถานที่สวยงามสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว (Demirovic et al., 2019)

แรงจูงใจภายนอก คือความต้องการพักผ่อนร่างกาย ท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) ออกเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ที่ทำให้ร่างกายเกิดความพอใจการพักผ่อนหย่อนใจในสถานที่โบราณสถานวัฒนธรรม หรือ แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพร่างกายจิตใจโดยตรง เช่น ศาสนสถานมีความเงียบสงบทางใจ ส่วนแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม เป็นความต้องการอยากจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับกิจกรรมภายในท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ (Dai et al., 2022)

แนวคิดที่นำไปใช้ทำความเข้าใจปัจจัยจูงใจการท่องเที่ยวมากที่สุด คือทฤษฎีแรงจูงใจดึงดูดและแรงจูงใจผลักดัน ปัจจัยดึงดูดคือการแสดงถึงสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเฉพาะที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้นๆ ส่วนปัจจัยผลักดัน คือสิ่งที่สามารถจูงใจให้ผู้คนเดินทาง เพื่อทำกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมและการเรียนรู้ (Soldatenko & Backer, 2019)

2.2.1 ปัจจัยดึงดูด

ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นปัจจัยจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยว ที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นการเฉพาะ เช่น สถานที่วัฒนธรรม โบราณสถาน และสถานที่กิจกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา หรือเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป เพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความหลากหลายของกิจกรรม อื่น ๆ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ

สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว หมายถึง ผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้งจับต้องได้และจับต้องไม่ได้หรือปัจจัยจุดหมายปลายทางคงที่สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรมและสถานที่ศาสนา เช่น วัดไร่เหลียงมีภาพจิตรกรรมแกะสลักยันต์เป็นสิ่งที่จับต้องได้แต่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมได้ (Faulina et al., 2020)

ความเชื่อในเรื่องต่าง ๆ เป็นสิ่งดึงดูดใจผู้คน ในสังคมมีความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ มีมานานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ความเชื่อยอมให้เกิดความศรัทธา ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อทางพระพุทธศาสนา ที่มุ่งเน้นพระรัตนตรัย หลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา ความเชื่อในเรื่องโชคลาภโชคชะตา ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เครื่องรางของขลัง เป็นต้น ความเชื่อทำให้เกิดพลัง การสร้างสรรค์ ความสามัคคี เกิดปัญญาและการนับถือศาสนาได้อย่างมั่นคง (Martel et al., 2021)

สิ่งดึงดูดใจที่เกิดจากความเลื่อมใสศรัทธาในพระรัตนตรัย ทางพระพุทธศาสนา พุทธรัตนะ คือศรัทธาในพระพุทธเจ้า ผู้ตื่น ผู้รู้ ผู้เบิกบานในพระธรรม ส่วนธรรมรัตนะ คือความศรัทธาในคำสอนของพระพุทธเจ้า และสังฆรัตนะ คือมีความศรัทธาเลื่อมใสในการปฏิบัติดีปฏิบัติชอบของพระภิกษุสงฆ์ภายในวัดและนักท่องเที่ยวยสามารถเข้าร่วมกิจกรรมทำวัตรสวดมนต์และปฏิบัติธรรมหรือกิจกรรมอื่น ๆ ทางพระพุทธศาสนาอีกด้วย (Quenzer, 2021) และ (Haar, 2022)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวก คือสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานตามแหล่งท่องเที่ยวต้องมีให้แก่ผู้บริโภคนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมสำหรับใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาเยี่ยมชม ณ สถานที่ท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยววัฒนธรรม หรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา สิ่งที่ไม่ได้คือ น้ำประปา ไฟฟ้า ห้องน้ำ ถนนหรือสถานที่จอดรถสำหรับผู้เดินทางมาด้วยรถส่วนตัว มีพนักงานรักษาความปลอดภัย และกล้องวงจรปิดเป็นต้น (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดนครสวรรค์, 2563) กรมการท่องเที่ยวได้จัดทำแผนอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในพื้นที่ต่าง ๆ การดูแลรักษาความปลอดภัย โดยมีหน่วยงานรักษาความปลอดภัยเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการประชาชน ซึ่งการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้คนที่มาเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงในเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลลอยกระทง เป็นต้น

การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นการเสริมสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวในการกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง แบ่งออก 3 ประการดังนี้ (Majid & Taghulih, 2023)

ประการแรกสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ เช่น สถานที่จอดรถ ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มหรือร้านอาหาร มีห้องสุขา(ห้องน้ำ)ตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว และมีป้ายบอกประชาสัมพันธ์ในแต่ละจุดของแหล่งท่องเที่ยวเป็นต้น

ประการที่สองสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย และกล้องวงจรปิด เป็นต้น

ประการสุดท้ายสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการ เช่น ป้ายบอกทางในแต่จุด เจ้าหน้าที่ (โหมยก) ป้ายประชาสัมพันธ์ช่วยแนะนำสถานที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว หรือประชาสัมพันธ์ความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเป็นต้น

2.2.2 ปัจจัยผลักดัน

ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จูงชวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น ๆ จะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยผลักดัน แบ่งออกเป็นสองด้านด้วยกัน 1) ด้านกิจกรรม และ 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรม

ปัจจัยผลักดันด้านกิจกรรมเป็นหนึ่งในแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการกระตุ้นภายในของตัวบุคคลทำให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมีแรงจูงใจผลักดันออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมเชิงพุทธศาสนา โดยกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาจะมีวันสำคัญ เช่น วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา วันมาฆบูชา วันอัฐมีบูชา วันอาสาฬหบูชา และกิจกรรมสวดมนต์ ไหว้พระ ฟังพระสงฆ์บรรยายธรรม และปฏิบัติธรรมเป็นต้น ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรม ส่วนวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์และงานประจำปีเป็นต้น (Chen et al., 2022)

กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา เป็นตัวเชื่อมโยงจิตวิญญาณของคนในสังคม โดยมีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นความเป็นอยู่และเป็นกิจกรรม เพื่อแสวงหาบุญพัฒนาระดับจิตใจครบถ้วนทั้งในด้านทาน ศีล ภาวนาและปัญญา ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้ทั้งบุญและประสบการณ์ท่องเที่ยว (Acharya, 2022)

กิจกรรมประเพณีท้องถิ่นมีความแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่นที่เป็นงานต่าง ๆ เช่น งานสงกรานต์ งานกฐิน งานบวชนเณร และงานลอยกระทง หรือการแต่งกาย อาหาร ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาคนั้น ๆ โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงงานประเพณีมีการประดับประดาโคม ตามวัดและบ้านเรือนต่าง ๆ เพื่อเป็นการระลึกถึงญาติพี่น้องอยู่ดินแดนห่างไกล ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา (Iana & Tessa, 2024)

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of Tourist Destinations) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว การเข้าถึงที่สะดวกต้องมีระบบขนส่งถนนสาธารณะที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับเมืองหรือจุดศูนย์กลางการเดินทาง เช่น รถบัส รถไฟ รถราง และรถไฟฟ้า สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายสะดวกยิ่งขึ้น และการเข้าถึงทางถนน ต้องมีปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้รวมถึงถนนเส้นหลัก

และถนนเส้นย่อยที่เชื่อมต่อไปยังสถานที่ที่มีความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ (Djumrianti et al., 2023) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดสร้างการคมนาคมที่สะดวกสบาย มีป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว หรือ Google Map และวิธีการเดินทาง เช่น รถประจำทาง รถตู้ รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์หรือการเดินเท้า สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบายและปลอดภัย เพื่อเป็นปัจจัยนำพาเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรมประเพณีเป็นต้น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ต้องอาศัยป้ายบอกทางหรือป้ายประชาสัมพันธ์ช่วยในการบรรลุจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับความคิดเห็นของ (Surya et al., 2023) ป้ายประชาสัมพันธ์บอกทางมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลและนำทางนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดที่สำคัญของป้ายประชาสัมพันธ์บอกทาง เช่น ให้ข้อมูลที่ชัดเจนและกระชับ การใช้สัญลักษณ์ที่เข้าใจง่าย ป้ายประชาสัมพันธ์มีข้อความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การแสดงข้อมูลความปลอดภัย การออกแบบป้ายบอกทางที่ดีควรให้ความสำคัญกับความชัดเจนและง่ายต่อการเข้าใจ มีรายละเอียดที่ครบถ้วนและเหมาะสมต่อการใช้งานสำหรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างประสบการณ์ที่ดีและความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว การวางแผนและจัดการด้านความปลอดภัยที่ดีช่วยลดความเสี่ยงในการเดินทางเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม การติดตั้งกล้องวงจรปิด และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยภายในพื้นที่ (Tabash et al., 2023)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจ เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ และตัวรวมแล้วแบ่งออกเป็นปัจจัยพื้นฐาน 2 ประการ 1) ปัจจัยดึงดูด เกิดจากปัจจัยจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงดงามน่าสนใจ และ 2) ปัจจัยผลักดัน เกิดจากความอยากรู้อยากเห็นและรวมทั้งการพักผ่อนหรือการเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งสองปัจจัยนี้เป็นกระบวนการของปัจจัยภายในสู่ภายนอกเกิดจากการอยากลองค้นหาสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ ให้กับตัวเอง ทั้งสองปัจจัยนี้กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมออกเดินทางท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.3.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรม (Behavior) คือการแสดงออกของบุคคล หรือการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจจะแสดงออกเป็นพฤติกรรมที่เป็นกิจกรรมเกิดขึ้นด้วยตัวเอง หรือการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม

อาจจะเป็นทั้งการพูด การเคลื่อนไหวทางร่างกาย การกระทำ หรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนแปลงอารมณ์ ส่วนเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ทำในชีวิตประจำวัน มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล พฤติกรรม คือ การแสดงออกอาการบุคคล รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม การตอบสนองหรือตอบโต้ออกมาเป็นสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดเป็นกิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันบ่อยครั้งจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของตน และอยู่ในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งซึ่งบุคคลอื่น สามารถสังเกตพฤติกรรมโดยไม่ต้องใช้เครื่องมือวัด คือการเคลื่อนไหวทางร่างกาย เช่น การเดิน การวิ่ง การว่ายน้ำ การโบกมือ การพูด และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเดินทางไปในสถานที่ต่าง ๆ

2.3.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมักจะแสดงพฤติกรรมออกทางกายมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจท่องเที่ยว เริ่มจากการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว คัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะบุคคล สถานที่ที่เยี่ยมชม และปัจจัยทางสังคม ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อวิธีการที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจ คัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สถานที่เงียบสงบ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีศาสนา การเข้าร่วมกิจกรรมท้องถิ่น สถานที่โบราณผสมสมัย สถานที่พุทธศิลป์ และการปฏิบัติตัวในระหว่างการเดินทาง (UNWTO, 2020) อย่างไรก็ตามมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

การเลือกจุดหมายปลายทาง

การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ซึ่งเกี่ยวข้องกับหลายปัจจัยของนักท่องเที่ยวจะพิจารณาปัจจัยต่างๆ เช่น ความน่าสนใจของสถานที่ ความปลอดภัยความสะดวกในการเดินทาง และค่าใช้จ่าย เพื่อเลือกจุดหมายปลายทางที่เหมาะสมกับความต้องการของพวกเขา (Shrestha, 2021) โดยมีปัจจัยหลัก 4 ประการเกี่ยวกับการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวดังนี้

1. ปัจจัยทางจิตวิทยาและแรงจูงใจ (Psychological Factors and Motivation) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) นักท่องเที่ยวอาจเลือกจุดหมายปลายทางที่ตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล เช่น การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การพักผ่อน หรือการค้นพบวัฒนธรรมใหม่ ส่วนแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) เช่น การแนะนำจากเพื่อน การโฆษณา หรือการบอกต่อในสื่อสังคมออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง

2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Factors) ความสนใจจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน ครอบครัว หรือกลุ่มคนสังคมมักจะเลือกวัฒนธรรมและความสนใจเฉพาะกลุ่มเป็นอันดับแรก นักท่องเที่ยวบางคนอาจจะเลือกจุดหมายปลายทางตามความสนใจเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรืออาหาร

3. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety and Security Factors) นักท่องเที่ยวมักเลือกจุดหมายปลายทางที่มีความปลอดภัยสูง ทั้งในด้านสุขภาพ การก่อการร้าย อาชญากรรม หรือการแพร่ระบาดของโรค เสถียรภาพทางการเมือง ความมั่นคงทางการเมืองและการไม่มีความขัดแย้งในพื้นที่เป็นจุดหมายปลายทางมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

4. ประสบการณ์และการรับรู้ก่อนหน้า (Previous Experience and Perception) ประสบการณ์การเดินทางที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์มาก่อนในจุดหมายปลายทางใดหนึ่ง จุดหมายปลายทางใดหนึ่ง มีแนวโน้มที่จะกลับไปยังที่เดิมหรือเลือกจุดหมายปลายทางที่คล้ายกัน โดยการรับรู้และภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง การรับรู้เกี่ยวกับจุดหมายปลายทางจากข้อมูลที่ได้อ่านหรือเคยมีประสบการณ์มาก่อนสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจ เช่น จุดหมายปลายทางที่มีภาพลักษณ์ดีและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมีโอกาสถูกเลือกสูง

ลักษณะพฤติกรรมค่าใช้จ่าย

พฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับวิธีการที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้เงินของตนเองระหว่างการเดินทาง และมีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เช่น วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ วัฒนธรรม ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Vena-Oya et al., 2022) โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลใช้เงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ พฤติกรรมเหล่านี้อาจจะถูกกำหนดโดยปัจจัยโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้จ่ายของบุคคลมีลักษณะของพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวมากและใช้บริการที่มีคุณภาพสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยและมีรายได้ต่ำมีแนวโน้มไปเพื่อเก็บประสบการณ์และทำกิจกรรมที่ประหยัดกว่า (Razakova et al., 2023) อย่างไรก็ตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นลักษณะของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยมีผู้คนจำนวนมากอยู่รวมตัวกันในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมค่าใช้จ่ายในสถานะการเงินอยู่ระดับกลาง โดยมีจุดหมายปลายทางตามแหล่งท่องเที่ยวที่ยอดนิยมมีสถานที่สวยงามหรือแหล่งท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นต้น (Deana et al., 2020)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีความเปลี่ยนแปลงไปตามจุดหมายปลายทางและพฤติกรรมค่าใช้จ่าย โดยมีวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อ

แสวงหาความพึงพอใจให้กับตนเองและสร้างประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งมีลักษณะการเลือกจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางที่มีความคุ้มค่ามากที่สุด และนักท่องเที่ยวเน้นการเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา เช่น การทำบุญ การเข้าสักการะบูชา และการเข้าร่วมกิจกรรมวันสำคัญทางพุทธศาสนา ซึ่งเป็นกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่มีมุ่งเน้นการศึกษาและสัมผัสกับมรดกทางศาสนาและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานกับความเชื่อทางศาสนาและวัฒนธรรมดั้งเดิมเข้าด้วยกัน โดยนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวในลักษณะประเภทนี้มักมีความสนใจในศาสนา และการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา จากการศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวสามารถแบ่งการท่องเที่ยวออกเป็นสองด้าน 1) การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และ 2) การท่องเที่ยววัฒนธรรม

2.4.1 ความหมายการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวแบบผสมผสานระหว่างการเดินทางเข้าชมและสัมผัสกับสถานที่ที่มีความสำคัญทั้งพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่สนใจในลักษณะการท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความสำคัญทางพระพุทธศาสนา และได้ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม เช่น การเดินทางไปยังเมืองที่มีวัดโบราณและเป็นศูนย์กลางทางศาสนา ซึ่งนอกจากจะได้สักการะบูชาพระพุทธรูปหรือโบราณสถานแล้วยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมผ่านการเข้าร่วมงานเทศกาลและกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ (Van, 2020)

2.4.2 การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา โดยทั่วไปแล้วเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงบุญ ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาของชาวพุทธหรือสามารถแสวงหาที่พึ่งทางใจโดยการศึกษาพระธรรมคำสอน มีทาน ศีล ภาวนาและเกิดปัญญา จากการศึกษาค้นคว้า งานวิจัย หนังสือตำรา รวมทั้งวารสาร มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา (Buddhist Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วัด โบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธเจ้า สถานที่ที่เคยเป็นที่ประทับของพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง หรือสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์สำคัญทางพุทธศาสนา การท่องเที่ยวในลักษณะแบบนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสักการะบูชา ปฏิบัติธรรม ศึกษาพระธรรมคำสอน

หรือเข้าร่วมในกิจกรรมทางศาสนา เช่น การทำบุญ การนั่งสมาธิ และการเรียนรู้ธรรมะจากพระสงฆ์ (Tang et al., 2023)

จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ไม่เพียงแต่การแสวงบุญหรือประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเท่านั้นแต่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสถาปัตยกรรม โบราณวัตถุทางพระพุทธศาสนา ความเชื่อของบรรพบุรุษ ได้สัมผัสวิถีแห่งบุญเป็นกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์อันดีงานต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ผู้แสวงบุญที่บริสุทธิ์ยังเป็นผู้ที่สร้างรอยยิ้มให้กับผู้อื่นอีกด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบการอนุรักษ์นิยมช่วยส่งเสริมรักษามรดกวัฒนธรรมนิยมประเพณีท้องถิ่น สืบทอดอายุพระพุทธศาสนา รวมทั้งได้ผ่อนคลายความเครียดเกิดความสุขสนาน ได้ความสุขกายและความสุขทางใจ Pairin (2020) ได้พูดถึงการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่น่าสนใจสำรวจสถานที่เป็นหลัก และได้สัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางที่เกี่ยวข้องกับศาสนา วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกี่ยวกับศาสนา โดยนักท่องเที่ยวชอบการมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การเดินเยี่ยมชมสถานที่ของวัด เจดีย์ วิหาร (โบสถ์) และสถาปัตยกรรม ตลอดจนการเข้าร่วมพิธีกรรมหรือวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากดินแดนห่างไกลที่นับถือพระพุทธศาสนาให้เข้ามาเยี่ยมชมมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ ศาสนสถานเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ตามความเชื่อและเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์มีบทบาทสำคัญในฐานะการแสวงบุญจากผู้มีจิตศรัทธาในศาสนาและพุทธศาสนายังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเพิ่มมูลค่า กลายเป็นสถานที่เพื่อการค้า และการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมพุทธศิลปกรรมภายในวัด และวัตถุสิ่งของต่าง ๆ ที่แตกต่างกันทางศาสนา

พุทธศิลปกรรมภายในวัด

ด้านพุทธศิลปกรรม โดยหลักแล้วประกอบไปด้วย สถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรม สร้างขึ้นมาจากแรงศรัทธาของชาวพุทธมีความเลื่อมใสเคารพนับถือในพระพุทธศาสนา และเกิดแรงบันดาลใจนำเอาศิลปะของชาติบ้านเมือง ตั้งแต่โบราณมาสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ในรูปแบบของพระพุทธศาสนา และประดับตกแต่งศิลปะอันมีอยู่แล้วเพื่อให้งดงามสอดคล้องกับพระธรรมวินัย คำสอนของพระพุทธเจ้า กฎหมายบ้านเมือง และสร้างคุณค่าให้แก่วัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนถึงความเชื่อความเลื่อมใสศรัทธาของชาวพุทธ สถานที่ทางพระพุทธศาสนาเหมาะสมเป็นรมณีสถานหรือการศึกษาเรียนรู้และการปฏิบัติ หรือการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนาเป็นต้น โดยมี 3 ประเด็นสำคัญดังนี้ (พระสุธีรัตนบัณฑิต (สุทธิชัย อากาศโร), 2564)

สถาปัตยกรรม

สถาปัตยกรรมภายในวัดประกอบไปด้วยสิ่งก่อสร้างในพื้นที่ธรณสงฆ์เป็นเขตของวัด ประกอบไปด้วยสถาปัตยกรรมหลัก ได้แก่ วิหาร พระสถูปพระเจดีย์ พระวิหารพระ พระมณฑป พระปรางค์ อุโบสถ เจดีย์ราย เจดีย์ทิศ หอระฆัง และอาคารประกอบพิธีภายในต้องมีพระพุทธรูปอยู่ เสมอตามที่ Pang et al. (2023) ได้กล่าวว่า “สถาปัตยกรรมทางพระพุทธศาสนาสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม”

ประติมากรรม

ประติมากรรมคืองานศิลปะที่สื่อความหมายในรูปแบบ 3 มิติสามารถมองเห็น และสัมผัสได้ โดยใช้วัสดุประกอบไปด้วย เช่น ดิน ปูน หิน อิฐ โลหะ ไม้ กระจก แก้ว และกระดูก เพื่อใช้ในการสร้างปั้น การแกะสลัก และการหล่อ เป็นรูปทรง 3 มิติหรือเรียกกันว่าประติมากรรมเนื่องในพระพุทธศาสนา ทั้งหมดนี้สามารถถ่ายทอดคติความเชื่อทางศาสนาให้เป็นรูปธรรม (Ricci et al., 2024)

จิตรกรรมภายในวัด

จิตรกรรมฝาผนังเป็นศิลปะที่มีความประณีต แสดงถึงความรู้สึกรู้สึกจิตใจ เป็นศิลปะแบบอุดมคติที่แสดงออกทางความคิดให้ความสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องและความสำคัญของภาพ จะมีลักษณะงามสง่า เป็นภาพวาดระบายสีแบบเรียบด้วยสีที่ค่อนข้างสดใส ซึ่งเป็นลักษณะภาพ 2 มิติ โดยส่วนใหญ่นิยมเขียนประดับฝาผนังพระอุโบสถ พระวิหาร ลักษณะพิเศษของภาพวาดเป็นการเล่าเรื่องเป็นตอน ๆ (จุติรัช อนุกุล, 2564)

2.4.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นสัมผัสกับวัฒนธรรม ประเพณี และศาสนา นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสนใจในด้านสถาปัตยกรรม ศิลปะ และการปฏิบัติทางศาสนาในพื้นที่ที่หมูนักท่องเที่ยวให้ความนิยม จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารผลงานวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าหมูนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสัมผัสและศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี และศิลปะ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกิจกรรมทางศาสนา เช่น การเข้าชมวัด กิจกรรมการไหว้สักการะบูชาพระพุทธรูป การเข้าร่วมงานเทศกาล และการเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านพุทธศิลป์กรรมภายในวัด ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังรวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมวันสำคัญทางพุทธศาสนา เช่น วันวิสาขบูชา งานลอยกระทง และรวมถึงกิจกรรมที่สืบทอดมาจากวัฒนธรรมดั้งเดิมเป็นต้น (Mokoena, 2019)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความคุ้นเคยในสถานที่ทางวัฒนธรรมที่ได้มาเยี่ยมชม และได้รับความรู้จากกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของประชาชนอย่างซาบซึ้ง ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการติดต่อสื่อสารเกิดความเข้าใจคนภายในสังคมนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสันติ (Lorincz, 2020)

การท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงวัฒนธรรม ได้รับความนิยมน้อยในปัจจุบัน และสามารถนำพานักท่องเที่ยวจากชาติพันธุ์ต่างดินแดนต่างไกล ใช้ภาษาแตกต่างกันมาพบปะซึ่งกันและกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมด้วยกันและได้ศึกษาวัฒนธรรมในต่างถิ่นฐานเดิม (Xie, 2022) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ภูเขาสำคัญและเป็นคุณลักษณะ ชื่นนำของสิ่งที่ได้รับการเรียกว่า การท่องเที่ยวแบบใหม่ มีความยืดหยุ่น มีความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวนั้นคือสิ่งที่แทนที่การท่องเที่ยวแบบเดิมที่เป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ที่สุดในทศวรรษของการท่องเที่ยวยุคใหม่ ซึ่งมีมาตั้งแต่ยาวนานมาแล้วจนถึงปัจจุบัน โดยการท่องเที่ยวประเภทนี้มีเรื่องราวอันยาวนานที่น่าสนใจ โดยนักท่องเที่ยวยุคใหม่มองหาแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ โบราณคดี และโบราณสถาน ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือกิจกรรมการเยี่ยมชมสถานที่ที่มีคุณค่าทางจิตใจ เป็นต้น ฉะนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญต่อการส่งเสริมการพัฒนา สังคม เศรษฐกิจให้กับคนในชุมชน และได้เรียนรู้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกันจากการท่องเที่ยวและส่งเสริมประสบการณ์อันมีค่าให้กับนักท่องเที่ยว

การเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

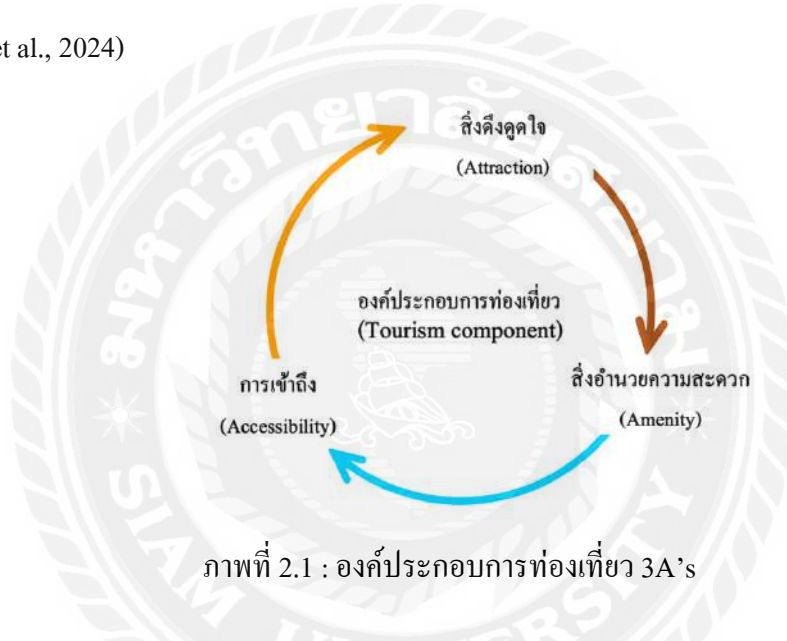
นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แตกต่างจากของตนเองผ่านการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา การศึกษางานศิลปะ และการทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเพณีท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการให้ทั้งสองฝ่ายมีความเข้าใจและเคารพซึ่งกันและกันมากขึ้น (Lexhagen et al., 2022)

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์เกิดแรงกระตุ้นในการเข้ามาเยี่ยมชม ได้เรียนรู้ผ่านวัฒนธรรม มีความตระหนักถึงการค้นคว้าและได้จดจำสิ่งต่าง ๆ จากการได้สัมผัสวิถีชีวิตผู้คนในอดีตและในปัจจุบันก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ประทับใจทางวัฒนธรรม ซึ่งวัฒนธรรมมีทั้งจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกระบวนการอันนำไปสู่การเชื่อมโยงชุมชนกับนักท่องเที่ยว (Drakakis, 2025) ประเพณีเป็นมรดกที่เก่าแก่สืบทอดกันมาเป็นเวลาช้านานมาแล้ว โดยมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์และมีการค้นคว้าจากโบราณคดีเพิ่มเติมซึ่งมีการปรากฏของหลักฐานที่ชัดเจน รวมถึงวิถีชีวิตของคนในสมัยกาลนั้น ๆ

และได้วิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เช่น ประเพณีชาวนครสวรรค์มีประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิม ประเพณีแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ ประเพณีการแข่งเรือ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเลี้ยงข้าวแช่ และประเพณีบุญสลาภักดิ์ เป็นต้นล้วนแล้วแต่เป็นการสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน และเป็นมรดกสำหรับคนยุคปัจจุบันได้ศึกษาเรียนรู้อีกด้วย โดยการท่องเที่ยววัฒนธรรมมีองค์ประกอบดังนี้

2.4.4 องค์ประกอบการท่องเที่ยว

องค์ประกอบการท่องเที่ยว (Tourism Component) มีหลายปัจจัยที่สำคัญสำหรับการจูงใจนักท่องเที่ยวให้สนใจแหล่งท่องเที่ยว นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบท่องเที่ยว หากพิจารณาอย่างเป็นขั้นตอนสามารถจำแนก 3 ขั้นตอน ซึ่งนักวิชาการเรียกว่า 3A's ดังนี้ (Utomo et al., 2024)



ภาพที่ 2.1 : องค์ประกอบการท่องเที่ยว 3A's

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) แหล่งท่องเที่ยวต้องมีความโดดเด่นน่าสนใจมีจุดสำคัญที่น่าประทับใจนักท่องเที่ยวความมีชื่อเสียงของสถานที่ สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ต้องมีลักษณะพิเศษที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสนใจและอยากสัมผัสประสบการณ์ เช่น สถานที่วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ศาสนสถานวัดวาอารามมีการจัดกิจกรรมวันสำคัญตามประเพณีท้องถิ่นหรือเป็นการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเช่นกัน (Hanim & Mardiana, 2023)

2. การเข้าถึง (Accessibility) เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว เช่น โครงสร้างพื้นฐานด้านถนนคมนาคมขนส่ง การพัฒนาถนนที่สะดวกและปลอดภัยสำหรับการเดินทาง ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว หรือการใช้เทคโนโลยี (Google map) แอปพลิเคชันช่วยค้นหาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ (Handayani et al., 2019)

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) คือการสนับสนุนการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า สัญญาณ Wi-Fi ฟรี ห้องสุขาสะอาด (ห้องน้ำ) เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว รวมถึงมี ห้องน้ำสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ สถานที่จอดรถ ถึงขยะที่แยกประเภท เช่น ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะเปียก สถานที่ตำรวจ ป้ายบอกทางประชาสัมพันธ์ภายในแหล่งท่องเที่ยว และร้านจำหน่ายเครื่องร้านอาหาร เป็นต้น (Karim et al., 2021)

ดังนั้นจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความหมายในหลายแง่มุมต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นการเดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ เพื่อพักผ่อนหรือสนุกสนาน การเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ การสำรวจวัฒนธรรมประเพณีและพุทธศาสนา ของสถานที่นั้น ๆ หรือแม้กระทั่งการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและวิจัย เป้าหมายและความสนใจในการท่องเที่ยวอาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวมักเป็นโอกาสที่ดีให้มีความสุขและประสบการณ์ที่น่าจดจำในชีวิตของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกง ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ไม่เคยเดินทางมายังพุทธสถานบนเกาะฮ่องกง ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 3 วัน 2 คืน ส่วนใหญ่เดินทางมายังเกาะฮ่องกงในวันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาลต่าง ๆ และเดินทางมากับเพื่อน โดยกลุ่มตัวอย่างเดินทางมากับรถของบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด ส่วนใหญ่เดินทางมาวัดหวังต้าเซียน และส่วนใหญ่มิค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกว่า 500 บาทต่อหนึ่งวัน นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพุทธสถาน ที่ ฮ่องกงมีแรงจูงใจในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีระดับแรงจูงใจสูงสุดคือแรงจูงใจทางกายภาพ รองลงมาคือ แรงจูงใจทางศาสนา แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง และ แรงจูงใจระหว่างบุคคลตามลำดับ

วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์ และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจด้านปัจจัยหลักในภาพรวมอยู่ในระดับมากและ แรงจูงใจด้านปัจจัยดังในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจตามลักษณะ ประชากรศาสตร์พบว่า แรงจูงใจด้านปัจจัยดังมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบริบทของ ข้อเสนอแนะ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการท่องเที่ยวควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ อาทิ ภูมิทัศน์ ความปลอดภัย บรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวทาง

วัฒนธรรม เพื่อสร้างการรับรู้และแรงจูงใจ ในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา มากยิ่งขึ้น

ศิวพร มินาภา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับ การศึกษา อยู่ในช่วงปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อริสรา เสยานนท์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของ นักท่องเที่ยววัยรุ่นในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยววัยรุ่นส่วนใหญ่มี วัตถุประสงค์เดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อชมสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรม มีอายุ 20 – 21 ปี และ เป็นนักศึกษา เรียนอยู่ในระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลของการใช้เทคนิค การวิเคราะห์ปัจจัยของแรงจูงใจ สามารถแบ่งปัจจัยได้ทั้งหมด 4 ปัจจัย 1 คือ แรงจูงใจด้านจิตวิญญาณ ปัจจัยที่ 2 แรงจูงใจด้านปฏิบัติธรรมและเชาบูชาวัตถุมงคล ปัจจัยที่ 3 แรงจูงใจด้านการพักผ่อน และปัจจัยที่ 4 แรงจูงใจด้านการเรียนรู้ และพัฒนาตนเอง มี Factor Loading. ตั้งแต่ 0.646 ถึง 0.819

สุธิดา ปานแก้ว และ ประสพชัย พสุนนท์ (2566) ได้ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้า เนื่องจากวัด และศาลเจ้ามีชื่อเสียงและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น อีกทั้งมีโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมที่สวยงาม มีเรื่องราวที่น่าสนใจ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม เจนเอเรชั่นวายมีความตั้งใจที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมเพื่อไหว้พระขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อเป็นความสบายใจและเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต 2) นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายให้ความสำคัญด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการขัดเกลาจิตใจให้นักท่องเที่ยวมีศีลธรรมอันดีงาม อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมราคาไม่แพง จึงเป็นเหตุผล ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายเกิดความตั้งใจ ในการท่องเที่ยววัดสักการะศาลเจ้า

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่ไผ่เชิง
เขตนองแวม กรุงเทพมหานคร” มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การดำเนินการวิจัยแบบเชิง
สำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม
ข้อมูล

3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามา
ท่องเที่ยว ที่วัดไร่ไผ่เชิง เขตนองแวม กรุงเทพมหานคร
2. กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน
การให้ข้อมูลในการทบทวนวิจัยคือนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
ของ คับเบิลยู จี คอชแรน (Cochran, 1977) ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5%
กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร

$$P = 0.5 \text{ สูตร } n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนที่สนใจลักษณะทางประชากรศาสตร์

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ 0.05

Z คือ ค่าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับความสำคัญ 0.05 มีค่า 1.96

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 ดังนั้นผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ แรงจูงใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร โดยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์มีลักษณะเป็นคำถามถามปลายปิด (Close-ended Questions) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในเดินทางมาท่องเที่ยว ที่วัดไผ่เลี้ยว มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามปลายปิดมีลักษณะคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว วัดไผ่เลี้ยว มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) จำแนกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ด้านกิจกรรม และด้านการเข้าถึง รวมจำนวน 17 ข้อ เป็นแบบสอบถามในรูปแบบของ Rating Scale ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ จำนวน 1 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

มาตรวัดตามแบบ Likert (5 point Likert type) (Likert, 1932) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้วัดระดับคะแนนของปัจจัยแรงจูงใจต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยว ที่วัดไผ่ล้อม มี 5 ระดับคือ

ระดับคะแนน	5	หมายถึง	มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	มีระดับแรงจูงใจมาก
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	มีระดับแรงจูงใจปานกลาง
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	มีระดับแรงจูงใจน้อย
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	มีระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด

การแปลผลระดับคะแนนใช้สูตรคำนวณจากการคำนวณอันตรภาค

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.08$$

สำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์แปลความหมายดังนี้

4.21–5.00	หมายถึง มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด
3.41–4.20	หมายถึง มีระดับแรงจูงใจมาก
2.61–3.40	หมายถึง มีระดับแรงจูงใจปานกลาง
1.81–2.60	หมายถึง มีระดับแรงจูงใจน้อย
1.00–1.80	หมายถึง มีระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด

3.4 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสร้างเครื่องมือดังนี้

3.4.1 ศึกษาบททวนเอกสารทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร” จากนั้นจึงกำหนดกรอบงานวิจัย เนื้อหาและวัตถุประสงค์วิจัย

3.4.2 ศึกษาแบบสอบถามต่าง ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบข่ายในการสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษา และเสนอแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

3.4.3 กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยประชากรศาสตร์ แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว และนำไปสร้างแบบสอบถาม

3.4.4 สร้างแบบสอบถามและผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน

จากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

โดยใช้สูตร
$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	หมายถึง	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence)
	N	หมายถึง	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
	R	หมายถึง	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
โดยที่	ค่า +1	หมายถึง	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตามวัตถุประสงค์
	ค่า 0	หมายถึง	ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตามวัตถุประสงค์
	ค่า -1	หมายถึง	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มี IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นข้อคำถามที่มีความเที่ยงตรงของเนื้อหาครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ส่วนข้อที่มี IOC ต่ำกว่า 0.5 ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงแก้ไข ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ดร. วรารักษ์รัตน์ นิตินะกุล ดร. ไพรัช บุญสุวรรณ และดร. วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา ได้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาทั้งหมดเท่ากับ 0.9

3.3.5 การหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวนทั้งสิ้น 30 ชุดเพื่อตรวจสอบความเป็นปรนัยและความสมบูรณ์ของข้อคำถามเพื่อวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Model) โดยนำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคณิตศาสตร์โดยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ที่คำนวณได้คือ 0.7 โดยมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.5 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

3.5 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถาม ภายในวัดไผ่เลี้ยว ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา และได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุดเพื่อนำไปวิเคราะห์

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ผู้วิจัยได้ค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หนังสือตำรา และอินเทอร์เน็ต

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย มีดังนี้

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายหรือสรุปลักษณะของกลุ่มข้อมูลที่เป็นตัวเลขที่เก็บรวบรวมมา ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ใช้ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ใช้ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.6.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ T-test และ F-test

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi-square

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายตัวแปรและทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้วิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยผลการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ)	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	147	36.8
หญิง	253	63.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 และเพศชาย มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8

ตารางที่ 4.2 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	53	13.3
20 – 30 ปี	96	24.0
31 – 40 ปี	62	15.5
มากกว่า 41 ปี	189	47.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ มากกว่า 41 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล (ระดับการศึกษา)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ปริญญาตรี	251	62.7
ปริญญาตรี	138	34.5
สูงกว่าปริญญาตรี	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมา ปริญญาตรีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และ สูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนบุคคล (อาชีพ)	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	82	20.5
ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท	100	25.0
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	63	15.8
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41	10.3
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	75	18.8
อื่น ๆ	39	9.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมา พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 รองลงมา ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 15.8 รองลงมา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 10.3 และอื่น ๆ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนบุคคล (รายได้)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	156	39.0
10,001 – 20,000 บาท	176	44.0
20,001 – 30,000 บาท	43	10.8
มากกว่า 30,001 บาท	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และรายได้มากกว่า 30,001 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว)	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยว	19	4.8
ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	33	8.3
ไหว้พระทำบุญ	259	64.8
เช่าบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์	32	8.0
ศึกษาพระธรรม	14	3.5
ทำวัตร สวดมนต์ นั่งสมาธิ	24	6.0
อื่น ๆ	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเพื่อไหว้พระทำบุญ จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมา มาเพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 รองลงมา มาเพื่อเช่าบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 รองลงมา มาเพื่อทำวัตร สวดมนต์ นั่งสมาธิ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 รองลงมา มาเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 รองลงมา อื่น ๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และมาเพื่อศึกษาพระธรรม จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย)	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	62	15.5
ครอบครัว	182	45.5
เพื่อน	102	25.5
คู่รัก/สามีและภรรยา	32	8.0
อื่น ๆ	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมา เดินทางมาคนเดียว จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 รองลงมา เดินทางมากับคู่รัก/สามีและภรรยา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และอื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว)	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จัก/บุคคลใกล้ชิด	289	72.3
หนังสือพิมพ์	10	2.5
นิตยสาร/วารสาร	12	3.0
ป้ายบอกทาง	48	12.0
สื่อสังคมออนไลน์	12	3.0
อื่น ๆ	29	7.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากคนรู้จัก/บุคคลใกล้ชิด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมา ได้ข้อมูลจากป้ายบอกทาง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 รองลงมา อื่น ๆ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 รองลงมา นิตยสาร/วารสาร จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 รองลงมา สื่อทางสังคมออนไลน์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และได้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	227	56.8
501 – 1,000 บาท	144	36.0
1,001 – 2,000 บาท	20	5.0
มากกว่า 2,001 บาท	9	2.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 500 บาท จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 2,001 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว)	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	85	21.3
2 – 3 ครั้งต่อเดือน	211	52.8
4 – 5 ครั้งต่อเดือน	36	9.0
มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	68	17.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทาง 2 – 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมา เดินทางมาครั้งแรก จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมา เดินทางมามากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และเดินทางมา 4 – 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัย
ดึงดูด ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม
กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ปัจจัยดึงดูด (ด้านสิ่งดึงดูดใจ)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ความมีชื่อเสียงของโบสถ์มหายันต์ 1,008 ยันต์	4.18	0.90	มาก
2. ความสวยงามของสถาปัตยกรรม	4.08	0.87	มาก
3. ความมีเอกลักษณ์ของวัด เช่น โบสถ์เก่า และวิหารต่าง ๆ	3.90	0.99	มาก
4. ความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ภายในวัด	3.88	1.02	มาก

จากตารางที่ 4.11 ปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า ความมีชื่อเสียงของโบสถ์มหายันต์ 1,008 ยันต์ มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.90) อยู่ในระดับมาก ความสวยงามของสถาปัตยกรรม มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.87) อยู่ในระดับมาก ความมีเอกลักษณ์ของวัด เช่น โบสถ์เก่า และวิหารต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.99) อยู่ในระดับมาก และความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ภายในวัด มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 1.02) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัย
ดึงดูด ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม
กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยดึงดูด (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
5. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา	3.91	1.02	มาก
6. สถานที่จอดรถภายในวัด	3.79	1.08	มาก
7. ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม และร้านอาหาร	3.53	1.21	มาก
8. การรักษาความปลอดภัยภายในวัด เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย ก่อสร้างจรปิด	3.60	1.21	มาก

จากตารางที่ 4.12 ด้านปัจจัยดึงดูด พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 1.02) อยู่ในระดับมาก สถานที่จอดรถภายในวัด มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 1.08) อยู่ในระดับมาก การรักษาความปลอดภัยภายในวัด เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย ก่อสร้างจรปิด มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 1.21) อยู่ในระดับมาก ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม และร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 1.21) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.13 สรุปผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยผลักดัน ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เถียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรม

ปัจจัยผลักดัน (ด้านกิจกรรม)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
9. การไหว้พระขอพร การปฏิบัติธรรม การนั่งสมาธิ	3.95	1.00	มาก
10. กิจกรรมประจำวัน เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น	3.90	0.96	มาก
11. กิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วิสาขบูชา มาฆบูชา	4.09	0.90	มาก
12. กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์	4.18	0.88	มาก
13. กิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวชเณร	4.17	0.90	มาก

จากตารางที่ 4.13 ปัจจัยผลักดัน พบว่า ด้านกิจกรรม กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.88) อยู่ในระดับมาก กิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวชเณร มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.90) อยู่ในระดับมาก กิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วิสาขบูชา มาฆบูชา มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.90) อยู่ในระดับมาก การไหว้พระขอพร การปฏิบัติธรรม การนั่งสมาธิ มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 1.00) อยู่ในระดับมาก กิจกรรมประจำวัน เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.96) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัย
 ผลักดัน ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมวัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม
 กรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึง

ปัจจัยผลักดัน (ด้านการเข้าถึง)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
14. วิธีการเดินทางมาวัดมีความสะดวก เช่น รถประจำทาง รถตู้ รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน เดินเท้า เป็นต้น	3.91	1.09	มาก
15. ภายในวัดมีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชัดเจน	3.66	1.16	มาก
16. ทางวัดมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรม ต่าง ๆ ของวัด	3.55	1.18	มาก
17. ทางวัดมีเจ้าหน้าที่ (โฆษกของวัด) ช่วยแนะนำสถานที่ ภายในวัด	3.35	1.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 ปัจจัยผลักดัน พบว่า ด้านการเข้าถึง วิธีการเดินทางมาวัดมีความสะดวก เช่น รถประจำทาง รถตู้ รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน เดินเท้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 1.09) อยู่ในระดับมาก ภายในวัดมีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 1.16) อยู่ในระดับมาก ทางวัดมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 1.18) อยู่ในระดับมาก ทางวัดมีเจ้าหน้าที่ (โฆษกของวัด) ช่วยแนะนำสถานที่ภายในวัด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 1.30) อยู่ในระดับปานกลาง

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	$\bar{X}$		T	Sig.
	ชาย	หญิง		
1. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	3.16	3.45	2.19	0.01*
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย	2.53	2.36	1.57	0.05*
3. แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว	1.86	1.96	0.59	0.27
4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	1.48	1.55	0.97	0.16
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	1.93	2.39	4.72	0.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ มีดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วยของนักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.05 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.27 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.16 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

H_0 : อายุที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	16.24	3	5.41	3.27	0.02*
	ภายในกลุ่ม	653.83	396	1.65		
	รวม	670.07	399			
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย	ระหว่างกลุ่ม	16.95	3	5.65	5.58	0.00*
	ภายในกลุ่ม	400.80	396	1.01		
	รวม	417.75	399			
3. แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	9.11	3	3.03	1.14	0.33
	ภายในกลุ่ม	1053.78	396	2.66		
	รวม	1062.89	399			
4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.62	3	2.20	4.67	0.00*
	ภายในกลุ่ม	187.07	396	0.47		
	รวม	193.69	399			
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	44.90	3	14.96	18.00	0.00*
	ภายในกลุ่ม	329.17	396	0.83		
	รวม	374.07	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามอายุ มีดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.02 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.33 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว

อายุ		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 41 ปี
	$\bar{X}$	3.38	3.01	3.31	3.51
ต่ำกว่า 20 ปี	3.38	-	0.36 (0.09)	0.07 (0.76)	0.13 (0.49)
20-30 ปี	3.01	-	-	0.29 (0.15)	0.50* (0.00)
31-40 ปี	3.31	-	-	-	0.20 (0.27)
มากกว่า 41 ปี	3.51	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ความแตกต่างของอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว พบว่า แตกต่างกัน 1 คู่ คือ

คู่ที่ 1 อายุ 20-30 ปี กับอายุ มากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มี อายุ 31-40 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ มากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอายุกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย

อายุ		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 41 ปี
	$\bar{X}$	2.74	2.32	2.76	2.28
ต่ำกว่า 20 ปี	2.74	-	0.41* (0.01)	0.02 (0.90)	0.45* (0.00)
20-30 ปี	2.32	-	-	0.43* (0.00)	0.04 (0.73)
31-40 ปี	2.76	-	-	-	0.47* (0.00)
มากกว่า 41 ปี	2.28	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ความแตกต่างของอายุกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย พบว่า แตกต่างกัน 4 คู่ คือ

คู่ที่ 1 อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุ 20-30 ปี

คู่ที่ 2 อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุมากกว่า 41 ปี

คู่ที่ 3 อายุ 20-30 ปี กับอายุ 31-40 ปี

คู่ที่ 4 อายุ 31-40 ปี กับอายุมากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย แตกต่างกับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

อายุ		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 41 ปี
	$\bar{X}$	1.25	1.46	1.65	1.60
ต่ำกว่า 20 ปี	1.25	-	0.21 (0.07)	0.40* (0.00)	0.38* (0.00)
20-30 ปี	1.46	-	-	0.18 (0.09)	0.14 (0.09)
31-40 ปี	1.65	-	-	-	0.04 (0.67)
มากกว่า 41 ปี	1.60	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ความแตกต่างของอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า แตกต่างกัน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุ 31-40 ปี

คู่ที่ 2 อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุมากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวยุคที่มีอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวยุคที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

อายุ		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 41 ปี
	$\bar{X}$	1.72	1.88	2.18	2.54
ต่ำกว่า 20 ปี	1.72	-	0.15 (0.31)	0.46* (0.00)	0.82* (0.00)
20-30 ปี	1.88	-	-	0.30* (0.04)	0.67* (0.00)
31-40 ปี	2.18	-	-	-	0.36* (0.00)
มากกว่า 41 ปี	2.54	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ความแตกต่างของอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า แตกต่างกัน 5 คู่ คือ

คู่ที่ 1 อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุ 31-40 ปี

คู่ที่ 2 อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุมากกว่า 41 ปี

คู่ที่ 3 อายุ 20-30 ปี กับอายุ 31-40 ปี

คู่ที่ 4 อายุ 20-30 ปี กับอายุมากกว่า 41 ปี

คู่ที่ 5 อายุ 31-40 ปี กับอายุมากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวยุคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวยุคที่มีอายุ 20-30 ปี

นักท่องเที่ยวยุคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวยุคที่มีอายุ 31-40 ปี

นักท่องเที่ยวยุคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวยุคที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-30 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 31-40 ปี

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-30 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวยที่มี อายุมากกว่า 41 ปี

สมมติฐานที่ 1.3 การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามการศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.95	2	0.97	0.58	0.56
	ภายในกลุ่ม	668.12	397	1.68		
	รวม	670.07	399			
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย	ระหว่างกลุ่ม	0.43	2	0.21	0.20	0.81
	ภายในกลุ่ม	417.31	397	1.05		
	รวม	417.75	399			
3. แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.74	2	0.37	0.13	0.87
	ภายในกลุ่ม	1062.15	397	2.67		
	รวม	1062.89	399			
4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	12.22	2	6.11	13.37	0.00*
	ภายในกลุ่ม	181.47	397	0.45		
	รวม	193.69	399			
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4.30	2	2.15	2.31	0.10
	ภายในกลุ่ม	369.77	397	0.93		
	รวม	374.07	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามการศึกษา มีดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.56 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.81 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ไม่แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.87 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.10 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

การศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	1.39	1.74	1.91
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.39	-	0.34* (0.00)	0.51* (0.01)
ปริญญาตรี	1.74	-	-	0.17 (0.43)
สูงกว่าปริญญาตรี	1.91	-	-	-

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบรายคู่ ความแตกต่างของการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่าแตกต่างกัน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 การศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี กับการศึกษาปริญญาตรี

คู่ที่ 2 การศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี กับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	18.95	5	3.79	2.29	0.04*
	ภายในกลุ่ม	651.12	394	1.65		
	รวม	670.07	399			
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย	ระหว่างกลุ่ม	5.22	5	1.04	0.99	0.41
	ภายในกลุ่ม	412.52	394	1.04		
	รวม	417.75	399			
3. แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	14.54	5	2.90	1.09	0.36
	ภายในกลุ่ม	1048.35	394	2.66		
	รวม	1062.89	399			
4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	13.37	5	2.67	5.84	0.00*
	ภายในกลุ่ม	180.32	394	0.45		
	รวม	193.69	399			
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	57.35	5	11.47	14.27	0.00*
	ภายในกลุ่ม	316.72	394	0.80		
	รวม	374.07	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามอาชีพ มีดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.41 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.36 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอาชีพกับพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว

อาชีพ		นักศึกษา/นักเรียน	ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่นๆ
	$\bar{X}$	3.20	3.30	3.38	2.95	3.49	3.82
นักศึกษา/นักเรียน	3.20	-	0.10 (0.58)	0.18 (0.38)	0.24 (0.32)	0.29 (0.14)	0.62* (0.01)
ลูกจ้างเอกชน/ พนักงานบริษัท	3.30	-	-	0.08 (0.69)	0.34 (0.14)	0.19 (0.32)	0.52* (0.03)
ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	3.38	-	-	-	0.43 (0.09)	0.11 (0.60)	0.44 (0.09)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.95	-	-	-	-	0.54* (0.03)	0.86* (0.00)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.49	-	-	-	-	-	0.32 (0.19)
อื่นๆ	3.82	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบรายคู่ ความแตกต่างของอาชีพกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว พบว่า
แตกต่างกัน 4 คู่ คือ

คู่ที่ 1 อาชีพ นักศึกษา/นักเรียน กับอาชีพ อื่น ๆ

คู่ที่ 2 อาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท กับอาชีพ อื่น ๆ

คู่ที่ 3 อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ อื่น ๆ

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

อาชีพ		นักศึกษา/นักเรียน	ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่นๆ
	$\bar{X}$	1.24	1.71	1.68	1.66	1.40	1.51
นักศึกษา/นักเรียน	1.24	-	0.46* (0.00)	0.43* (0.00)	0.41* (0.00)	0.15 (0.15)	0.26* (0.04)
ลูกจ้างเอกชน/ พนักงานบริษัท	1.71	-	-	0.02 (0.80)	0.05 (0.68)	0.31* (0.00)	0.19 (0.12)
ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	1.68	-	-	-	0.02 (0.86)	0.28* (0.01)	0.17 (0.21)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	1.66	-	-	-	-	0.25* (0.05)	0.14 (0.33)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.40	-	-	-	-	-	0.11 (0.39)
อื่นๆ	1.51	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ความแตกต่างของอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า แตกต่างกัน 7 คู่ คือ

นักท่องเที่ยวนักที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวนักที่มีอาชีพ อื่น ๆ

นักท่องเที่ยวนักที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวนักที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

นักท่องเที่ยวนักที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวนักที่มีอาชีพ อื่น ๆ

นักท่องเที่ยวนักที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวนักที่มีอาชีพ อื่น ๆ

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

อาชีพ		นักศึกษา/นักเรียน	ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่นๆ
	$\bar{X}$	1.65	2.04	2.44	2.17	2.71	2.62
นักศึกษา/นักเรียน	1.65	-	0.39* (0.00)	0.79* (0.00)	0.52* (0.00)	1.06* (0.00)	0.96* (0.00)
ลูกจ้างเอกชน/ พนักงานบริษัท	2.04	-	-	0.40* (0.00)	0.13 (0.43)	0.66* (0.00)	0.57* (0.00)
ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	2.44	-	-	-	0.27 (0.12)	0.26 (0.08)	0.17 (0.35)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.17	-	-	-	-	0.53* (0.00)	0.44* (0.00)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2.71	-	-	-	-	-	0.09

							(0.60)
อื่นๆ	2.62	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ความแตกต่างของอาชีพกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า แตกต่าง กัน 10 คู่ คือ

คู่ที่ 1 อาชีพ นักศึกษา/นักเรียน กับอาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท

คู่ที่ 2 อาชีพ นักศึกษา/นักเรียน กับอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

คู่ที่ 3 อาชีพ นักศึกษา/นักเรียน กับอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

คู่ที่ 4 อาชีพ นักศึกษา/นักเรียน กับอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

คู่ที่ 5 อาชีพ นักศึกษา/นักเรียน กับอาชีพ อื่น ๆ

คู่ที่ 6 อาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท กับอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

คู่ที่ 7 อาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท กับอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

คู่ที่ 8 อาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท กับอาชีพ อื่น ๆ

คู่ที่ 9 อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

คู่ที่ 10 อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับอาชีพ อื่น ๆ

โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ นักศึกษา/นักเรียน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการ เดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ นักศึกษา/นักเรียน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการ เดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ นักศึกษา/นักเรียน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการ เดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ นักศึกษา/นักเรียน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการ เดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ นักศึกษา/นักเรียน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการ เดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ อื่นๆ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ อื่น ๆ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ อื่น ๆ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ อื่น ๆ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ อื่น ๆ

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	11.86	3	3.95	2.38	0.06
	ภายในกลุ่ม	658.20	396	1.66		
	รวม	670.07	399			
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย	ระหว่างกลุ่ม	6.98	3	2.32	2.24	0.08
	ภายในกลุ่ม	410.76	396	1.03		
	รวม	417.75	399			
3. แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.37	3	1.12	0.42	0.73
	ภายในกลุ่ม	1059.52	396	2.67		
	รวม	1062.89	399			
4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	17.89	3	5.96	13.43	0.00*
	ภายในกลุ่ม	175.80	396	0.44		
	รวม	193.69	399			
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.65	3	0.21	0.23	0.87
	ภายในกลุ่ม	373.42	396	0.94		
	รวม	374.07	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำแนกตามรายได้ มีดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.06 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.08 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.73 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่า Sig. เท่ากับ 0.87 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (LSD) ความแตกต่างของรายได้กับพฤติกรรม การท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

รายได้		น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
	$\bar{X}$	1.27	1.73	1.63	1.56
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.27	-	0.45* (0.00)	0.35* (0.00)	0.29* (0.04)
10,001-20,000 บาท	1.73	-	-	0.09 (0.38)	0.16 (0.24)
20,001-30,000 บาท	1.63	-	-	-	0.06 (0.68)
มากกว่า 30,001 บาท	1.56	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ความแตกต่างของรายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า แตกต่างกัน 3 คู่ คือ

คู่ที่ 1 รายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท กับรายได้ 10,001-20,000 บาท

คู่ที่ 2 รายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท กับรายได้ 20,001-30,000 บาท

คู่ที่ 3 รายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท กับรายได้ มากกว่า 30,001 บาท

โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 30,001 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 30,001 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 30,001 บาท

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2.1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานครด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว

H_0 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว

H_1 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ใช้สถิติการทดสอบ Chi-square ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงงูใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว

แรงงูใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว (วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว)	
	Chi-square	MonteCarlo Sig.
1. ปัจจัยดึงดูด		
1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ	22.26	0.49
1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	48.59	0.00*
2. ปัจจัยผลักดัน		
2.1 ด้านกิจกรรม	40.11	0.04*
2.2 ด้านการเข้าถึง	87.65	0.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงงูใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว มีดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.49 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลักดัน ด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านกิจกรรม มี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลักดัน ด้านการเข้าถึงกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการเข้าถึง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

H_0 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง

H_1 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว (บุคคลที่ร่วมเดินทาง)	
	Chi-square	MonteCarlo Sig.
1. ปัจจัยดึงดูด		
1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ	21.60	0.18
1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	23.93	0.09
2. ปัจจัยผลักดัน		
2.1 ด้านกิจกรรม	35.02	0.01*
2.2 ด้านการเข้าถึง	19.71	0.23

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง มีดังนี้
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.18 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.09 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลักดัน ด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านกิจกรรม มี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลักดัน ด้านการเข้าถึงกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.23 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านการเข้าถึง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

H_0 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

H_1 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงงูใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

แรงงูใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว (แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว)	
	Chi-square	MonteCarlo Sig.
1. ปัจจัยดึงดูด		
1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ	35.38	0.10
1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	28.85	0.10
2. ปัจจัยผลักดัน		
2.1 ด้านกิจกรรม	32.11	0.11
2.2 ด้านการเข้าถึง	44.50	0.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงงูใจในการท่องเที่ยว กับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ
ศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.10 ซึ่งมีความมากกว่า
0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านสิ่ง
ดึงดูดใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
เชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.10 ซึ่งมี
ค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร
การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลักดัน ด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ
ศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.11 ซึ่งมีความมากกว่า
0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้าน

กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลักดัน ด้านการเข้าถึงกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการเข้าถึง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.4 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

H_0 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

H_1 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงงูใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

แรงงูใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว (ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว)	
	Chi-square	MonteCarlo Sig.
1. ปัจจัยดึงดูด		
1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ	15.67	0.16
1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	14.59	0.26
2. ปัจจัยผลักดัน		
2.1 ด้านกิจกรรม	19.94	0.10
2.2 ด้านการเข้าถึง	9.44	0.66

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงงูใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.16 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.26 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลักดัน ด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.10 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านกิจกรรม ไม่

มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลักดัน ด้านการเข้าถึงกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.66 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านการเข้าถึงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.5 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

H_0 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

H_1 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว (ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว)	
	Chi-square	MonteCarlo Sig.
1. ปัจจัยดึงดูด		
1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ	21.08	0.05*
1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	15.08	0.23
2. ปัจจัยผลักดัน		
2.1 ด้านกิจกรรม	16.54	0.15
2.2 ด้านการเข้าถึง	28.65	0.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.05 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.23 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลักดัน ด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.15 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้าน

กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผลักดัน ด้านการเข้าถึงกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการเข้าถึง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



ตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไร่ขิง กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน	1. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน	✓	
	1. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน ไม่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน		✓
	2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน	✓	
	2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน ไม่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน		✓
	3. กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน	✓	

ตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน	3. กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน ไม่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน		✓
	4. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน	✓	
	4. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ต่างกัน ไม่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย และด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน		✓
	5. กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน	✓	

ตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
1 . ลั ก ษ ณะ ท ำ ง ประชากรศาสตร์ ที่แตกต่าง กันมีผลต่อพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เ ข ต ห น อ ง แ ข ม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่าง กัน	5. กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ ต่างกัน ไม่มี พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การ ท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมา ด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการ ท่องเที่ยว และด้านความถี่ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน		✓

ตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร	1. ปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว		✓
	1. ปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	✓	
	1. ปัจจัยผลักดัน ด้านกิจกรรม และการเข้าถึง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	✓	
	2. ปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง		✓
	2. ปัจจัยผลักดัน ด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง	✓	
	2. ปัจจัยผลักดัน ด้านการเข้าถึง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง		✓

ตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขต ห น อ ง แ ข ม กรุงเทพมหานคร	3. ปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว		✓
	3. ปัจจัยผลักดัน ด้านกิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว		✓
	3. ปัจจัยผลักดัน ด้านการเข้าถึง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	✓	
	4. ปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งปัจจัย ผลักดัน ด้านกิจกรรม และด้านการเข้าถึง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว		✓
	5. ปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	

ตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยว เชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร	5. ปัจจัยดึงดูด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว		✓
	5. ปัจจัยผลักดัน ด้านกิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
	5. ปัจจัยผลักดัน ด้านการเข้าถึง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการศึกษา และรายได้ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิง พุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์การ ท่องเที่ยว และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านบุคคลที่ ร่วมเดินทางมาด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยว จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “แรงงูใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร” โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลียง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายและสรุปลักษณะของกลุ่มข้อมูล ส่วน T-test F-test และ Chi-Square ใช้ทดสอบสมมติฐาน การค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในเขตหนองแขมมากยิ่งขึ้น รายละเอียดต่าง ๆ มี ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษา แรงงูใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร สรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 มีอายุมากกว่า 41 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 ระดับการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 อาชีพ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ประกอบด้วย วัดอุประสงค์การท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อไหว้พระทำบุญ จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย คือครอบครัว จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารจาก คนรู้จัก/บุคคลใกล้ชิด จำนวน 289 คนคิดเป็นร้อยละ 72.3 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่เกิน 500 บาท จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ปัจจัยดึงดูด และปัจจัยผลักดัน โดยจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ปัจจัยดึงดูด

1.1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อดังต่อไปนี้

1. ความมีชื่อเสียงของโบสถ์หายันต์ 1,008 ยันต์ นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18
2. ความสวยงามของสถาปัตยกรรม นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08
3. ความมีเอกลักษณ์ของวัด เช่น โบสถ์เก่า และวิหารต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90
4. ความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ภายในวัด นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

1.2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อดังต่อไปนี้

1. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91
2. สถานที่จอดรถภายในวัด นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79
3. ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม และร้านอาหาร นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53
4. การรักษาความปลอดภัยภายในวัด เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย ก่อังวงจระปิด นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

2. ปัจจัยผลักดัน

2.1. ด้านกิจกรรม ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์ นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

2. กิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวชเณร นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

3. กิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วิสาขบูชา มาฆบูชา นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

4. การไหว้พระขอพร การปฏิบัติธรรม การนั่งสมาธิ นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

5. กิจกรรมประจำวัน เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ตามลำดับ

2.2. ด้านการเข้าถึง ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อดังต่อไปนี้

1. วิธีการเดินทางมาวัดมีความสะดวก เช่น รถประจำทาง รถตู้ รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน เดินเท้า เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

2. ภายในวัดมีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชัดเจน นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

3. ทางวัดมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

4. ทางวัดมีเจ้าหน้าที่ (โณชกของวัด) ช่วยแนะนำสถานที่ภายในวัด นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

5.1.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยงที่มี อายุ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวนักศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวที่มี การศึกษา แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ การศึกษา แตกต่างกันไปพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวที่มี การศึกษา แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวที่มี การศึกษา แตกต่างกั นมีพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิง พุทธศาสนา และ วัฒนธรรม ด้านความถึ ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัย สำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่ส่อคดล้องกับสมมติฐานที่ ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไร่ขิง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวนักชิม อาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวนักชิม อาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวนที่มี อาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวนที่มี อาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวนที่มี อาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวนมี รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวนมี รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวนมี รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวนมี รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวนมี รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2.1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์ ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยดึงดูด

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ความมีชื่อเสียงของโบสถ์มหายันต์ 1,008 ยันต์ ความสวยงามของสถาปัตยกรรม ความมีเอกลักษณ์ของวัด เช่น โบสถ์เก่า และวิหารต่างๆ และความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ภายในวัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา สถานที่จอดรถภายในวัด ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม และร้านอาหาร และการรักษาความปลอดภัยภายในวัด เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย ก่อสร้างวงจรปิด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ปัจจัยผลักดัน

2.1 ด้านกิจกรรม การไหว้พระขอพร การปฏิบัติธรรม การนั่งสมาธิ กิจกรรมประจำวัน เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น กิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วิสาขบูชา มาฆบูชา กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวชเณร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 ด้านการเข้าถึง วิธีการเดินทางมาวัดมีความสะดวก เช่น รถประจำทาง รถตู้ รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน เดินเท้า เป็นต้น ภายในวัดมีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชัดเจน ทางวัดมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด และทางวัดมีเจ้าหน้าที่ (โฆษกของวัด) ช่วยแนะนำสถานที่ภายในวัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยดึงดูด

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ความมีชื่อเสียงของโบสถ์มหายันต์ 1,008 ยันต์ ความสวยงามของสถาปัตยกรรม ความมีเอกลักษณ์ของวัด เช่น โบสถ์เก่า และวิหารต่างๆ และความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ภายในวัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา สถานที่จอดรถภายในวัด ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม และร้านอาหาร และการรักษาความปลอดภัยภายในวัด เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย ก่อสร้างวงจรปิด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ปัจจัยผลักดัน

2.1 ด้านกิจกรรม การไหว้พระขอพร การปฏิบัติธรรม การนั่งสมาธิ กิจกรรมประจำวัน เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น กิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วิสาขบูชา มาฆบูชา กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวช เณร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 ด้านการเข้าถึง วิธีการเดินทางมาวัดมีความสะดวก เช่น รถประจำทาง รถตู้รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน เดินเท้า เป็นต้น ภายในวัดมีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชัดเจน ทางวัดมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด และทางวัดมีเจ้าหน้าที่ (โฆษกของวัด) ช่วยแนะนำสถานที่ภายในวัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยดึงดูด

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ความมีชื่อเสียงของโบสถ์มหายันต์ 1,008 ยันต์ ความสวยงามของสถาปัตยกรรม ความมีเอกลักษณ์ของวัด เช่น โบสถ์เก่า และวิหารต่างๆ และความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ภายในวัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา สถานที่จอดรถภายในวัด ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม และร้านอาหาร และการรักษาความปลอดภัยภายในวัด เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ปัจจัยผลักดัน

2.1 ด้านกิจกรรม การไหว้พระขอพร การปฏิบัติธรรม การนั่งสมาธิ กิจกรรมประจำวัน เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น กิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วิสาขบูชา มาฆบูชา กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวช เณร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 ด้านการเข้าถึง วิธีการเดินทางมาวัดมีความสะดวก เช่น รถประจำทาง รถตู้รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน เดินเท้า เป็นต้น ภายในวัดมีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชัดเจน ทางวัดมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด และทางวัดมีเจ้าหน้าที่ (โฆษกของวัด) ช่วยแนะนำสถานที่ภายในวัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.4 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไร่ไถ่ง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยดึงดูด

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ความมีชื่อเสียงของโบสถ์มหายันต์ 1,008 ยันต์ ความสวยงามของสถาปัตยกรรม ความมีเอกลักษณ์ของวัด เช่น โบสถ์เก่า และวิหารต่างๆ และความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ภายในวัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา สถานที่จอดรถภายในวัด ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม และร้านอาหาร และการรักษาความปลอดภัย

ภายในวัด เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ปัจจัยผลักดัน

2.1 ด้านกิจกรรม การไหว้พระขอพร การปฏิบัติธรรม การนั่งสมาธิ กิจกรรมประจำวัน เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น กิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วิสาขบูชา มาฆบูชา กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวช เณร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 ด้านการเข้าถึง วิธีการเดินทางมาวัดมีความสะดวก เช่น รถประจำทาง รถตู้รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน เดินเท้า เป็นต้น ภายในวัดมีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชัดเจน ทางวัดมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด และทางวัดมีเจ้าหน้าที่ (โฆษกของวัด) ช่วยแนะนำสถานที่ภายในวัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.5 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยดึงดูด

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ความมีชื่อเสียงของโบสถ์มหาขันต์ 1,008 ขันต์ ความสวยงามของสถาปัตยกรรม ความมีเอกลักษณ์ของวัด เช่น โบสถ์เก่า และวิหารต่างๆ และความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ภายในวัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา สถานที่จอดรถภายในวัด ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม และร้านอาหาร และการรักษาความปลอดภัยภายในวัด เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ปัจจัยผลักดัน

2.1 ด้านกิจกรรม การไหว้พระขอพร การปฏิบัติธรรม การนั่งสมาธิ กิจกรรมประจำวัน เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น กิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วิสาขบูชา มาฆบูชา กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวช เณร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 ด้านการเข้าถึง วิธีการเดินทางมาวัดมีความสะดวก เช่น รถประจำทาง รถตู้รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน เดินเท้า เป็นต้น ภายในวัดมีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชัดเจน ทางวัดมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด และทางวัดมีเจ้าหน้าที่ (โฆษกของวัด) ช่วยแนะนำสถานที่ภายในวัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่น่าสนใจนำมาอภิปราย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดารัตน์ มณีอร่าม (2563) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครสงขลา” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเทศบาลนครสงขลา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิสมัย จตุรัตน์ (2565) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร” พบว่า นักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวและญาติ

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มี เพศ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัยยรัช เศรษฐาภรณ์ (2566) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในวิถีปกติใหม่” พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังพุทธมณฑลประจำจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แหล่งข้อมูลเป็นการบอกปากต่อปากและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงทิพย์ นาคระโท (2563) ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐาน ขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เดินทางมายัง ศาสนสถาน มีวัตถุประสงค์เพื่อไหว้/อธิษฐานขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ศาลพระตรีมูรติ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยกว่า 500 บาท

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มี อายุ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา พวงสนธิ (2563) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดละโว้” พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้าน อายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนาวดี พวงชื่น (2563) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่” พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 60-69 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนกับครอบครัว

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มี อายุ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์ (2567) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรีและลพบุรี” พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรีและลพบุรี มีอายุ ระหว่าง 38-47 ปีและ 48 ปี ขึ้นไป เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวหรือคนคุ้นเคย ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคนรู้จักเพื่อน/ญาติ และเว็บไซต์ บล็อก

สมมติฐานที่ 1.3 การศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลได้

ดังนี้ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มี การศึกษา ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธภูมิ สุวรรณเวช (2566) ศึกษาเรื่อง “ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” พบว่า นักท่องเที่ยวมี การศึกษา แตกต่างกันไปพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มี การศึกษา ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี สมใจ (2563) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” พบว่า นักท่องเที่ยว จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 500 บาท มาท่องเที่ยวกับครอบครัว มีวัตถุประสงค์และกิจกรรมไหว้พระและทำบุญ

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภกมน หงส์คู่ (2565) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา” พบว่า นักท่องเที่ยวมี อาชีพ แตกต่างกัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน โดยวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวมาเพื่อถ่ายรูป ความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้ง

นักท่องเที่ยวมี อาชีพ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย และด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศธร โกมลทัต (2563) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทยต่อพระราชวังบางปะอิน” พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มี รายได้ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงรวี เกตุสุวรรณ (2563) ศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมี รายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย ด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อสถาน แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มี รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และความรู้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พูนทรัพย์ เศษศรี (2566) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดยโสธร” พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎาภรณ์ ยานุพรหม และคณะ (2567) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพุทธในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง 500 บาทหรือต่ำกว่า มีวัตถุประสงค์ และบุคคลที่ร่วมเดินทาง ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2.1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2564) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย” พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 แรงงูใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง ผลการวิจัยพบว่า แรงงูใจในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎ์สิตา จารูรังครัตน์ (2566) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรท่องเที่ยวในประเทศด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวชาวไทย เจเนอเรชั่นวาย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019” พบว่า แรงงูใจประกอบไปด้วยปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวในประเทศด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่นวาย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2.3 แรงงูใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารกรท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า แรงงูใจในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารกรท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุบัญชา ศรีสง่า (2564) ศึกษาเรื่อง “โมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวแบบเนิบช้า โดยมีพฤติกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน” พบว่า ปัจจัยแรงงูใจกรท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (ท่องเที่ยวทั่วไป) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 แรงงูใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า แรงงูใจในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไว (2567) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัญญา พวกสนิท (2563) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา” พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทาง/ระยะเวลาในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 41 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพเป็นลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อไหว้พระทำบุญ เดินทางมากับครอบครัว ส่วนมากได้แหล่งข้อมูลจากคนรู้จัก/บุคคลใกล้ชิด ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท เดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อเดือน นอกจากนี้ผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับปรุงเปลี่ยนสถานท่องเที่ยวให้มีความแปลกใหม่ สร้างความหลากหลายของกิจกรรม เช่น ให้อาหารปลา นำเอาผลิตภัณฑ์ในพื้นที่มาวางขาย ฯลฯ ให้มีความสำคัญในเรื่องสถานที่จอดรถ ห้องสุขา หรือบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีความเพียงพอต่อแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวต่อไป

2. จากผลการวิจัย ภาครัฐสามารถนำไปเป็นแนวทางวางแผนกลยุทธ์ปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ภายในเขตหนองแขมหรือตามวัดต่าง ๆ ในเขตหนองแขม เช่น ปรับปรุงถนนหนทางสาธารณะ ป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เสริมสร้างกิจกรรมทางวัฒนธรรมมีความหลากหลาย พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจดึงดูดผลักดันให้นักท่องเที่ยวสนใจมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม เท่านั้น ในการศึกษางานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายในพื้นที่ท้องถิ่น เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นและเป็นประโยชน์แก่คนภายในพื้นที่

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะได้ปรับปรุงพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเสริมสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นในทุกๆด้าน เพื่อเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้จะเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่โดยให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด



บรรณานุกรม

- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2567). การศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัด นครราชสีมา, (วารสารรัชต์ภาคย์), 18(59), 594-612. <https://search.tci-thailand.org/article.html?b3BlbkFydGljbGUmaWQ9NzgZNTgz>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับบททบทวน พ.ศ. 2568-2570). <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/T27465-66.pdf>
- กาญจนาดี พวงชื่น. (2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. (วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย), 15(2), 29-42. <https://www.tourismtaat.siam.edu/images/152/42.pdf>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567, 19 มกราคม). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ราย จังหวัด ปี 2566. https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2562, 10 มกราคม). วัฒนธรรม คุณค่าสู่มูลค่า. http://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?nid=3972&filename=index
- ขวัญชนก สุวรรณพงศ์. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย, (วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์), 7(3), 113-128. <https://search.tci-thailand.org/article.html?b3BlbkFydGljbGUmaWQ9NjUwNjM5>
- จุติรัช อนุกุล. (2564). จิตรกรรมฝาผนัง วัดธรรมนิการาม อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี. (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- เจษฎ์สิตา จารุวงศ์รัตน์. (2566). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวชาวไทย เจเนอเรชันวาย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019. (สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- เจษฎาภรณ์ ขานูพรหม, ประมินทร์ โหมยิตกุลพ และอริพันธ์ วรรณสุริยะ. (2567). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพุทธในเขตกรุงเทพมหานคร, (วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา), 32(3), 1-14. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/273899/186555>
- ดวงทิพย์ นากระโทก. (2563). แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐาน ขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์ชัย. (2567). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรีและลพบุรี. (วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ), 19(1), 37-73. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/258013/176715>
- ประเมษฐ์ พิษณุพันธ์เดชา. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกง ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย. (วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2570) (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2565 (2565, 1 พฤศจิกายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 139 ตอนที่ 285 ง, หน้า 36-37.
- พงศธร โกมลทัต. (2563). ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทยต่อพระราชวังบางปะอิน, (วารสารวิจัยและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา), 7(3), 95-106. <https://doi.org/10.53848/irdssru.v7i3.214459>
- พูนทรัพย์ เศษศรี. (2566). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร, (วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์), 4(1), 56-73. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/MSVAR/article/view/265895/177339>
- พิสมัย จัตุรัตน์. (2565). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พระสุธีรัตนบัณฑิต (สุทธิชัย อาภากรโร). (2564). การจัดการมรดกวัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนา./ นิติธรรมการพิมพ์.
- ภคมน หงส์คู่. (2565). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์, สิปปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ, และ สิริกัญญา ทองเส่ง. (2565). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 17(2), 56-68. https://eds.trang.psu.ac.th/mis/expert_system/file/20221222-093556.pdf
- ศิวพร มีนาภา. (2561). ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานผังและพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานคร. (2564). *แผนที่รายเขต กรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2564*. <https://webportal.bangkok.go.th/cpud/page/sub/24779/แผนที่รายเขต-กรุงเทพมหานคร-ปี-พศ-2564>
- สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดนครสวรรค์. (2563). *รายงานสถานการณ์ทางสังคมจังหวัดนครสวรรค์ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๓*. https://www.m-society.go.th/ewtadmin/ewt/mso_web/download/article/article_20210402140159.pdf
- สำนักงานเขตหนองแขม. (2563, 17 มกราคม). *สภาพพื้นที่การปกครองเขตหนองแขม*. <https://webportal.bangkok.go.th/nongkhame/page/sub/108/ข้อมูลทั่วไปของเขต>
- สุกัญญา พวกสนิท. (2563). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสระบุรี*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- แสงรวี เกตุสุวรรณ. (2563). *องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. (สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภารัตน์ มณีอร่าม. (2563). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครสงขลา*. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุปัญญา ศรีสง่า. (2564). โมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวแบบนิบซ้ำซ้ำโดยมีพฤติกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน, (*วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*), 16(1), 56-66. <https://search.tci-thailand.org/article.html?b3BlbkFydGJbGUmaWQ9NjI3NTc4>
- สุธิดา ปานแก้ว และ ประสพชัย พสุนนท์. (2566). *องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวไหว้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา*. (*วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*). 17(179), 5.

- ยุทธภูมิ สุวรรณเวช. (2566). ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา.
- อัญชลี สมใจ. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ, (*ศิลปศาสตร์ปริทัศน์*), 15(2), 13-27. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/larhcu/article/view/244181/168466>
- อริสรา เสยานนท์. (2564). องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยววัยรุ่นในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อัยยรัช เศรษฐากรวัฒน์. (2566). แนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในวิถีปกติใหม่. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 6(2), 457-477. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JLASI/article/view/270398/175641>
- Acharya, S. (2022). Buddhism and Tourism: A General Review. *Journal of Tourism & Adventure*, 5(1), 62-78.
- Chen, A., Porter, N., & Tang, Y. (2022). How Does Buddhist Contemplative Space Facilitate the Practice of Mindfulness?. *Religions*, 13(5), 437. <https://doi.org/10.3390/rel13050437>
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd Ed.), John Wiley & Sons, New York.
- Dai, Y. Y., Shie, A. J., Chu, J.H., & Wu, Y. C. J. (2022). Low-Carbon Travel Motivation and Constraint: Scales Development and Validation. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 19(9), 5123. <https://doi.org/10.3390/ijerph19095123>
- Deana, D. L., Noviantib, S., & Noorc, A. (2020). The international and domestic tourist behavior in Australia: Quality vs. quantity issue in regional tourism development perspective. *International Journal of Applied Business Research*, 2(1), 47-58. 10.35313/ijabr.v2i01.80
- Dean, D., & Suhartanto, D., (2019). The formation of visitor behavioral intention to creative tourism: the role of push–Pull motivation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(5), 393-403. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1572631>

- Demirovic, D., Berjan, S., Milentijevic, N., Bilali, H. E., & Syromiatnikova, Y. A. (2019). *Exploration of tourist motivation and preferred activities in rural areas. Journal of the Geographical Institute Jovan Cvijic SASA*, 69(1), 29-37.
<http://dx.doi.org/10.2298/IJGI1901029D>
- Djumrianti, D., Mandiangan, P., Detmuliati, A., & Alfitriani, A. (2023). *Thematic Concepts of Economic Development and Political Dimensions to Create Cultural Tourism for Kemaro Island, Palembang* (6th ed.). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-026-8_8
- Drakakis, P. (2025). Regional disparities of cultural tourism in Greece. *International Conference on Business and Economics*, 4(1), 1-16.
- Faulina, F., Siregar, E., Novita, V., & Arimbi, S. (2020). Push and Pull Motivations on Halal Tourism. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 8(2), 2338-1647.
<https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2020.008.02.02>
- Haar, B. J. (2022). *Chinese Buddhism and the Scholarship of Erik Zürcher*. / Brill.
https://doi.org/10.1163/9789004522152_008
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Facilities, Accessibility and Travel Attraction on Tourist Satisfaction. *Journal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(2), 123-133. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3228>
- Hanim, W., & Mardiana, S. (2023). Analysis of The Potential of Rancakalong Tourism Using Attraction, Accessibility, Amenity and Ancillary Approaches (4A). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 8(2), 342-358. <https://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika/article/download/4270/3183>
- Iana, P., & Tessa, R. (2024). *Between tradition and tourism: Cultural heritage and preservation in the management of indigenous tourism in Thailand and Australia*. (Master dissertation, Aalborg University).
https://vbn.aau.dk/ws/files/719467193/Tessa_Ronda_Pistol_Iana_thesis_2024.pdf
- Jeambua, K., & Puttawong, D. (2022). Exploring the relationship between socio-demographic characteristic and tourist behaviors: an empirical study in Pathum Thani Thailand. *RMUTT Global Business Accounting and Finance Review (GBAFR)*, 6(2), 47-62.
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/GBAFR/article/download/263210/172550>

- Karim, R., Latip, N. A., Marzuki, A., Shah, A., & Muhammad, F. (2021). Impact of Supply Components-4As on Tourism Development: Case of Central Karakoram National Park, Gilgit-Baltistan, Pakistan. *International Journal of Economics & Business Administration*, 9(1), 411-424.
<https://ijeba.com/journal/682/download/Impact+of+Supply+Components-4As+on+Tourism+Development%3A+Case+of+Central+Karakoram+National+Park%2C+Gilgit-Baltistan%2C+Pakistan.pdf>
- Kostic, S. (2021). Research of the influence of sociodemographic characteristics of tourists on the choice of a travel destination in the context of Covid-19 pandemic. *International Journal of Economic Practice and Policy*, 18(1), 64-76.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. (17th ed.). Pearson education limited.
https://opac.atmaluhur.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ODIjY2E4ODIyODViZjFkODgzNDUxYWZINWFhZmY2MGE5MDc0ZDVmYWw=.pdf
- Lexhagen, M., Ziakas, V., & Lundberg, C. (2022). Popular Culture Tourism: Conceptual Foundations and State of Play. *Journal of Travel Research*, 62(7), 1391-1410.
<https://doi.org/10.1177/00472875221140903>
- Likert, R. (1932). A technique for measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 5-55.
- Lorincz, K. (2020). *Cultural Tourism*. / University of Pannonia, Faculty of Business and Economics. https://www.gtk.uni-pannon.hu/wp-content/uploads/2020/12/Cultural_Tourism_Katalin_Lorincz.pdf
- Majid, M., & Taghulihi, B. (2023). Identification of tourism potential and 3Aanalysis (attraction, amenity, accessibility) in maitara village of akebay village. *Journal of Gastro Tourism*, 1(2), 80-90. <https://doi.org/10.52465/jogasto.v1i2.145>
- Martel F. A., Buhrmester, M., Gómez, A., Vázquez, A., & Swann W. B. J. (2021). Why True Believers Make the Ultimate Sacrifice: Sacred Values, Moral Convictions, or Identity Fusion?. *Front. Psychol*, 12(1), 779120. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.779120>
- Mokoena, L. G. (2019). Cultural tourism: cultural presentation at the Basotho cultural village, Free State, South Africa. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(4), 470-490.

- Pairin, W. (2020). *The Pursuit of Peace*. J-BICS Trading Co., Ltd.
<https://www.mots.go.th/download/BannerLink/BuddhistTourism.pdf>
- Pang, Y., Dong, W., & Wang, X. (2023). Research on the early Buddhist architecture in the Ayeyarwady Basin. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 22(3), 1763-1790. <https://doi.org/10.1080/13467581.2023.2165403>
- Quenzer, J. B. (2021). *Exploring Written Artefacts*. / De Gruyter.
<https://doi.org/10.1515/9783110753301>
- Razakova, D., Shmatko, L., Shatila, K., & Davtyan, A. (2023). Analysis for the sustainability of intelligent transport systems in the United States. *E3S Web of Conferences*, 389(3), 2267-1242. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338905002>
- Ricci, C., Buscaglia, P., Angelici, D., Piccirillo, A., Matteucci, E., Demonte, D., Tasso, V., Sanna, N., Zenucchini, F., Croci, S., Iorio, F. D., Vigo, L., Quadrio, D., & Pozzi, F. (2024). A Technical Study of Chinese Buddhist Sculptures: First Insights into a Complex History of Transformation through Analysis of the Polychrome Decoration. *Coatings*, 14(3), 344. <https://doi.org/10.3390/coatings14030344>
- Shrestha, N. (2021). Probit Model Analysis of Tourists' Revisit Intention to Nepal. *Open Access Library Journal*, 8, 7210. <https://doi.org/10.4236/oalib.1107210>
- Soldatenko, D., & Backer, E. (2019). A content analysis of cross-cultural motivational studies in tourism relating T to nationalities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38(2019), 122–139. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.12.004>
- Surya, E. D., Felani, K. F., Tasril, V., & Andriani, A. (2023). Analysis of Tourist Attractions, Amenities and Accessibility to Tourist Visit Decisions Mediated by Digitalization Promotion. *International Journal of Economics and Management*, 1(02), 64-75.
<https://doi.org/10.54209/iem.v1i02.8>
- Tabash, M. I., Anagreh, S., Subhani, B. H., Al-Faryan, M. A. S., & Drachal, K. (2023). Tourism, Remittances, and Foreign Investment as Determinants of Economic Growth: Empirical Evidence from Selected Asian Economies. *Journal of Economies*, 11(2), 1-16.
<https://doi.org/10.3390/economies11020054>

- Tang, C., Liu, Y., Wan, Z., & Liang, W. (2023). Evaluation system and influencing paths for the integration of culture and tourism in traditional villages. *Journal of Geographical Sciences*, 33, 2489-2510. <https://doi.org/10.1007/s11442-023-2186-7>
- UNWTO. (2020). *Tourism and Culture*. <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>
- Utomo, D. K. S., Gusadi, M. H., Rahmi, U. A., Ramadhan, G., & Prawiti, W. D. (2024). Identifying 4a's Component (Attraction, Accessibility Amenity, And Ancillary) In Sade Tourism Village. *Jurnal Ilmu Sosial*, 22(1), 102-122. <https://doi.org/10.54783/dialektika.v22i1.220>
- Van, V. H. (2020). The Buddhism cultural heritage in the cultural life of Vietnamese people. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(3), 811-823.
- Vena-Oya, J., Castañeda-García J-A., & Rodríguez-Molina, M-A. (2022). Determinants of the Likelihood of Tourist Spending in Cultural Micro-Destinations: Type, Timing, and Distance of the Activity as Predictors. *Journal of sage*, 12(3), 23071. <https://doi.org/10.1177/21582440221125422>
- Wang'ombe, L., Njoroge, J., & Agufana, P. (2022). Analysis of domestic tourists' demographic and travel characteristics in Kenya. *Cognitive Sustainability*, 1(3), 2939-5240. <https://doi.org/10.55343/CogSust.24>
- Xie, P. F. (2022). Towards a Framework for the Morphology of Tourism. *Tourism Planning & Development*, 19(5), 377-391.
- Zhao, Y. (2020). Jiehebu or suburb? Towards a translational turn in urban studies. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 13(3), 527-542. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsaa032>





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

หัวข้อ “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม

กรุงเทพมหานคร”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของ

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ผู้วิจัย Try Thy

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการหาข้อมูลประกอบการศึกษาเฉพาะบุคคล ในหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษา แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

แบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับ ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามในการเสียสละเวลาตอบคำถามในแบบสอบถาม นี้จนครบทุกข้อ ผู้วิจัยขอรับรองว่า ข้อมูลและความเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ การ ประมวลผลข้อมูลจะประมวลผลในภาพรวม และจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์การศึกษาเท่านั้น

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสยาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกตอบได้ 1 ข้อ)

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 2) 20-30 ปี

☐ 3) 31-40 ปี

☐ 4) มากกว่า 41 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2) ปริญญาตรี

☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา

☐ 2) ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท

☐ 3) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

☐ 4) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ 5) พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ 5) อื่นๆ

5. รายได้

☐ 1) น้อยกว่า 10,000 บาท

☐ 2) 10,001 – 20,000 บาท

☐ 3) 20,001 – 30,000 บาท

☐ 4) มากกว่า 30,001 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว วัดไผ่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกตอบได้ 1 ข้อ)

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาครั้งนี้

☐ 1) เพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยว

☐ 2) ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ

☐ 3) ไหว้พระทำบุญ

☐ 4) เข้าบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์

☐ 5) ศึกษาพระธรรม

☐ 6) ทำวัตร สวดมนต์ นั่งสมาธิ

☐ 7) อื่นๆ

2. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย

☐ 1) เดินทางคนเดียว

☐ 2) ครอบครัว

☐ 3) เพื่อน

☐ 4) คู่รัก/สามีและภรรยา

☐ 5) อื่นๆ

3. แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยววัดไผ่เลี้ยวท่านทราบข้อมูลมาจากที่ใดมากที่สุด

- ☐ 1) คนรู้จัก/บุคคลใกล้ชิด ☐ 2) หนังสือพิมพ์
☐ 3) นิตยสาร/วารสาร ☐ 4) ป้ายบอกทาง
☐ 5) สื่อสังคมออนไลน์ ☐ 6) อื่นๆ

4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเดินทางครั้งนี้ประมาณเท่าไร

- ☐ 1) ไม่เกิน 500 บาท ☐ 2) 501-1,000 บาท
☐ 3) 1,001-2,000 บาท ☐ 4) มากกว่า 2,001 บาท

5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว วัดไผ่เลี้ยว

- ☐ 1) ครั้งแรก ☐ 2) 2 – 3 ครั้งต่อเดือน
☐ 3) 4 – 5 ครั้งต่อเดือน ☐ 4) มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงงูใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ข้อที่ตรงกับระดับแรงงูใจของท่าน

ระดับความพึงพอใจ (5. มากที่สุด 4. มาก 3. ปานกลาง 2. น้อย 1. น้อยที่สุด)

แรงงูใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ด้านแรงงูใจดึงดูด					
1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
ความมีชื่อเสียงของโบสถ์มหายันต์ 1,008 ยันต์					
ความสวยงามของสถาปัตยกรรม					
ความมีเอกลักษณ์ของวัด เช่น โบสถ์เก่า และวิหารต่าง ๆ					
ความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ภายในวัด					
1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา					
สถานที่จอดรถภายในวัด					
ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม และร้านอาหาร					
การรักษาความปลอดภัยภายในวัด เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด					

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
2. แรงจูงใจหลักด้าน					
2.1 ด้านกิจกรรม					
การไหว้พระขอพร การปฏิบัติธรรม การนั่งสมาธิ					
กิจกรรมประจำวัน เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น					
กิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วิสาขบูชา มาฆบูชา					
กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์					
กิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวชนเณร					
2.2 ด้านการเข้าถึง					
วิธีการเดินทางมาวัดมีความสะดวก เช่น รถประจำทาง รถตู้ รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน เดินเท้า เป็นต้น					
ภายในวัดมีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชัดเจน					
ทางวัดมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด					
ทางวัดมีเจ้าหน้าที่ (โฆษกของวัด) ช่วยแนะนำสถานที่ภายในวัด					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

กรุณาให้ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ร่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย (IOC)

เรื่อง “ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง

เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ”

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

2. แบบสอบถามฉบับนี้มุ่งตรวจสอบ เพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามที่ใช้สอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คำถามที่ใช้สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 คำถามที่ใช้สอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. ขอความกรุณาท่านผู้เชี่ยวชาญ ช่วยพิจารณาแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องนี้หรือไม่ ด้วยการให้คะแนนในแต่ละคำถามในระบบ IOC โดยทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่าง เกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC

- 1) ให้ 1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่า ข้อนั้นมีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
- 2) ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่า ข้อนั้นมีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
- 3) ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่า ข้อนั้นมีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

5. ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านผู้เชี่ยวชาญ ให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์ โดยเขียนข้อเสนอแนะไว้ท้ายข้อความนั้นๆ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมานโอกาสนี้

Mr. Try Thy นักศึกษาปริญญาโท

บัณฑิตวิทยาลัย สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ: โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบเหมาะสมหรือไม่
อย่างไร

คำชี้แจง เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 คำถามที่ใช้สอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1	เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง				
2	อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20-30 ปี ☐ 31-40 ปี ☐ มากกว่า 41 ปี				
3	ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี				
4	อาชีพ ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท ☐ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ พ่อบ้าน/แม่บ้าน				
5	รายได้ ☐ น้อยกว่า 10,000 บาท ☐ 10,001 – 20,000 บาท ☐ 20,001 – 30,000 บาท ☐ มากกว่า 30,001 บาท				

ส่วนที่ 2 คำถามที่ใช้สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
6	วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาครั้งนี้ ☐ เพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ☐ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ☐ ไหว้พระทำบุญ ☐ เข้าบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ☐ ศึกษาพระธรรม				
7	บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ☐ เดินทางคนเดียว ☐ ครอบครัว ☐ เพื่อน ☐ คู่รัก/สามีและภรรยา				
8	แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวที่ท่านทราบ ข้อมูลวัดไผ่เลียง มาจากที่ใด ☐ คนรู้จัก/บุคคลใกล้ชิด ☐ หนังสือพิมพ์ ☐ นิตยสาร/วารสาร ☐ ป้ายบอกทาง ☐ สื่อสังคมออนไลน์				
9	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเดินทางครั้งนี้ ประมาณเท่าไร ☐ ไม่เกิน 500 บาท ☐ 501-1,000 บาท ☐ 1,001-2,000 บาท ☐ มากกว่า 2,001 บาท				

10	ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว วัดไผ่ล้อม ☐ ครั้งแรก ☐ 2 – 3 ครั้งต่อเดือน ☐ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน				
----	--	--	--	--	--

ตอนที่: 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรม

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1. ด้านแรงจูงใจดึงดูด					
12	1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ				
13	ความมีชื่อเสียงของโบสถ์มหายันต์ 1,008 ยันต์				
14	ความสวยงามของสถาปัตยกรรม				
15	ความมีเอกลักษณ์ของวัด เช่น โบสถ์เก่า และวิหารต่าง ๆ				
16	ความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ ภายในวัด				
17	1.2 ด้านอำนวยความสะดวก				
18	สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา				
19	สถานที่จอดรถภายในวัด				
20	ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม				
21	การรักษาความปลอดภัยภายในวัด เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด				

2. ด้านแรงจูงใจผลักดัน				
24	2.1 ด้านกิจกรรม			
25	การไหว้พระขอพร การปฏิบัติธรรม การนั่งสมาธิ			
26	กิจกรรมประจำวัน เช่น ทำวัตรเช้า ทำวัตรเย็น			
27	กิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วิสาขบูชา มาฆบูชา			
28	กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์			
29	กิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวช เณร			
2.2 ด้านการเข้าถึง				
30	วิธีการเดินทางมาวัดมีความสะดวก เช่น รถประจำทาง รถตู้ รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน เดินเท้า เป็นต้น			
31	ภายในวัดมีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชัดเจน			
32	ทางวัดมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด			
33	ทางวัดมีเจ้าหน้าที่ (โฆษกของวัด) ช่วยแนะนำสถานที่ภายในวัด			

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับของผู้ตอบแบบสอบถาม

34					
----	---	--	--	--	--

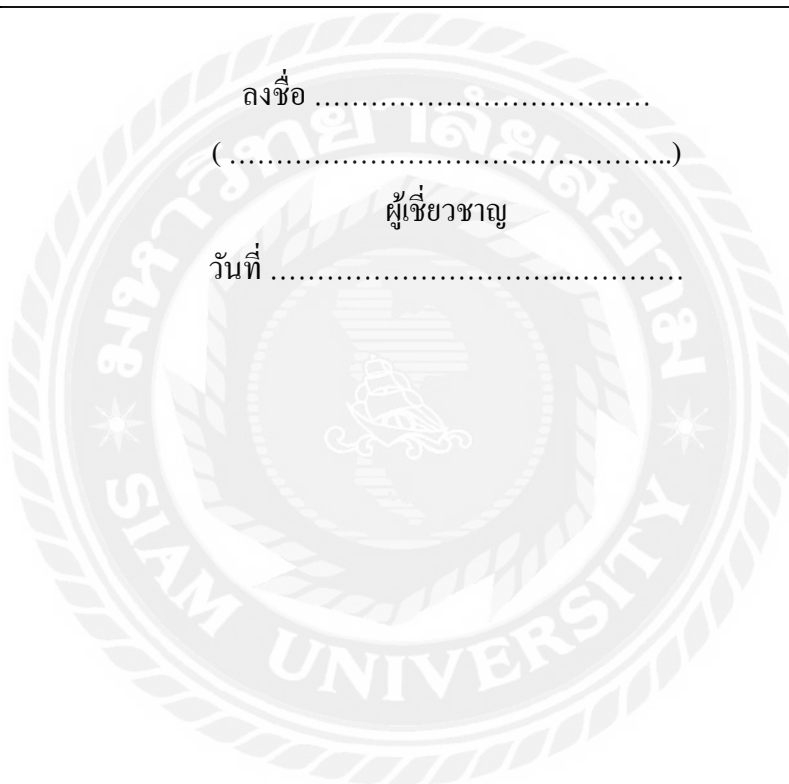
ข้อ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ
35	ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

วันที่



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	Try Thy
วันเกิด	14 September 2001
สถานที่เกิด	Cambodia
ประวัติการศึกษา	2019 - 2023 Bachelor of Political Science Program in Government. (2 nd Class Honours) Mahamakut Buddhist University.
ประวัติการศึกษาทางธรรม	พ.ศ. 2565 นักธรรมชั้นตรี พ.ศ. 2566 นักธรรมชั้นโท พ.ศ. 2567 นักธรรมชั้นเอก
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2565 ฝึกงานที่ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตสิรินธรราชวิทยาลัย ตำแหน่ง พนักงานธุรการทั่วไป พ.ศ. 2565 - ปัจจุบัน อาสาสมัคร ของสมาคม Khemara Sangaha Dhamma Association. ตำแหน่ง ธุรการทั่วไป (เอกสารต่างประเทศ)