

DPU NATIONAL CONFERENCE 2025

การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ปี 2568



ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 20 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่น ครั้งที่ 9

ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ต่อการพัฒนาความยั่งยืนของธุรกิจ

**ENVIRONMENTAL IMPACTS OF SUSTAINABLE
DEVELOPMENT IN BUSINESS**

27

มิถุนายน 2568
08.30 – 16.30 น.

**ONLINE
ONSITE**
HYBRID CONFERENCES

ตารางนำเสนอผลงานวิชาการและบทความวิจัย โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 20 และเครือข่ายวิจัยประชาชน ครั้งที่ 9
เรื่อง “ENVIRONMENTAL IMPACTS OF SUSTAINABILITY DEVELOPMENT IN BUSINESS ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมต่อการพัฒนาความยั่งยืนของธุรกิจ”

วันศุกร์ที่ 27 มิถุนายน 2568 เวลา 08.30 – 16.30 น.ห้องนำเสนอ กลุ่มที่ 1_Zoom 7 : <https://zoom.us/j/99670920547>

ผู้ดำเนินรายการ อาจารย์ ดร.พรทิพย์ ตันติวิเศษศักดิ์ Zoom 7 (ดู link ทางอีเมลที่ลงทะเบียนไว้)

ที่	หมายเลขบทความ	เวลาที่นำเสนอ	ผู้นำเสนอ	ชื่อบทความ	สังกัดหน่วยงาน
1	6093	13.00-13.15 น.	คุณณิชาธิ์ ศิริรัตน์ คุณเสาวลักษณ์ ประทุมรัตน์	ลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของเจนเนอเรชั่น Z ในท้องถิ่นภาคใต้ ผ่าน TikTok	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
2	6095	13.15-13.30 น.	คุณศศิพร สีนานนารถ	การวิเคราะห์ความพึงพอใจทางประสาทสัมผัสและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อกาแฟโรบัสต้า	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3	6096	13.30-13.45 น.	คุณกมลทิพย์ มาลัย คุณนันทกานต์ แววรรณจิตร	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ เพชบุ๊ก ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น y ในจังหวัดนครศรีธรรมราช	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
4	6098	13.45-14.00 น.	คุณจันทกานต์ กรรณสูตร	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมงาน Pet Expo ของผู้บริโภคในประเทศไทย	มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี
5	6139	14.00-14.15 น.	คุณธนวัฒน์ เรืองชาติรี	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคไวน์ออร์แกนิกชาวไทย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
6	6141	14.15-14.30 น.	คุณเมธิณ มุสิกสวัสดิ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอาหารหมักเพื่ออยู่อาศัยในเขตนานาา จังหวัดกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
7	6148	14.30-14.45 น.	คุณภคิมา สร้อยบัวงาม	ความต้องการสินค้าแฟชั่นสีเขียวของผู้บริโภคเพศหญิง Genneration Z ในเขตกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
8	6149	14.45-15.00 น.	คุณดารินทร์ธาดา ปามาคำ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ประเภท Green Beauty แบบออนไลน์ ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ในกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
9	6078	15.00-15.15 น.	คุณศุจินธรา ลากุลเพี้ย คุณสุภาณี ชูศรี	พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวชมงานอีเวนต์ในอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
10	6040	15.15-15.30 น.	คุณทรี ธี	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัยสยาม

บทความวิจัยกลุ่มที่ 1 การบัญชี บริหารธุรกิจ การบิน การศึกษา และ นิเทศศาสตร์

79	ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์แบบยั่งยืนของ ผู้ประกอบการกลุ่มเจนเอเรชั่น Y ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร วิมลศิริ ณ สงขลา	1155
80	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไม้เลื้อย เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ทรี ธี	1172
81	แรงจูงใจและความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีในการตัดสินใจยื่นภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาของพนักงานบริษัทเอกชนผ่านระบบE-filing ในเขตกรุงเทพมหานคร อรรพรรณ จุฬา	1188
82	ลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของเจนเอเรชั่น Z ในท้องถิ่น ภาคใต้ ผ่าน TikTok ณิชาธิ์ ศิริรัตน์ และ เสาวลักษณ์ ประทุมรัตน์	1202
83	หลักการบริหารจัดการความเสี่ยงระดับองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหาร ความเสี่ยงของกองทัพอากาศ หทัยชนก อ่อนฉาย	1215
84	อิทธิพลของกลยุทธ์การแสดงจุดยืนตราสินค้าและระดับการมีส่วนร่วม ที่สร้างความ แตกต่างในพฤติกรรมบายและบอยคอตของผู้บริโภค ธงชัย ศรีวรรณะ	1229
85	อิทธิพลของการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน การรับข้อมูลทางการเงินจาก AI และการมี ส่วนร่วมในชุมชนการเงินออนไลน์ ที่มีต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน ของ ผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี วรวิภา เมืองสงวน	1245
86	อิทธิพลของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และปัจจัยเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อ อัตราผลตอบแทนรวมของดัชนีหลักทรัพย์รายกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณัฐกมล วีระพัฒนากูร	1259
87	อิทธิพลของความไว้วางใจในแบรนด์ ผู้มีอิทธิพล และการมีส่วนร่วมที่มีต่อความตั้งใจ ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพบนแพลตฟอร์ม TIKTOK ของผู้หญิงชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เทวิกา จุลยาเมือง	1277

—— บทความวิจัย กลุ่มที่ 1 ——

การบัญชี บริหารธุรกิจ การบิน
การศึกษา และนิเทศศาสตร์



แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่ไถ่ง

เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

Motivations for Buddhist and Cultural Tourism at Wat Phai Liang

Nong Khaem District, Bangkok

ทรี ธี*

Try Thy

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม*

MBA Program in Marketing Management, Siam University.

นักศึกษาปริญญาโท*

Master's Degree Student.

อีเมล: trythy1234@gmail.com

ธีติมา ปิยะศิริศิลป์**

Dr. Teetima Piyasirisilp

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม **

Faculty Member, Graduate School of Business, Siam University.

อาจารย์ที่ปรึกษา**

Advisor

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่ไถ่ง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร และ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่ไถ่ง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ทีเทส เอฟเทส ค่าแอลเอสดี และ โคสแควร์ ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่ไถ่ง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่วนด้านการศึกษา และรายได้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่ไถ่ง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์

ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, พฤติกรรมการท่องเที่ยว

Abstract

This research aimed 1. to study the demographic factors of tourists who visited Buddhism and cultural tourism at Wat Phai Liang, Nong Khaem District, Bangkok; and 2. to study the motivational factors of tourists who visited Buddhism and cultural tourism at Wat Phai Liang, Nong Khaem District, Bangkok. The sample group used in this research was 400. The researcher used a questionnaire as a data collection tool. The descriptive statistics used for analysis were percentage, mean, and standard deviation, while the inferential statistics used for hypothesis testing were T-test F-test, LSD and Chi-Square values were used to analyze the relationship between the variables with statistical significance level at 0.05. The results found that, different demographic factors generate differences in behaviors in Buddhist and cultural tourism at Wat Phai Liang, Nong Khaem District, Bangkok in terms of gender, age, and occupation. However, education level and income didn't generate a difference in tourist behavior. Motivational factors related to travel objectives and travel frequency significantly influence Buddhism and cultural tourist behavior. However, accompanying persons, tourism information sources, and travel expenses have no relationship with tourism behavior.

Keywords: Tourism motivation, Buddhism tourism, Cultural tourism, Tourist behavior

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของไทย และยังเป็นแหล่งสร้างรายได้สำคัญให้แก่เศรษฐกิจของประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ ด้วยศักยภาพในเรื่องของทำเลที่ตั้งความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว และความเป็นไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม (Arts and Culture) และโบราณสถาน

(Archaeological Site) อันงดงามของคนไทย (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) โดยปัจจุบันสังคมไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของศิลปวัฒนธรรม และเทศกาลต่าง ๆ รวมถึงความตื่นตัวต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ เป็นสัญญาณที่ดีที่เป็นตัวบ่งบอกถึงการยังค้ำรักษาค่านิยมของวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย การส่งเสริมและการสนับสนุนเทศกาลหรือพิธีกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรมช่วยให้สามารถสืบทอดและประสานความรู้สึกรักของชาวไทยต่อวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2562) การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้ และนวัตกรรมในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว เพื่อเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับวัตถุสิ่งของ จิตวิญญาณ ภูมิปัญญา และประวัติศาสตร์ หรือผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ทั้งที่จับต้องได้ (Tangible Culture) และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Culture) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม เป็นประเภทการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพควรได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างมากจากนักท่องเที่ยว เนื่องด้วย 1) ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นมามีจำนวนมาก เช่น วัด โบราณสถาน หรือสถานที่ประวัติศาสตร์ เป็นต้น 2) ประเทศไทยมีต้นทุนด้านสถานที่ท่องเที่ยวความพร้อมของชุมชนในการนำเสนอกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรมที่โดดเด่นดึงดูดนักท่องเที่ยว ที่ถูกจัดเป็นมรดกวัฒนธรรมอันจับต้องไม่ได้ (Intangible Heritage) โดยองค์การ UNESCO นอกจากนี้ ประเทศไทย ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้จดทะเบียนเป็นมรดกโลกหลายที่ กระจายตามจังหวัดของประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) ส่วนภายในเขตหนองแขมมีแหล่งท่องเที่ยวอีกหนึ่งแห่งที่น่าสนใจมีวัดสำหรับประกอบพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาที่สำคัญของชุมชนในบริเวณนี้ ซึ่งประกอบไปด้วย วัดหนองแขม, วัดอุดมรังสี, วัดศรีนวลธรรมวิมล, วัดหลักสาม, วัดวงษ์ลาภาราม และวัดไผ่เลี้ยง โดยวัดไผ่เลี้ยงเป็นวัดที่มีความโดดเด่นภายในเขตหนองแขม มีพระอุโบสถที่สวยงาม ภายในพระอุโบสถมีพระพุทธรูปสีทองประดิษฐานอยู่ โดยหลวงพ่เจ้าอาวาสได้นำแบบจำลององค์พระประธานมาจากวัดแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลกเป็นวัดที่หลวงพ่เจ้าอาวาสเคยจำพรรษา และวัดไผ่เลี้ยงเป็นวัดคู่กับชุมชนหนองค้างพลูมาแล้ว 40 กว่าปี เป็นสถานที่สักการบูชาหรือสำหรับประกอบพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาและเป็นแหล่งท่องเที่ยว อีกหนึ่งแห่งที่มีความโดดเด่นของเขตหนองแขม มีความสง่างามในเรื่องศิลปะการแกะสลักยันต์มีจุดโดดเด่นดึงดูดของวัดคือ โบสถ์มหายันต์ด้านในของกำแพงรอบ ๆ ตัวโบสถ์มีหลายยันต์ที่มีความหมายแตกต่างกันหลาย ๆ รวมถึง 1,008 ยันต์ ซึ่งเป็นโบสถ์ดักศิลาหลังแรกและหลังเดียวในประเทศไทยที่นำยันต์เก่าแก่และยันต์โบราณที่เจ้าอาวาสสะสมนำมาแกะสลักลงบนหินอ่อนติดกับฝาผนังโบสถ์มากถึง 1,008 ยันต์ นับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (สำนักงานเขตหนองแขม, 2563) ดังนั้นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์ออกไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ เกี่ยวกับศาสนาและวัฒนธรรม มีความประสงค์ที่จะพบเจอบุคคล สถานที่ต่าง ๆ เช่น โบราณสถาน สถานที่วัฒนธรรม ศาสนสถาน เป็นต้น ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ไม่เพียงแต่

เสริมสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีกิจกรรมหลากหลายดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และมีอิสระในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดความผ่อนคลาย และมีความสุข ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ในเขตหนองแขม

คำถามงานวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานครมีลักษณะอย่างไร
2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตงานวิจัย

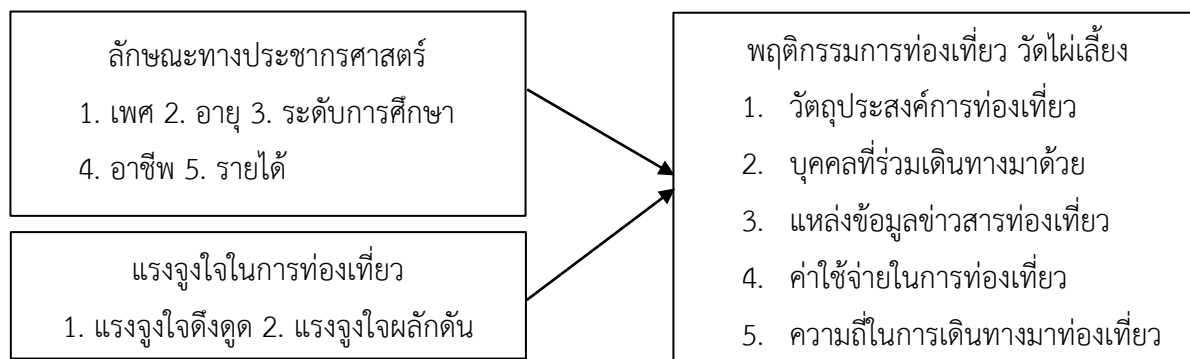
1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดไร่เลียง และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจดึงดูด ด้านแรงจูงใจผลักดัน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
2. ประชากรศาสตร์ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตด้านสถานที่ วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มวิจัยพฤษภาคม พ.ศ. 2567 ถึง กันยายน พ.ศ.2567

สมมติฐานงานวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดงานวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ คือการศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้าง ทางเศรษฐกิจ สังคม ศาสนา วัฒนธรรม การเคลื่อนไหวของประชากรในช่วงเวลา ความหนาแน่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และข้อมูลสถิติด้านอื่นๆ เกี่ยวกับผู้คนในสังคมในมิติทางปริมาณ (จำนวน) (Kotler & Armstrong, 2018; Payal & Jangid, 2021; Lu, et al., 2022) เป็นแนวคิดทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กันระหว่าง เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Alawi, et al., 2022) ซึ่งสามารถให้ความหมายดังนี้

เพศ (Gender) เป็นตัวแปรสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยเพศหญิงและเพศชายมีความชอบ ทักษะ ความคิดเห็น ที่แตกต่างกัน และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อายุ (Age) เป็นปัจจัยอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลทำให้คนมีทัศนคติความคิดและพฤติกรรมที่เหมือนกันหรือแตกต่างกัน ซึ่งความชอบของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามอายุ การศึกษา (Education) กระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความรู้ ความคิด ทักษะ คุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่ดีงาม เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีคุณภาพ และส่งผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้เกี่ยวกับ วัฒนธรรม ประเพณี และทางศาสนา เป็นต้น อาชีพ (Occupation) คือการทำมาหากินของคนในสังคม โดยลักษณะอาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่แตกต่างกัน ลักษณะอาชีพยังมีความสัมพันธ์ต่อระดับรายได้ด้วย และรายได้ (Income) แสดงถึงสถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทางท่องเที่ยว และโอกาสความเป็นอยู่สถานะทางสังคม

แนวคิดที่น่าไปใช้ทำความเข้าใจปัจจัยแรงจูงใจการท่องเที่ยวมากที่สุด คือทฤษฎีแรงจูงใจดึงดูดและแรงจูงใจผลักดัน ซึ่งปัจจัยดึงดูดเป็นการแสดงถึงสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเฉพาะที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้นๆ ส่วนปัจจัยผลักดัน คือสามารถจูงใจให้ผู้คนเดินทาง เพื่อทำกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมและการเรียนรู้ (Soldatenko & Backer, 2019)

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจแบ่งเป็น

ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ปัจจัยดึงดูดเป็นปัจจัยจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยว ที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นการเฉพาะ เช่น สถานที่วัฒนธรรม โบราณสถาน และสถานที่กิจกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา หรือเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในพระภิกษุสงฆ์ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ (Faulina, et al., 2020)

ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ปัจจัยผลักดัน เป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่ส่งผลให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว โดยบุคคลจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น ๆ จะขึ้นอยู่กับ ลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว เช่น เข้าร่วมกิจกรรมเชิงพุทธศาสนา กิจกรรมประเพณีท้องถิ่น และกิจกรรมเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น (Chen, et al., 2022)

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวแบบผสมผสานระหว่างการเข้าชมและสัมผัสกับสถานที่ที่มีความสำคัญทั้งพระพุทธรูปและวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่สนใจในลักษณะการท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความสำคัญทางพระพุทธรูปและได้ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม เช่น การเดินทางไปยังเมืองที่มีวัดโบราณและเป็นสถานที่สักการะบูชา ซึ่งนอกจากจะได้สักการะบูชาพระพุทธรูปหรือโบราณสถานแล้วยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมผ่านการเข้าร่วมงานเทศกาลและกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ (Van, 2020) สามารถแบ่งการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ด้านได้แก่

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ไม่เพียงแต่การแสวงบุญหรือประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเท่านั้นแต่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสถาปัตยกรรม โบราณวัตถุทางพระพุทธรูป ความเชื่อของบรรพบุรุษ ได้สัมผัสวิถีแห่งบุญเป็นกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์อันดีงามต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบการอนุรักษ์นิยมช่วยส่งเสริมรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น สืบทอดอายุพระพุทธรูป รวมทั้งได้ผ่อนคลายความเครียดเกิดความสนุกสนาน (Pairin, 2020; Le & Agarwal, 2023) ได้พูดถึงการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่เน้นการสำรวจสถานที่เป็นหลัก และได้สัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางที่เกี่ยวข้องกับศาสนา วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกี่ยวกับศาสนา เช่น การเดินเยี่ยมชมสถานที่ของวัด เจดีย์ วิหาร (โบสถ์) และสถาปัตยกรรม ตลอดจนการเข้าร่วมพิธีกรรมหรือวันสำคัญทางพระพุทธรูป

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดหมายปลายทางมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความคุ้นเคยในสถานที่ทางวัฒนธรรมที่ได้มาเยี่ยมชม และได้จากกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของประชาชนอย่างซาบซึ้ง (Lorincz, 2020) การท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงวัฒนธรรม ได้รับความนิยมในปัจจุบัน และสามารถนำพานักท่องเที่ยวจากชาติพันธุ์ต่างดินแดนห่างไกล ใช้ภาษาแตกต่างกันมาพบปะซึ่งกันและกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมด้วยกันและได้ศึกษาวัฒนธรรมในต่างถิ่นฐานเดิม (Xie, 2022; Richards,

2020) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ภัยสำคัญและเป็นคุณลักษณะ ชัยนำของสิ่งที่ได้รับเรียกว่า การท่องเที่ยวแบบใหม่ มีความยืดหยุ่น มีความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว นั่นคือสิ่งที่แทนที่การท่องเที่ยวแบบเดิมที่เป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชน

วิธีการดำเนินการวิจัย

กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรศาสตร์ที่ใช้ในการวิจัย คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ ดับเบิลยู จี คอชแรน (Cochran, 1977) ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5%

$$P = 0.5 \text{ สูตร } n = \frac{Z^2}{4e^2} \quad n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \quad n = 384.16$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามเกี่ยวกับ 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ 5 ข้อ เป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 5 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิดมีลักษณะคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก 3) ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว วัดไผ่เลี้ยง จำแนกเป็น 2 ด้าน 3.1) ด้านแรงจูงใจดึงดูด 3.2) แรงจูงใจผลักดัน รวมจำนวน 17 ข้อ เป็นแบบสอบถามในรูปแบบของ Rating Scale ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น ประเมินด้วยมาตรวัดตามแบบ Likert 5 ระดับ (Likert, 1932) และ 4) ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ 1 ข้อ

2. ข้อเสนอแนะ การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม IOC จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา รวมเท่ากับ 0.9

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย มีดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ใช้สถิติหาความถี่ และร้อยละ ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว วัดไผ่เลี้ยง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ใช้สถิติหาความถี่ และร้อยละ และส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยง ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยแบ่งได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ T-test F-test และค่า LSD ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Chi-square

ผลการวิจัย

ผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำนวน 400 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 มีอายุมากกว่า 41 ปี 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 ระดับการศึกษา ต่ำกว่า ปริญญาตรี 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 อาชีพ ลูกจ้างเอกชน และพนักงานบริษัท 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รายได้ 10,001-20,000 บาท 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อไหว้พระทำบุญ 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 บุคคลที่รวมเดินทางมาด้วย คือครอบครัว 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารจาก คนรู้จักและบุคคลใกล้ชิด 289 คนคิดเป็นร้อยละ 72.3 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่เกิน 500 บาท 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อเดือน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า

ด้านแรงจูงใจดึงดูด (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
ด้านแรงจูงใจดึงดูด (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
5. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และห้องสุขา	3.91	1.02	มาก
6. สถานที่จอดรถภายในวัด	3.79	1.08	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ด้านแรงจูงใจดึงดูด (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
7. ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม และร้านอาหาร	3.53	1.21	มาก
8. การรักษาความปลอดภัยภายในวัด เช่น กล้องวงจรปิด	3.60	1.21	มาก
ด้านแรงจูงใจผลักดัน (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 วิสาขบูชา มาฆบูชา	4.09	0.90	มาก
12. กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น งานลอยกระทง งานสงกรานต์	4.18	0.88	มาก
13. กิจกรรมทางศาสนา เช่น งานกฐิน งานบวชนเณร	4.17	0.90	มาก
ด้านแรงจูงใจผลักดัน (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. ป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด	3.55	1.18	มาก
17. ทางวัดมีเจ้าหน้าที่ช่วยแนะนำสถานที่ภายในวัด	3.35	1.30	ปานกลาง

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่ล้อม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	$\bar{X}$		T	Sig.
	ชาย	หญิง		
1. วัดคู่ประสงค์การท่องเที่ยว	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*

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
1. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	F = 3.27 Sig. = 0.02*	F = 0.58 Sig. = 0.56	F = 2.29 Sig. = 0.04*	F = 2.38 Sig. = 0.06
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย	F = 5.58 Sig. = 0.00*	F = 0.20 Sig. = 0.18	F = 0.99 Sig. = 0.41	F = 2.24 Sig. = 0.08
3. แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว	F = 1.14 Sig. = 0.33	F = 0.13 Sig. = 0.87	F = 1.09 Sig. = 0.36	F = 0.42 Sig. = 0.73
4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	F = 4.67 Sig. = 0.00*	F = 13.37 Sig. = 0.00*	F = 5.84 Sig. = 0.00*	F = 13.43 Sig. = 0.00*
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	F = 18.00 Sig. = 0.00*	F = 2.31 Sig. = 0.10	F = 14.27 Sig. = 0.00*	F = 0.23 Sig. = 0.87

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว					
	วัตถุประสงค์		บุคคลที่ร่วมเดินทาง		แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว	
	Chi-square	Sig.	Chi-square	Sig.	Chi-square	Sig.
1. แรงจูงใจดึงดูด						
1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ	22.26	0.49	21.60	0.18	35.38	0.10
1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	48.59	0.00*	23.93	0.09	28.85	0.10

ตารางที่ 3 (ต่อ)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว					
	วัตถุประสงค์		บุคคลที่ร่วมเดินทาง		แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว	
	Chi-square	Sig.	Chi-square	Sig.	Chi-square	Sig.
2. แรงจูงใจผลักดัน						
2.1 ด้านกิจกรรม	40.11	0.04*	35.02	0.01*	32.11	0.11
2.2 ด้านการเข้าถึง	87.65	0.00*	19.71	0.23	44.50	0.00*

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว			
	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว		ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	
	Chi-square	Sig.	Chi-square	Sig.
1. แรงจูงใจดึงดูด				
1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ	15.67	0.16	21.08	0.05*
1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	14.59	0.26	15.08	0.23
2. แรงจูงใจผลักดัน				
2.1 ด้านกิจกรรม	19.94	0.10	16.54	0.15
2.2 ด้านการเข้าถึง	9.44	0.66	28.65	0.00*

การอภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไร่เลียง เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านอาชีพ ที่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดารัตน์ มณีร่วม (2563) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครสงขลา” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเพศต่างกัน มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเทศบาลนครสงขลาแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา พวงสนธิ (2563) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา” พบว่า อายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภคมน หงส์คู่ (2565) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา” พบว่า นักท่องเที่ยวมี อาชีพ แตกต่าง

กัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน และลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านการศึกษา และด้านรายได้ ไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี สมใจ (2563) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” พบว่า นักท่องเที่ยว มีระดับการศึกษา มีรายได้ ที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์และกิจกรรมไหว้พระและทำบุญ ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎาภรณ์ ยานุพรหม และคณะ (2567) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพุทธในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2564) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย” พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา พวกสนธิ (2563) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา” พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านความถี่ในการเดินทาง/ระยะเวลาในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไผ่เลี้ยว เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎาสิตา จารุวงศ์รัตน์ (2566) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวชาวไทย เจเนอเรชันวาย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019” พบว่า แรงจูงใจประกอบไปด้วยปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชันวาย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุบัญญัติ ศรีสง่า (2564) ศึกษาเรื่อง “โมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวแบบเนิบช้าโดยมีพฤติกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน” พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (ท่องเที่ยวทั่วไป) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2567) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไม้เลื้อย เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านอาชีพ ที่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการศึกษา และด้านรายได้ ไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม วัดไม้เลื้อย เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับปรุงสถานท่องเที่ยวให้มีความแปลกใหม่ สร้างความหลากหลายของกิจกรรม เช่น ให้อาหารปลา นำผลิตภัณฑ์ในพื้นที่มาขาย ปรับปรุงสถานที่จอดรถ ห้องสุขา เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว
2. จากผลการวิจัยภาครัฐ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) สามารถนำไปเป็นแนวทางวางแผนกลยุทธ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ในเขตหนองแขมหรือวัดต่างๆ ในเขตหนองแขม เช่น ปรับปรุงถนน ป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เสริมสร้างกิจกรรมทางวัฒนธรรมให้มีความหลากหลาย พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อปรับปรุงพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น และเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการภายในพื้นที่

หมายเหตุ

บทความใน “การประชุมวิชาการฯ นี้” เป็นความเห็นของผู้เขียนโดยเฉพาะ คณะกรรมการการจัดงาน
ไม่มีส่วนในความคิดเห็นในข้อความเหล่านั้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2567). การศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว
ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา,
(วารสารรัชต์ภาคย์), 18(59), 594-612. [https://search.tci-thailand.org/
article.html?b3BlbkFydGJbGUmaWQ9NzgZNTgz](https://search.tci-thailand.org/article.html?b3BlbkFydGJbGUmaWQ9NzgZNTgz)
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2562, 10 มกราคม). วัฒนธรรม คุณค่าล้ำมูลค่า.
http://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?nid=3972&filename=index
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570
(ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568-2570). <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/T27465-66.pdf>
- ขวัญชนก สุวรรณพงศ์. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยว
ชาวไทย, (วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์), 7(3), 113-128.
<https://search.tci-thailand.org/article.html?b3BlbkFydGJbGUmaWQ9NjUwNjM5>
- เจษฎ์สิตา จารุวงศ์รัตน์. (2566). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวชาวไทย เจ
เนอเรชั่นวาย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส
2019. (สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เจษฎาภรณ์ ยานุพรหม, ปรมินทร์ โฆษิตกุล และอธิพันธ์ วรรณสุริยะ. (2567). พฤติกรรมและแรงจูงใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพุทธในเขตกรุงเทพมหานคร, (วารสารวิชาการ
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา), 32(3), 1-14. [https://so06.tci-
thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/273899/186555](https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/273899/186555)
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2570) (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2565 (2565, 1 พฤศจิกายน).
ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 139 ตอนที่ 285 ง, หน้า 36-37.
- ภคมน หงศ์คู่. (2565). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว
ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สุกัญญา พวกสนิท. (2563). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสระบุรี. (วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภารัตน์ มณีอร่าม. (2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครสงขลา.
(สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- สุบัญชา ศรีสง่า. (2564). โมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวแบบเนิบช้าโดยมีพฤติกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน, (*วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*), 16(1), 56-66. <https://search.tci-thailand.org/article.html?b3BlbkFydGljbGUmaWQ9Njl3NTc4>
- สำนักงานเขตหนองแขม. (2563, 17 มกราคม). *สภาพพื้นที่การปกครองเขตหนองแขม*. <https://webportal.bangkok.go.th/nongkhame/page/sub/108/ข้อมูลทั่วไปของเขต>
- อัญชลี สมใจ. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโคลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ, (*ศิลปะศาสตร์ปริทัศน์*), 15(2), 13-27. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/larhcu/article/view/244181/168466>
- Alawi, A., Sosianika, A., & Setiawati, L. (2022). Tourist Experiences in Creative Cultural Attractions: A Demographic Perspective. *Journal of Marketing Innovation*, 2(1), 77-88.
- 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.
- 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>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. (17th ed.). Pearson education limited. https://opac.atmaluhur.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ODljY2E4ODIyODViZjFkODgzNDUxYWZlNWZhZmY2MGE5MDc0ZDVmYw==.pdf
- Likert, R. (1932). A technique for measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 5-55.
- Le, D. T. H., & Agarwal, K. M. (2023). Buddhist Tourism in India. In Taruna (Ed.), *Religious Tourism and Pilgrimage in India* (pp. 22-29). Bharti Publications.
- 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
- Lu, J., Xiao, X., Xu, Z., Wang, C., Zhang, M., & Zhou, Y. (2022). The potential of virtual tourism in the recovery of tourism industry during the COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 25(3), 441-457. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1959526>

Pairin, W. (2020). *The Pursuit of Peace*. J-BICS Trading Co., Ltd.

<https://www.mots.go.th/download/BannerLink/BuddhistTourism.pdf>

Payal, M., & Jangid, A. (2021). Overview of Tourist Behavior with Respect to Environmental Sustainability of Tourism in the Context of a Developing Economy: A Case Study of Mussoorie, India. *Journal of Tourism - Studies and Research in Tourism*, 22(1), 1–14. https://www.researchgate.net/publication/356378409_Overview_of_Tourist_Behavior_with_Respect_to_Environmental_Sustainability_of_Tourism_in_the_Context_of_a_Developing_Economy_A_Case_Study_of_Mussoorie_India

Richards, G. (2020). "Culture and tourism: natural partners or reluctant bedfellows? A perspective paper". *Tourism Review*, 75(1), 232-234. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2019-0139>

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>

Van, V. H. (2020). The Buddhism cultural heritage in the cultural life of Vietnamese people. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(3), 811-823.

Xie, P. F. (2022). Towards a Framework for the Morphology of Tourism. *Tourism Planning & Development*, 19(5), 377-391.

DPU NATIONAL CONFERENCE 2025

