



แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก
ในกรุงเทพมหานคร

MOTIVATION OF RELIGIOUS TOURISM TO PRAYING FOR LOVE REPUTATION OF
RELIGIOUS PLACE IN BANGKOK

ดวงทิพย์ นากระโทก

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก
ในกรุงเทพมหานคร



ดวงทิพย์ นากะโทก

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

MOTIVATION OF RELIGIOUS TOURISM TO PRAYING FOR LOVE REPUTATION OF
RELIGIOUS PLACE IN BANGKOK



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(M.A. (Integrated Tourism Management))
Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University
2020
Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์
เรื่อง
แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักใน
กรุงเทพมหานคร
ของ
ดวงทิพย์ นากระโทก

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก	 ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตรชัย)	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสมฤทัย สุนทรยาธร)
	 กรรมการ
	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา)

ชื่อเรื่อง	แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	ดวงทิพย์ นากระโท
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤติกา สายณะรัตรชัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจ และเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ วิธีการศึกษาใช้วิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวศาสนสถานจำนวน 385 คน นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และเจ้าหน้าที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน จำนวน 11 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางมายังศาสนสถานเป็นครั้งแรก กับเพื่อน มีวัตถุประสงค์เพื่อไหว้/อธิษฐานขอพรสิ่งศักดิ์ที่ศาลพระตรีมูรติ เช่น ทรลเวิลด์ ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยกว่า 500 บาท และใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูล แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก อยู่ในระดับมาก ได้แก่ แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านวัฒนธรรม ด้านกายภาพ และด้านระหว่างบุคคล ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักระหว่างเพศ และอายุ ไม่มีความแตกต่างกันและเมื่อเปรียบเทียบด้านสถานะพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร พบว่า ศาสนสถานเดินทางเข้าถึงได้ สะดวกสบาย ให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ทั้งยังช่วยสร้างขวัญกำลังใจ และเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาตนเองในเรื่องความคิด ความรู้ การขัดเกลาจิตใจ ประสบการณ์ ความประทับใจ และมีมิตรภาพจากการเดินทางท่องเที่ยว

คำสำคัญ : แรงจูงใจ อธิษฐานขอพร การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศาสนสถานในกรุงเทพมหานคร

Title	MOTIVATION OF RELIGIOUS TOURISM TO PRAYING FOR LOVE REPUTATION OF RELIGIOUS PLACE IN BANGKOK
Author	DUANGTHIP NAKRATHOK
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Assistant Professor Krittika Sainaratchai , Ph.D.

The objectives of this research are to investigate the behavior and motivation of Thai tourists and to compare their motivation for religious tourism in terms of their reputation and praying for love in religious places in Bangkok, classified by gender, marital status and age. This research used the mixed methods approach. The quantitative data were collected from a sample of 385 Thai tourists visiting famous religious places in Bangkok. The data were then analyzed using statistics to determine frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and One-way ANOVA. The qualitative data were collected from 11 key informants, comprised of experts, qualified people in the public and private sectors, and religious staff responsible for maintaining and administrating religious establishments through interviews. The data were analyzed with content analysis. The results of this study indicated that most of the respondents visited a religious place for the first time with their friends. Their main purpose of visiting was to pray at the Trimurti Shrine at Central World on the weekend. Their total expenditure for the trip was less than 500 Baht. The social media was used to search for information regarding religious places. In addition, overall motivation for religious tourism to pray for love of the respondents was at a high level. When individual aspects were considered, an aspect with the highest mean was emotional motivations, followed by personal development motivations, status motivations, cultural motivations, physical motivations, and interpersonal motivation, respectively. When personal factors were compared, it was found that respondents of different gender and age had indifferent motivation in terms of religious tourism to pray for love reputation of religious places in Bangkok. However, the respondents of a different marital status had different motivations in terms of religious tourism to pray for love in religious places in Bangkok with a statistical significance level of 0.05. The motivation of religious tourism to pray for love in religious place in Bangkok, and included the fact that religious places are easily accessible, that they educate about culture, to enhance morality and act as spiritual anchor, leading to self-development among the tourists through thinking, knowledge, spiritual purification, positive experience, impression and friendship from travel.

Keyword : Motivation Pray Religious tourism Religious places Bangkok

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะวัตรชัย อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของการวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสเมศย์ สุนธยาธร ประธานกรรมการ สอบสารนิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา กรรมการในการสอบสารนิพนธ์ ในครั้งนี้ ที่กรุณาให้คำแนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา อาจารย์ ดร. อัญชัญ ตันตพเทศ อาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จ้านงขอบ อาจารย์ ดร.อุษณีย์ วัชรไพศาลกุล และอาจารย์ดร.ชมพูนุท ภาณุภาส ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพ เครื่องมือการวิจัย รวมทั้งให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสารนิพนธ์ฉบับนี้ ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ที่ศาสนสถานทุกท่านที่คอยช่วยเหลือให้ความสะดวก ในทุก ๆ ด้าน ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญภาครัฐ ภาคเอกชน และนักทอ่งเที่ยว ทุกท่าน ในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี และเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน บุคลากรทุกท่าน และเพื่อน ๆ สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้คอยช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ พี่สาว และครอบครัวที่ได้อบรม สั่งสอน คอยสนับสนุนผู้วิจัย ให้ความช่วยเหลือ และผลักดันให้ประสบความสำเร็จ

สุดท้ายนี้คุณประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ครู อาจารย์ที่ได้ให้ความรู้ บิ ดามารดาผู้ให้กำเนิด คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้ให้วิชาความรู้ซึ่งก่อให้เกิดสารนิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น

ดวงทิพย์ นากะโทก

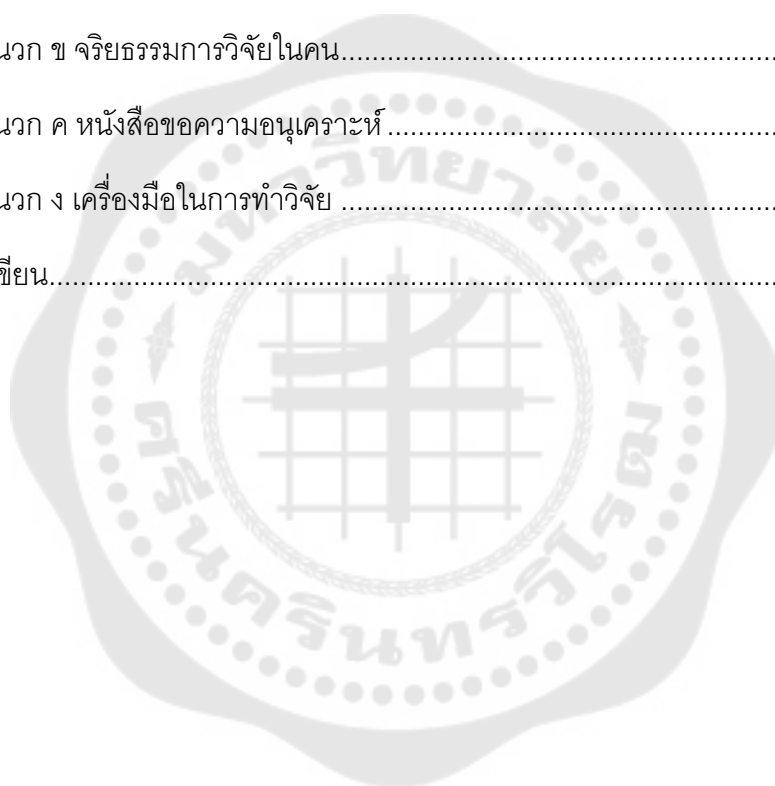
สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	9
1.1 ความหมายของแรงจูงใจ	9
1.2 ลำดับขั้นของแรงจูงใจ	10
1.3 การเกิดแรงจูงใจ	10
1.4 ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	11
1.5 ลักษณะของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	12
1.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	13

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	18
2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	18
2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว.....	18
2.3 หลักประชากรศาสตร์.....	20
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา.....	21
3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว.....	21
3.2 รูปแบบการท่องเที่ยว.....	22
3.3 องค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	25
3.4 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา.....	26
3.5 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา.....	27
3.6 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา.....	27
3.7 นักท่องเที่ยวเชิงศาสนา.....	28
3.8 ความหมายของศาสนาและความเชื่อ.....	28
4. ข้อมูลเกี่ยวกับศาสนสถานในกรุงเทพมหานคร.....	29
4.1 ศาลพระตรีมูรติ เซ็นทรัลเวิลด์.....	30
4.2 พระแม่ศรีมหาอุมาเทวี วัดพระศรีมหาอุมาเทวี.....	30
4.3 พระแม่ลักษมี ห้างเกษรวิลเลจ แยกราชประสงค์.....	32
4.4 พระพุทธไสยาส วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร.....	32
4.5 พระกฤษณะ วัดเทพมณเฑียร เสาชิงช้า.....	33
4.6 ศาลย่านาค วัดมหาบุศย์ พระโขนง.....	34
4.7 ศาลเจ้าแม่พระดู่ ตลาดเก่าเยาวราช.....	35
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม	41
1.1 การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	41
1.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
1.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	44
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์.....	45
2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	46
2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
2.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	47
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	48
1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	48
2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว	53
3. การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียง ในการ อธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร	61
4. การเปรียบเทียบข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการ อธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ	67
5. ผลการสัมภาษณ์	94
6. แนวทางการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มีชื่อเสียงในการ อธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร	100
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	103
สรุปผลการวิจัย.....	103
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	103

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์.....	106
อภิปรายผลการวิจัย	108
ข้อเสนอแนะ	113
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก.....	122
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย	123
ภาคผนวก ข จริยธรรมการวิจัยในคน.....	125
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	127
ภาคผนวก ง เครื่องมือในการทำวิจัย	137
ประวัติผู้เขียน.....	146



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	49
ตาราง 2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	49
ตาราง 3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	50
ตาราง 4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา.....	50
ตาราง 5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	51
ตาราง 6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	52
ตาราง 7 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ท่องเที่ยว จำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว	53
ตาราง 8 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	54
ตาราง 9 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดในการท่องเที่ยว	55
ตาราง 10 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลาของการท่องเที่ยว	56
ตาราง 11 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ท่องเที่ยว จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว.....	57
ตาราง 12 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ท่องเที่ยว จำแนกตามยานพาหนะในการเดินทาง	58

ตาราง 13 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	59
ตาราง 14 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ท่องเที่ยว จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	60
ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร.....	61
ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ. 62	
ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม	63
ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพ และเกียรติภูมิ	64
ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่าง บุคคล.....	65
ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิง ศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการ พัฒนาดตนเอง	66
ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิง ศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้าน อารมณ์และความรู้สึก	67
ตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ.....	68
ตาราง 23 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ จำแนกตามเพศ... 69	

ตาราง 24 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ 70	
ตาราง 25 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ จำแนกตามเพศ.....	71
ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล จำแนกตาม เพศ	72
ตาราง 27 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาตนเอง จำแนกตาม เพศ	73
ตาราง 28 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึก จำแนก ตามเพศ	74
ตาราง 29 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในการอธิษฐานขอ พรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะ	75
ตาราง 30 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ จำแนกตามสถานะ	76
ตาราง 31 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม จำแนกตาม สถานะ	77
ตาราง 32 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ จำแนกตามสถานะ	78

ตาราง 33 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล จำแนกตามสถานะ	79
ตาราง 34 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาตนเอง จำแนกตามสถานะ	80
ตาราง 35 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึก จำแนกตามสถานะ.....	81
ตาราง 36 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	82
ตาราง 37 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ จำแนกตามอายุ ..	83
ตาราง 38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพร เรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ	84
ตาราง 39 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องสถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์	85
ตาราง 40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย.....	85
ตาราง 41 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องสภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น.....	86
ตาราง 42 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ	86
ตาราง 43 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของ ศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา.....	87

ตาราง 44 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่อง การมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน.....	87
ตาราง 45 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม จำแนกตามอายุ 88	
ตาราง 46 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ จำแนกตามอายุ	89
ตาราง 47 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล จำแนกตาม อายุ.....	90
ตาราง 48 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาตนเอง จำแนกตาม อายุ.....	91
ตาราง 49 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึก จำแนก ตามอายุ.....	92
ตาราง 50 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่อง ทำให้รู้สึกมีความสุข	93

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2562) ประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตค่อนข้างมาก มีความหลากหลาย และเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงจริยธรรม การท่องเที่ยวสีเขียว เป็นต้น (दारार्ธน์ ภูธร, 2563) นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการท่องเที่ยวมิติใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม และเติบโตอย่างรวดเร็วควบคู่ไปกับกระแสการท่องเที่ยวของโลก คือ “การท่องเที่ยวเชิงศาสนา” ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบของวัฒนธรรมแขนงหนึ่ง (ประเมษฐ์ พิชญพันธ์เดชา, 2561) เนื่องจากศาสนาประกอบไปด้วยความเชื่อที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อการควบคุมสิ่งที่อยู่นอกเหนือจากการควบคุม ดังนั้นมนุษย์จึงสร้างพิธีกรรม เพื่อสร้างสัมพันธภาพกับอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มองไม่เห็น ปรากฏเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นเพื่อเคารพบูชาสิ่งที่มองไม่เห็น (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2552) การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเดินทางที่มีการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา หรืออาจกล่าวสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนา คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมความงดงามของศาสนสถาน อธิษฐานขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และเพื่อการปฏิบัติธรรม (กฤษณา รักษาโฉม, 2560) การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทยนั้นมีแนวโน้มการเติบโต และมีศักยภาพสูงขึ้น มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีวิถีชีวิต วิถีชุมชน และวัฒนธรรมที่น่าสนใจ การท่องเที่ยวเชิงศาสนาสร้างรายได้ให้แก่ประเทศทั้งจากค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร และในหลายพื้นที่เป็นกิจกรรมสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยแรงศรัทธาเพื่อความสบายใจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ที่สุด และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ธนพล พรหมสูงรังษ, 2562) ส่งผลให้ศาสนสถานกลายเป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้คนต่างให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่เคยจำกัดไว้สำหรับเป็นสถานที่ปฏิบัติกิจ และประกอบศาสนพิธีของชาวบ้าน กลายมาเป็นสถานที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่น (กรรณิกา คำดี, 2558) โดยอาศัยคุณสมบัติของศาสนสถานเป็นแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว เป็นการปรับแต่งแต่ยังคงสภาพเดิมไว้อยู่

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ให้ความเสรีในด้านการนับถือศาสนา คนไทยจึงเลือกนับถือศาสนาต่าง ๆ ได้ตามความสมัครใจ และอยู่ร่วมกันได้ในสังคม โดยประชากรส่วนมากนับถือศาสนาพุทธ มีความเชื่อเรื่องผี วิญญาณ ไสยศาสตร์ โชคลาง อาถรรพ์ เทพเจ้า ฯลฯ ซึ่งก็ได้ับถือสืบทอดกันมาเป็นเวลาช้านาน เป็นแบบแผนในการดำเนินชีวิต และยังคงแทรกซึมอยู่ทุกยุคทุกสมัย จนกลายเป็นรากฐานของความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณีส่วนใหญ่ และเป็นเอกลักษณ์ของชาติในปัจจุบัน (อิทธิราชย์ นันทันติ, 2558) ซึ่งการอธิษฐานนั้นเป็นเรื่องหนึ่งที่อยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน และได้สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นในลักษณะของความเชื่อจนกลายเป็นวิถีประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาผ่านทางบรรพบุรุษ และผู้นำทางศาสนา สามารถสังเกตได้จากผู้นำทางศาสนาก็สอนให้อธิษฐานหลังจากการทำบุญเสร็จแล้ว กลายเป็นพฤติกรรมที่ทำกันจนเกิดเป็นความเคยชิน แม้ว่าในปัจจุบันสังคมโลกจะเจริญก้าวหน้าด้วยวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี แต่ก็ไม่อาจลบล้างความเชื่อเรื่องการอธิษฐาน หรือความเชื่ออื่น ๆ ให้หมดไปได้ หากไปยังศาสนสถานที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประดิษฐานอยู่ก็จะเห็นปรากฏการณ์แห่งความเชื่อของประชาชนที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ซึ่งแสดงออกมาในรูปของการกราบไหว้ บูชา สักการะ ด้วยเครื่องสักการบูชาหลากหลายชนิด ควบคู่กับการอธิษฐานขอสิ่งต่าง ๆ จากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรืออาจสังเกตได้จากการทำบุญของชาวไทยที่จะมีเรื่องการอธิษฐานขอพรเข้าไปเกี่ยวข้องอยู่ตลอด (ธีรโชติ เกิดแก้ว, 2554) การอธิษฐานขอพรต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้นมีหลากหลายสาเหตุ ซึ่งการอธิษฐานขอพรต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์เรื่องความรักหรือเรื่องครอบครัว ถือเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่นิยมกัน ในปัจจุบัน ความรักนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญมากในชีวิตของคนไทยตั้งแต่เกิด เติบโต และจนกระทั่งตายจากไปเป็นเรื่องธรรมชาติที่ควรคู่กับมวลมนุษยชาติ (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 2558) การอธิษฐานขอพรเรื่องความรักนั้นมีจุดประสงค์ที่หลากหลาย เช่น ในช่วงวัยรุ่น และวัยทำงานที่ยังไม่เจอคู่ครองคนรักหรือคนที่ถูกใจส่วนใหญ่จะนิยมขอให้พบเจอคนที่ดี หรือสำหรับผู้ที่มิคู่ครอง คนรักก็จะขอให้รักกันนาน ๆ ขอให้ความรักมั่นคง ขอให้ครอบครัวอยู่เย็นเป็นสุข ใต้บุตรตามต้องการ (ยุพารักษ์ ชนะบวรวัฒน์, 2560) ซึ่งถือเป็นความเชื่อส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของหลาย ๆ คน หากมีคนสมหวังดังปรารถนาจากการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักจะมีการบอกต่อกันปากต่อปาก มีการรื้อฟื้นในสื่อช่องทางต่าง ๆ โดยปฏิเสธไม่ได้เลยว่า ปัจจุบันนี้อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตมากขึ้น สอดคล้องกับความเชื่อที่มีสืบทอดกันมานาน คนทุกคนล้วนมีความหวังให้สมดังความปรารถนา รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ทำให้ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรักในประเทศไทยมีมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างเห็นได้ชัดในกรุงเทพมหานคร จากการสำรวจพฤติกรรม

การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2561 ของบริษัท แบรนต์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำระหว่างทริปท่องเที่ยว คือ ท่องเที่ยวเชิงศาสนา เที่ยวชมศาสนสถาน สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 67% ซึ่งมากขึ้นกว่าปี 2559 ถึง 36.9 % (ไทย พีบีเอส, 2560; โพลล์ ทูเดย์, 2561)

กรุงเทพมหานครนั้นเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางความเจริญ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ที่มีชุมชนต่างชาติ ต่างภาษา ต่างศาสนาอาศัยอยู่ร่วมกันเป็นเวลานานมาแล้ว มีความเป็นเอกลักษณ์ และโดดเด่น สะท้อนออกมาในลักษณะของระเบียบแบบแผนการใช้ชีวิต อาคารบ้านเรือนชุมชนตลาด ถนน คูคลอง ศาสนสถาน และการละเล่นตามประเพณีโบราณต่าง ๆ จนสามารถพัฒนาให้เป็นจุดขาย ทางด้านการท่องเที่ยวได้อย่างน่าประทับใจ (กษิติเดช ตริทอง, 2554) อีกทั้งกรุงเทพมหานครมี สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน การเดินทางคมนาคมที่สะดวกสบายสามารถเดินทาง ท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงได้อย่างง่ายดาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) และ จากการจัดอันดับเมืองที่คนทั่วโลกนิยมท่องเที่ยวมากที่สุด ของมาสเตอร์การ์ด (Mastercard Global Destination Cities Index) พบว่ากรุงเทพมหานครครองแชมป์อันดับ 1 ของเมืองน่าเที่ยวที่สุดในโลกติดต่อกันทั้งสิ้น 4 ปี ตั้งแต่ปี 2559 - ปี 2562 (Mastercard, 2019) จึงถือเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และจากการสังเกตการณ์ ศึกษา ค้นคว้า เกี่ยวกับความเชื่อต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนไทยนับถือ ซึ่งศาสนสถานแต่ละแห่งนั้นถือเป็นการท่องเที่ยว เชิงศาสนาเพื่อความสบายใจ ในกรุงเทพมหานครมีศาสนสถานที่มีชื่อเสียงได้รับความนิยม และ สร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยวในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก 7 แห่ง (ทูลูไอดี, 2563; ไทยทิกเก็ตเมเจอร์, 2561; ผู้จัดการออนไลน์, 2563) ได้แก่ 1. ศาลพระตรีมูรติ เซ็นทรัลเวิลด์ 2. พระแม่ศรีมหาอุมาเทวี วัดพระศรีมหาอุมาเทวี 3. พระแม่ลักษมี ห้างเกษรวิลเลจ 4. พระพุทธรูปไสยาสน์ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม-ราชวรมหาวิหาร 5. พระกฤษณะ วัดเทพมณเฑียร เสาชิงช้า 6. ศาลย่านาค วัดมหาบุศย์ พระโขนง และ 7. ศาลเจ้าแม่พระคู่ ตลาดเก่าเยาวราช โดยสังเกตได้จากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Facebook Twitter Instagram เว็บไซต์ และเพจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงการบอกเล่าถึงความศักดิ์สิทธิ์ของศาสนสถานจากผู้เกี่ยวข้อง

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ากรุงเทพมหานครมีศาสนสถานที่มีชื่อเสียง และ ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น ในปัจจุบัน สามารถเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจได้ มีผลต่อการดำเนินชีวิต ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษา

เกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร อันนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงศาสนาต่อไป

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบถึงพฤติกรรม และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานครโดยจำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ
3. เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มประชากรในการวิจัย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มประชากรสำหรับตอบแบบสอบถาม (เชิงปริมาณ) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร
2. กลุ่มประชากรสำหรับตอบแบบสัมภาษณ์ (เชิงคุณภาพ) คือ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และเจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน หรือทำงานเกี่ยวข้องกับศาสนสถาน ที่สามารถให้ข้อมูลได้จริง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างประชากร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตัวอย่างสำหรับตอบแบบสอบถาม (เชิงปริมาณ) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ คอแครน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า จำนวน 7 แห่ง โดยแต่ละกลุ่มมีจำนวนเท่า ๆ กันแห่งละ 55 คน

2. กลุ่มตัวอย่างสำหรับตอบแบบสัมภาษณ์ (เชิงคุณภาพ) คือ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และเจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน หรือทำงานเกี่ยวข้องกับศาสนสถานทั้ง 7 แห่ง ที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกได้จริง รวมทั้งสิ้น 11 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้

2.1 ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ ในหน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 2 คน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม

2.2 ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ ในหน่วยงานภาคเอกชนที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 2 คน ได้แก่ คลิ๊ก ทราเวล (ประเทศไทย) และ แอม ยัวร์ไทย ไกด์

2.3 เจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน หรือทำงานเกี่ยวข้องกับศาสนสถาน ทั้ง 7 แห่ง ไม่น้อยกว่า 3 ปี ได้แก่ ศาลพระตรีมูรติเซ็นทรัลเวิลด์ วัดพระศรีมหาอุมาเทวี พระแม่ลักษมีห้างเกษรวิลเลจ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม-ราชวรมหาวิหาร วัดเทพมณเฑียร ศาลย่านาควัดมหาบุศย์ และศาลเจ้าแม่ประตูตลาดเก่าเยาวราช จำนวน 7 คน แห่งละ 1 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 สถานภาพ

1.1.4 การศึกษา

1.1.5 อาชีพ

1.1.6 รายได้

1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว

1.2.1 ความถี่ในการท่องเที่ยว

1.2.2 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

1.2.3 สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดในการท่องเที่ยว

1.2.4 ช่วงเวลาของการท่องเที่ยว

1.2.5 ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

1.2.6 พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

1.2.7 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

1.2.8 แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

2.1.1 ด้านกายภาพ

2.1.2 ด้านวัฒนธรรม

2.1.3 ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

2.1.4 ด้านระหว่างบุคคล

2.1.5 ด้านการพัฒนาตนเอง

2.1.6 ด้านอารมณ์และความรู้สึก

นิยามศัพท์เฉพาะ

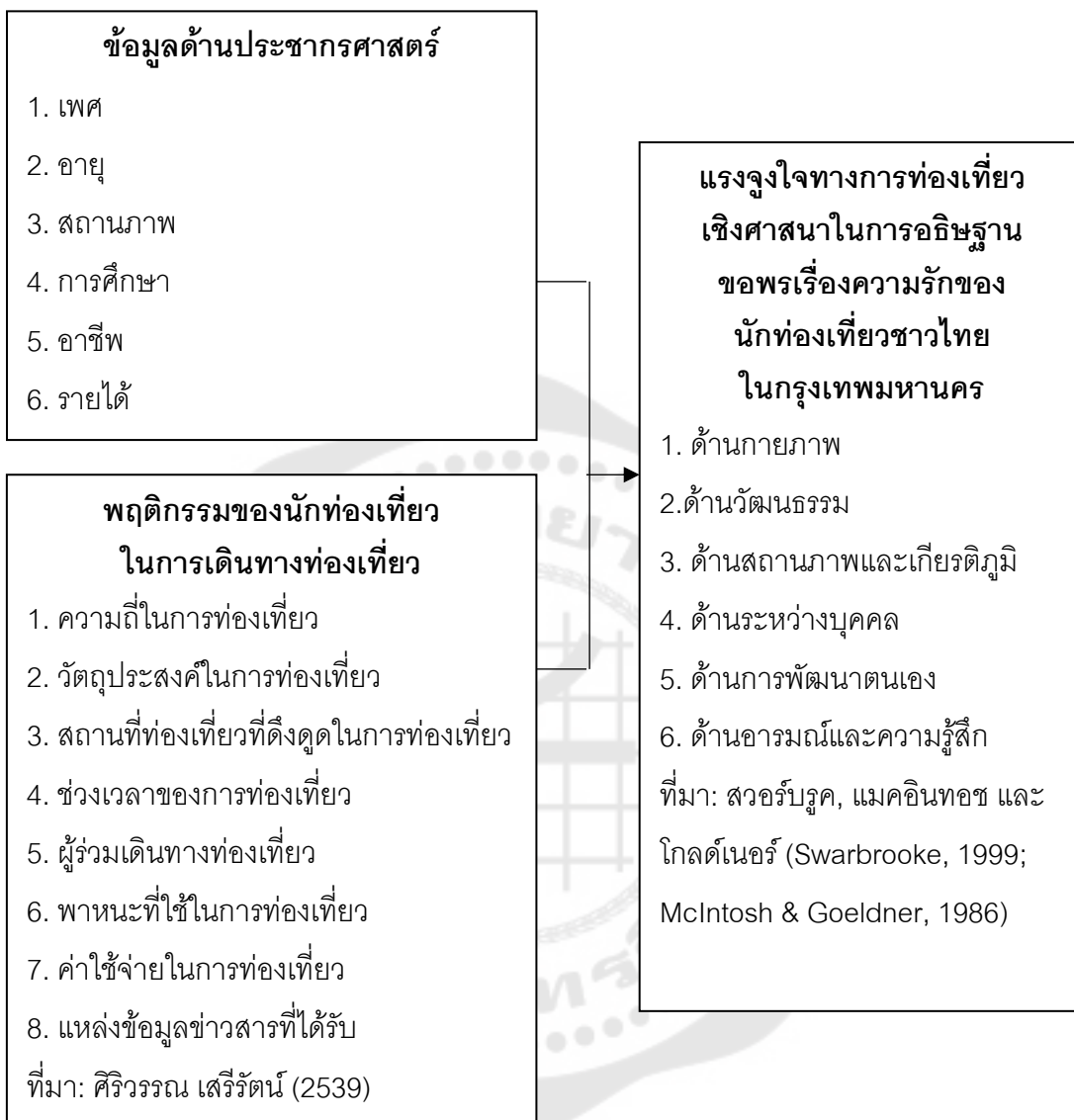
แรงจูงใจ หมายถึง แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจมาท่องเที่ยวศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านระหว่างบุคคล ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอารมณ์และความรู้สึก

การอธิษฐานขอพร หมายถึง การอธิษฐานขอพรเพื่อให้สมหวังดังปรารถนาต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ ศาสนสถานที่ได้รับการนิยมนำมาอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 7 ได้แก่ ศาลพระตรีมูรติเซ็นทรัลเวิลด์ พระแม่ศรีมหาอุมาเทวีวัดพระศรีมหาอุมาเทวี พระแม่ลักษมีห้างเกษรวิลเลจ พระพุทไธยาสน์วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร พระกฤษณะวัดเทพมณเฑียร ศาลย่านาควัดมหาบุศย์ พระโขนง และศาลเจ้าแม่พระคู่ตลาดเก่าเยาวราช

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังศาสนสถานในกรุงเทพมหานครเพื่อการท่องเที่ยว และอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก

ศาสนสถานในกรุงเทพมหานคร หมายถึง ศาสนสถานที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครได้รับการนิยมนำมาอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ได้แก่ ศาลพระตรีมูรติเซ็นทรัลเวิลด์ พระแม่ศรีมหาอุมาเทวีวัดพระศรีมหาอุมาเทวี พระแม่ลักษมีห้างเกษรวิลเลจ พระพุทไธยาสน์วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร พระกฤษณะวัดเทพมณเฑียร ศาลย่านาควัดมหาบุศย์ พระโขนง และศาลเจ้าแม่พระคู่ตลาดเก่าเยาวราช

กรอบแนวคิดในงานวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา
4. ข้อมูลเกี่ยวกับศาสนสถานในกรุงเทพมหานคร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motive) ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าแรงจูงใจมีความสำคัญต่อชีวิต และความเป็นอยู่ของมนุษย์ เป็นสาเหตุทำให้มนุษย์ปฏิบัติตนเพื่อความพึงพอใจ และช่วยให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการต่างให้ความหมายของแรงจูงใจไปตามทัศนคติที่หลากหลาย ดังนี้

ปราโมชน์ รอดจรัส (2555) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ แรงจูงใจจะไปผลักดันหรือกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม

เลิศพร ภาวะสกุล (2556) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง อิทธิพลหลักของพฤติกรรม ผู้บริโภค ความต้องการความจำเป็นของผู้บริโภค

ลาวดอนน์ และบิตต้า (Loudon & Bitta, 1993) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจเป็นอาการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้บริโภค ทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนไปสู่จุดหมาย

สรุปได้ว่า แรงจูงใจ คือ สภาวะที่เกิดขึ้นภายในตัวผู้บริโภค เกิดแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกมาเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการที่ต้องการให้บรรลุตามเป้าหมายของตนเอง

1.2 ลำดับชั้นของแรงจูงใจ

แรงจูงใจสามารถแบ่งเป็นลำดับชั้น (ปราโมชน์ รอดจำรัส, 2555) ได้ดังนี้

1. แรงจูงใจปฐมภูมิ (Primary Motive) คือ แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิตหรือเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ ความต้องการเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการตอบสนอง เพราะ เป็นความต้องการที่เกิดจากสภาพของร่างกาย เช่น ความหิว ความง่วง ความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2. แรงจูงใจทุติยภูมิ (Secondary Motive) คือ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายหลังจากแรงจูงใจปฐมภูมิได้รับการตอบสนองแล้ว แรงจูงใจทุติยภูมิเกิดจากความต้องการทางจิตวิทยาและด้านสังคม เช่น ต้องการความรัก การยอมรับ เป็นต้น

สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจนั้นมี 2 ลำดับชั้นด้วยกัน ซึ่งได้แก่ แรงจูงใจปฐมภูมิ คือ แรงจูงใจขั้นพื้นฐานของนักทอที่เกี่ยวข้องที่ความต้องการเพื่อความอยู่รอดของตน และแรงจูงใจทุติยภูมิ คือ แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางจิตวิทยา ด้านสังคม ที่นักทอเกี่ยวข้องแต่ละคนอาจมีแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

1.3 การเกิดแรงจูงใจ

ปราโมชน์ รอดจำรัส (2555) กล่าวว่าแรงจูงใจนั้นเกิดได้จากสาเหตุหลายประการ ดังนี้

1. เกิดจากแรงขับ (Drive) แรงจูงใจชนิดนี้เป็นความต้องการที่อาจเกิดจากความไม่สมบูรณ์ภายในร่างกายหรือเกิดจากสาเหตุอื่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ ให้บรรลุเป้าหมายเพื่อเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น เช่น ถ้าคนเรามีความรู้สึกว่าอากาศร้อนก็จะหาทางคลายร้อนด้วยการเข้าไปอยู่ในห้องที่ปรับอากาศหรืออาบน้ำ เป็นต้น

2. เกิดจากความคิด (Idea) ความนึกคิดเป็นความสามารถอย่างหนึ่งที่ทำให้มนุษย์มีพัฒนาการมากกว่าสัตว์ เพราะมนุษย์มีความสามารถที่จะคิดเรื่องราวต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้า ก่อนเวลาที่จะเกิดเรื่องจริงขึ้น ความคิดที่เกิดขึ้นล่วงหน้านี้เป็นแรงจูงใจที่ไปกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และอาจเกิดการเปลี่ยนความเชื่อที่มีในอดีตไปด้วย เช่น วัยรุ่นที่ไม่ชอบเรียนหนังสือเมื่ออายุมากขึ้นต้องทำงานหนักและมีรายได้ต่ำ เห็นเพื่อนที่ตั้งใจเรียนหนังสือมีหน้าตา การงานดีทำให้เกิดความคิดว่าตนเองก็ทำแบบเพื่อนได้ เพราะคิดว่าการศึกษาคจะทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของตนดีขึ้น จึงใช้เวลาว่างไปเรียนหนังสือเพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้สูงขึ้น เป็นต้น

3. เกิดจากสภาพแวดล้อม (Environment) เหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัวอาจเป็นสาเหตุจูงใจให้มนุษย์เกิดแรงจูงใจปรับพฤติกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในสังคม เช่น นักศึกษาที่อยู่ในกลุ่มเพื่อนที่ตั้งใจเรียนก็จะเป็นคนตั้งใจเรียนและประสบผลสำเร็จในการเรียนไปด้วย

สรุปได้ว่า การเกิดแรงจูงใจนั้นมีสาเหตุหลัก ๆ 3 ประการด้วยกัน คือ

- 1) เกิดจากแรงขับ เป็นความต้องการที่เกิดจากความผิดปกติไม่สมบูรณ์ในร่างกายเกิดเป็นพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งเล้าที่เกิดขึ้น
- 2) เกิดจากความคิด ความคิดเป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความเชื่อในอดีตได้อีกด้วย
- 3) เกิดจากสภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัวเป็นสาเหตุให้เกิดแรงจูงใจในการปรับพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ

1.4 ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า แรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละคนนั้นแตกต่างกัน บางคนอาจไปเพื่อท่องเที่ยว เพื่อประชุม หรืออาจไปเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิต แม้แต่ละคนจะมีแรงจูงใจที่ต่างกัน แต่อาจจะแสดงพฤติกรรมออกมาเหมือนกัน ดังนั้น การเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์จึงเกิดจากผลของแรงจูงใจ อยู่กับการท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบช่วยให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

แสงเดือน รตินธร (2555) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว คือ สิ่งที่กระตุ้นให้คนแสวงหาความพึงพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นปัจจัยพื้นฐานได้ 2 ปัจจัย คือ

- 1) ปัจจัยผลักดัน เป็นปัจจัยด้านจิตวิทยาสังคม หรือความต้องการภายในทำให้นักท่องเที่ยวปรารถนาที่จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และ
- 2) ปัจจัยดึงดูด เป็นปัจจัยภายนอก เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา

จากการศึกษา สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นสิ่งขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมในหลากหลายด้าน มีปัจจัยพื้นฐาน คือ ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด

1.5 ลักษณะของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นสภาวะที่มนุษย์ต้องการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเรียนรู้ หรือแสวงหาบางอย่างด้วยตนเอง โดยที่ไม่ต้องอาศัยการชักจูงจากสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยไม่ได้ถูกใครบังคับ หรือมีรางวัลมาล่อใจ เป็นต้น

2. การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) เป็นสภาวะที่มนุษย์ได้รับสิ่งกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายนอก เกิดเป็นความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ซึ่งแรงจูงใจจากภายนอก มี 3 ประเภท คือ

2.1 แรงจูงใจทางสรีรวิทยา เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกาย สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ตามธรรมชาติของมนุษย์ ได้แก่ ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค เป็นต้น

2.2 แรงจูงใจทางจิตวิทยา เป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญน้อยกว่าแรงจูงใจทางสรีรวิทยา แต่มีผลช่วยทางจิตใจ ทำให้มนุษย์มีสุขภาพจิตที่ดีขึ้น ประกอบด้วย 2 ประเภท คือ

2.2.1 ความอยากรู้อยากเห็นและการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม นับเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่งที่สามารถพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเพื่อการมีชีวิตรอด และเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ซึ่งความอยากรู้อยากเห็นถือเป็นแรงจูงใจชนิดหนึ่งที่ทำให้มนุษย์ต้องการเดินทางท่องเที่ยว

2.2.2 ต้องการความรักและความเอาใจใส่จากผู้อื่น เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่อยู่กันเป็นกลุ่ม โดยใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน ซึ่งการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขนั้นจะต้องประกอบด้วยความรัก ความเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน และความเอื้ออาทรต่อกัน อันจะเป็นการแสดงออกด้วยการจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร

2.3 แรงจูงใจทางสังคมหรือแรงจูงใจจากการเรียนรู้ เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคล ประกอบด้วย 3 ประเภท คือ

2.3.1 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motives) เป็นแรงจูงใจที่จะทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย

2.3.2 แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliate Motives) เป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลปฏิบัติตนเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ตลอดจนต้องการความรักจากผู้อื่น

2.3.3 แรงจูงใจต่อความนับถือตนเอง (Self-Esteem) เป็นแรงจูงใจที่บุคคลมีความปรารถนาจะเป็นที่ยอมรับของสังคม ต้องการที่จะมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนโดยทั่วไป ซึ่งจะนำมาสู่ความรู้สึกนับถือตนเอง

สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้นมี 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ การจูงใจภายในเป็นการเดินทางเที่ยวซึ่งเกิดจากความต้องการของตนเอง ไม่มีสิ่งใดล่อใจ และการจูงใจภายนอกเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดจากสิ่งเร้า ซึ่งการจูงใจภายนอกนั้นสามารถแบ่งออกเป็นอีก 3 ประเภท คือ 1) แรงจูงใจทางสรีระวิทยา เพื่อตอบสนองความต้องการของร่างกายเป็นธรรมชาติของนักท่องเที่ยว 2) แรงจูงใจทางจิตวิทยา เป็นแรงจูงใจที่มีผลต่อจิตใจ เกี่ยวกับความต้องการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อม และการต้องการความรักความใส่ใจ 3) แรงจูงใจทางสังคมหรือแรงจูงใจจากการเรียนรู้ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ในอดีตของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และแรงจูงใจต่อความนับถือตนเอง

1.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

มีทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวหลากหลาย ได้แก่

1. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (The Hierarchy of Needs) ของมาสโลว์ (Maslow, 1954) เป็นทฤษฎีที่มีการอ้างถึงกันมาอย่างยาวนาน ซึ่งได้กล่าวถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์เป็นลำดับขั้น โดยทฤษฎีนี้ได้ตั้งสมมติฐานไว้ 3 ประการ คือ

1.1 ความต้องการของมนุษย์มีอยู่เสมอ และไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นได้รับการตอบสนองหรือยัง หากได้รับการตอบสนองแล้วจะเกิดความต้องการอื่นเข้ามาแทนที่เรื่อย ๆ

1.2 ความต้องการเมื่อได้รับการตอบสนอง จะไม่เกิดสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป

1.3 ความต้องการของมนุษย์เกิดขึ้นตามลำดับความสำคัญ คือเมื่อความต้องการที่อยู่ในระดับต่ำนั้นได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงขึ้นก็จะต้องการการตอบสนองทันที

มาสโลว์ได้สร้างลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ โดยเริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐานไปสู่ความต้องการขั้นสูงสุดทางร่างกาย เมื่อประสบความสำเร็จตามความต้องการขั้นพื้นฐานแล้ว มนุษย์จะมุ่งสู่ความต้องการขั้นสูงขึ้น โดยมาสโลว์ได้แบ่งชั้นความต้องการ

ของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับขั้น โดยเริ่มต้นจากความต้องการขั้นพื้นฐานทางร่างกายของมนุษย์ไปสู่จุดยอดได้แก่

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน มีความจำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต เพราะร่างกายต้องการการตอบสนอง ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองมนุษย์จะไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน และความต้องการทางเพศ เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์มีความต้องการเพิ่มในระดับที่สูงขึ้น เช่น ความต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการดูแลปกป้อง เป็นต้น

ขั้นที่ 3 ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการในเรื่องของความรัก ต้องการการยอมรับในแง่ของการให้ และได้รับ ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น เป็นต้น

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการถูกยกย่อง นับถือ และมีสถานะ จากสังคม พยายามจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการความเคารพ นับถือ เป็นที่รู้จัก มีสถานะที่ดี และมีชื่อเสียงอยู่ในสังคม

ขั้นที่ 5 ความต้องการประสพความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุด หากประสพความสำเร็จในขั้นนี้จะได้รับยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง ประสพความสำเร็จทุกสิ่งอย่างด้วยความสามารถ เป็นต้น

2. ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder) ของเพียร์ซ (Pearce, 1988 อ้างถึงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2547) ถูกคิดขึ้นมาบนพื้นฐานของทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (The Hierarchy of Needs) ของมาสโลว์ โดยขยายความต้องการในแต่ละขั้น แต่ใจความหรือแนวคิดหลักยังคงเดิม กล่าวคือ ความต้องการขั้นต่ำต้องได้รับการตอบสนองจนพอใจก่อนที่มนุษย์จะมีความต้องการขั้นสูงต่อไป บันไดทั้ง 5 ขั้นจะอธิบายแรงจูงใจในภาพรวมมากกว่าความต้องการเพียงตัวเดียว ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder) เน้นการอธิบายว่ามนุษย์มีแรงจูงใจหลายแบบในการค้นหาประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอาจมี

สิ่งจูงใจ คือ ศาสนสถานที่สวยงาม รวมถึงวัฒนธรรมและอาหารไทยที่ขึ้นชื่อ โดยลำดับชั้นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในครั้งนี้มีมากกว่า 1 ชั้น

3. ทฤษฎี Optimal Arousal ของไอโซ อโฮลา (Iso-Ahola, 1982 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) เป็นทฤษฎีที่อธิบายนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่าเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมของความตึงเครียด กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่ต้องการสิ่งเร้าในระดับต่าง ๆ แต่ความต้องการจะไม่ให้เกิดสิ่งเร้ามากเกินไปหรือน้อยเกินไป เพราะจะเป็นบ่อเกิดแห่งความเบื่อ โดยจากการศึกษาของนักวิชาการท่องเที่ยวหลายท่าน พอสรุปได้ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางนั้นเกิดจากแรงผลัก และแรงดึง กล่าวคือแรงผลัก ทำให้เกิดแรงจูงใจในความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ในขณะที่การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางได้นั้นขึ้นอยู่กับแรงดึง ซึ่งทั้ง 2 แรง มีรายละเอียดดังนี้

3.1 แรงผลัก (Push Factors) เป็นเหตุจูงใจให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการตอบสนอง การพักผ่อนของร่างกาย หลีกหนีความจำเจ ต้องการสิ่งไปสถานที่ใหม่ ๆ ต้องการความภาคภูมิใจที่ได้ไปท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ความต้องการศึกษาวัฒนธรรม ความต้องการทำใจจากเรื่องราว ๆ และหาโอกาสเข้าสู่สังคมใหม่ ๆ

3.2 แรงดึง (Pull Factors) ดึงดูดให้ตัดสินใจไป ยังสถานที่นั้น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการจากแรงผลัก ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ถ้าหากแรงผลักในการเดินทางท่องเที่ยว คือ การไปทำใจให้สงบ แรงดึงจะทำให้ตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทเงียบสงบไม่พบปะผู้คน เพื่อต้องการเวลาส่วนตัว แต่ถ้าหากแรงผลักในการเดินทางท่องเที่ยว คือการสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ตนเอง แรงดึงจะทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวประเภทที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยินยอมโดยทั่วไปความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมักเริ่มจากการตอบสนองทางร่างกายเป็นอันดับแรก และต่อจากนั้นจะต้องการความตื่นเต้น แต่เน้นความปลอดภัย หลังจากนั้นจะสร้างความสัมพันธ์ตามด้วยการสร้างความภูมิใจ และความต้องการความสมบูรณ์ และความสุขในท้ายที่สุด

4. สวอร์บรูค (Swarbrooke, 1999) ได้นำเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยจำแนกแรงจูงใจออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

4.1 แรงจูงใจด้านกายภาพ คือ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการทางกายภาพของนักท่องเที่ยวเอง หรือพักผ่อนจาก

ความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน เช่น การไปเที่ยวเพื่อผ่อนคลายทางร่างกาย การไปเที่ยวทะเล เพื่ออาบแดดให้มีผิวสีแทน เป็นต้น

4.2 แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม คือ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความอยากไปท่องเที่ยว เพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ ทั้งนี้ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่นั้น สามารถพัฒนาเป็นแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวได้ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อชมวัด เป็นต้น

4.3 แรงจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ คือ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ หรือเกียรติของตนเอง แรงจูงใจด้านนี้ส่งเสริมให้เกิดความภาคภูมิใจจากการที่ได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทำให้คนทั่วไปมองว่าตัวเองมีความโดดเด่น ตามสมัยนิยม

4.4 แรงจูงใจด้านส่วนบุคคล คือ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการโดยใช้เหตุผลส่วนตัวในการเลือกเดินทาง เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปเยี่ยมญาติ เป็นต้น

4.5 แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง คือ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรู้ความสามารถ หรือเกิดทักษะใหม่ ๆ ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว

4.6 แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึก คือ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความรู้สึกลึ้นเต้น ทำลาย โรแมนติก หรือปลดปล่อยความรู้สึกนึกคิดจากการท่องเที่ยว หรือเป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากอารมณ์และความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ถูกกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวขณะนั้น

5. แมคอินทอช และโกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1986) กล่าวว่าไว้ว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง แสดงให้เห็นถึงค่านิยมพฤติกรรมการบริโภคสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์จากจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว แรงจูงใจเหล่านี้ทำให้รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวก็จะเข้าใจว่านักท่องเที่ยวมาด้วยวัตถุประสงค์ต่างกัน นักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่สำคัญ 4 ประการ คือ

5.1 สิ่งจูงใจทางกายภาพ ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย กีฬา การเดินเล่นบนชายหาด การนันทนาการ และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับสุขภาพ

5.2 สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักวิถีชีวิตของผู้อื่น ได้เรียนรู้วัฒนธรรม เช่น ศาสนา ศิลปะ ประเพณีวัฒนธรรม เป็นต้น

5.3 สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล ได้แก่ ความปรารถนาในการรู้จัก พบเจอผู้คนที่แปลกใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยว

5.4 สิ่งจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเอง และการให้他人เห็นความสำคัญกับตนเอง เช่น การเดินทางเพื่อธุรกิจ การเดินทางไปศึกษาต่อ เป็นต้น

สามารถสรุปว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว นั้นเป็นกระบวนการที่เกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งปัจจัยภายนอก และภายใน จึงเกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งความต้องการนั้นมีหลากหลายขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานไปจนถึงขั้นสูงสุด ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเกิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของสวอร์ธวูด แมคอินทอชและโกลด์เนอร์ มาประยุกต์ใช้กับงานวิจัย ดังนี้

1. แรงจูงใจด้านกายภาพ ได้แก่ ความสำคัญประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมโดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ บ้ายสาธารณะ ป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกตำแหน่ง เป็นต้น และระบบรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

2. แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ได้แก่ การเรียนรู้ ความเข้าใจทางศาสนา วัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา ผ่านแหล่งท่องเที่ยว

3. แรงจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ได้แก่ เสริมสร้างกำลังใจ ความมั่นใจ ชัดเจนจิตใจ และมีทัศนคติที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว จากสถานที่ท่องเที่ยว

4. แรงจูงใจด้านระหว่างบุคคล ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้รับมิตรภาพใหม่ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่นจากแหล่งท่องเที่ยว

5. แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์ที่ดี เห็นคุณค่าในตนเอง มีจุดมุ่งหมายในชีวิต และเกิดการพัฒนาตนเองในด้านต่าง ๆ จากแหล่งท่องเที่ยว

6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้รับความสุข ความสมหวัง ดังปรารถนา ความซาบซึ้ง และความประทับใจจากแหล่งท่องเที่ยว

ซึ่งแรงจูงใจที่กล่าวมาข้างต้นทั้ง 6 ด้านนั้นมีส่วนสำคัญในการรับรู้ และเข้าใจเหตุผลในการเลือกเดินทางมายังศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักใน

กรุงเทพมหานคร อีกทั้งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวดังกล่าวยังสามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และยังสามารถสะท้อนถึงจุดเด่น และจุดด้อยของศาสนสถานได้อีกด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ปณิศา มีจินดา (2553) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การใช้และการจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาหนึ่ง

สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำของนักท่องเที่ยวทุก ๆ รูปแบบ ไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่ และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นหรือไม่ก็ตาม พฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว สามารถรับรู้ได้โดยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในเป็นการทำงานของอวัยวะที่เกิดขึ้นภายในร่างกาย รวมถึงความรู้สึกนึกคิด ซึ่งพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

สรุปว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นหมายถึง การกระทำของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาเกิดได้ทั้งภายใน และภายนอก ซึ่งพฤติกรรมนั้นอาจเกิดจากสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับในขณะนั้น

2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ การแสดงออกของนักท่องเที่ยว จากการได้รับหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงขบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยมีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

2.2.1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการกระจายข่าวสาร และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางสื่อ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูล ข่าวสารทางการท่องเที่ยว เช่น หนังสือพิมพ์ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

2.2.2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยว จึงเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวเพื่อเสริมสิ่งที่ขาดไป หรือเพิ่มสีสันให้กับชีวิต

เช่น อยากเปลี่ยนบรรยากาศจากความเบื่อหน่าย ต้องการเดินทางท่องเที่ยวพบเจอสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์

2.2.3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากเดินทางเพื่อท่องเที่ยว ซึ่งเกิดแรงผลักดันให้เกิดความต้องการไปท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ และแรงดึงดูดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยี่ยมชมหรือเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

2.2.4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นองค์ประกอบที่เกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด เมื่อได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงเกิดความต้องการ และเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจด้านต่าง ๆ เกิดเป็นภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละพื้นที่เพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นอาจเกิดด้านบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศมีความปลอดภัยสูง มีค่าใช้จ่ายที่สูงตามไปด้วย

2.2.5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) เมื่อตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ต้องมีการวางแผนก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยว วางแผนค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวนี้อาจขอความช่วยเหลือจากธุรกิจนำเที่ยวมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนเรื่องค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

2.2.6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ที่แน่นอน และมีการวางแผนการใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ในขั้นตอนนี้ นักท่องเที่ยวต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองแพคเกจท่องเที่ยว จัดทำเอกสารเพื่อการเดินทาง นอกจากนี้ยังต้องเตรียมเสื้อผ้า และของใช้จำเป็นในระหว่างเดินทางด้วย

2.2.7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งกลับ จะประเมินผลจากการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ

2.2.8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวประเมินผลการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม ผู้คน สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ พึงพอใจ และไม่พึงพอใจ

2.2.9 ทักษะคตินักท่องเที่ยว (Attitudes) ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวพึงพอใจ เกิดทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นฟังเพื่อแนะนำให้มาเที่ยว

สรุปว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวขึ้นเกิดจากหลาย ๆ ปัจจัย ซึ่งเกิดเป็นขั้นตอนทั้ง 9 ขั้นตอนทำให้เกิดการตัดสินใจไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ ซึ่งถ้าเกิดความพึงพอใจก็จะทำให้เกิดกลับไปท่องเที่ยวซ้ำ และเกิดเป็นประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

2.3 หลักประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ให้คำจำกัดความของหลักประชากรศาสตร์ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ จะประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยในการกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมายได้ เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วยตัวแปรที่สำคัญ ดังนี้

1. อายุ (Age) หมายถึง อายุของกลุ่มผู้บริโภคสัมพันธ์ต่อการบริโภคสินค้าหรือการบริการ ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ช่วยในการค้นหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. เพศ (Sex) หมายถึง ตัวแปรที่เป็นส่วนในการแบ่งส่วนการตลาด เพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการบริโภคไปจากเมื่อก่อน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) หมายถึง ลักษณะของครอบครัวเกี่ยวกับหน่วยของผู้บริโภค จำนวน และลักษณะของบุคคลในครอบครัวช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) รายได้จะเป็นตัววัดความสามารถของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า รสนิยม รูปแบบการดำรงชีวิต อาชีพ และการศึกษา เป็นตัวกำหนดเป้าหมายได้เช่นกัน

กิติมา สุรสนธิ (2542) แบ่งผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะส่วนบุคคล (Demographic Characteristics) ดังนี้

1. เพศ (Sex) การวิจัยทางจิตวิทยา กล่าวถึงความแตกต่างทั้งเพศชาย และหญิง ในด้านสรีระ จิตใจ อารมณ์ และค่านิยม สามารถกำหนดได้ถึงบทบาท และกิจกรรมต่าง ๆ ไว้อย่างแตกต่างกัน

2. อายุ (Age) อายุเป็นตัวกำหนดถึงประสบการณ์ของคนแต่ละคน เป็นตัวบ่งชี้ถึงความคิด ความเชื่อต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล โดยการมีอายุที่เพิ่มขึ้น ก็หมายถึงการมีประสบการณ์ที่สูงขึ้น ดังนั้น อายุจึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญ

3. การศึกษา (Education) โดยคนทั่ว ๆ ไปมีการศึกษาที่แตกต่างกัน เนื่องจากยุคสมัยของสถาบัน หรือระดับชั้นที่ได้รับที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีความรู้ มีแนวคิด และมีความต้องการต่าง ๆ ที่จะยึดถือแนวคิดของตนเองเป็นหลัก

4. สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) คือ จำนวนของรายได้ และสถานะทางการเงิน พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ เชื้อชาติ ผู้รับสารที่มีฐานะทางสังคม และเศรษฐกิจ มีอิทธิพลที่ทำให้การเกิดปฏิกิริยาหรือการแสดงออกของผู้ส่งสารและสาร โดยปัจจัยนี้จะส่งผลให้บุคคลนั้นมีวัฒนธรรม และมีทัศนคติที่ต่างกัน

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544) ได้กล่าวถึงไว้ว่า ลักษณะของประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลคนหนึ่ง เช่น ลักษณะครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ จะมีผลต่อรูปแบบของความ ต้องการ และปริมาณของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

สรุปว่า แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นิยมนำมาแบ่งส่วนการตลาด ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านอายุ เพศ ลักษณะครอบครัว ศาสนา อาชีพ การศึกษา และอาชีพ หลักประชากรศาสตร์ทั้งหมดนี้สามารถเป็นแรงกระตุ้น ทำให้บุคคลมีพฤติกรรม บุคลิกภาพ ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ เป้าหมาย ที่แตกต่างกัน ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้เพศ สถานภาพ และอายุ มาเป็นตัวแปรหลัก ในการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร

3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) (อ้างถึงใน ศรัณญา วรากุลวิทย์, 2546) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางรูปแบบใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกบังคับ และมีวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามแต่ที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจหรือหารายได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ้างถึงใน กรุณา เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา, 2537) ได้อธิบายความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว นั้นเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง เพราะไม่ได้หมายความว่าแค่การเดินทางเพื่อพักผ่อน หรือเพื่อความบันเทิง แต่ยังรวมถึงการเดินทาง

เพื่อประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติ ก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยว

ฐิรชญา มณีเนตร (2552) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว คือการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวอย่างสมัครใจ เดินทางด้วยเหตุผลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเท่านั้น ไม่ใช่การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สมชาติ อุ่อ้น (2552) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว คือการเดินทางของผู้คนจากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมถึงการเดินทางภายในประเทศ และการเดินทางระหว่างประเทศ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ และการเยี่ยมญาติพี่น้องนับเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น โดยในหลักเกณฑ์ความหมายกำหนด ได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ ดังนี้

1. เดินทางจากที่พักอาศัยของตนไปยังสถานที่อื่นชั่วคราว
2. สมัครใจในการเดินทาง
3. วัตถุประสงค์ของการเดินทางไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สรุปว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่พักอาศัยไปในสถานที่ต่าง ๆ เป็นการชั่วคราวเพื่อการพักผ่อน เพื่อความสนุกสนาน ไม่ใช่การประกอบธุรกิจ หารายได้ และไปด้วยความสมัครใจไม่ใช่การบังคับ

3.2 รูปแบบการท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวโลก (อ้างถึงใน วารุชต์ มัธยมบุรุษ, 2552) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 รูปแบบหลัก สามารถสรุปได้ดังนี้

3.2.1 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) ประกอบด้วย

3.2.1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมเฉพาะถิ่น ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ และการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว

3.2.1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

3.2.1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยว ที่แปลกใหม่ เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก เกี่ยวกับหิน ดิน ฟอสซิล

และแร่ต่าง ๆ ที่มีความงามในธรรมชาติ ได้รับความรู้ ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานของการท่องเที่ยว

3.2.1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมก่อให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตร วิธีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี บนพื้นฐานความรับผิดชอบ

3.2.1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมปรากฏการณ์ธรรมชาติทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้น เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก ซึ่งจะได้รับมีความรู้ ความทรงจำ ความประทับใจ และประสบการณ์ที่ดีเพิ่มขึ้น

3.2.2 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

3.2.2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางด้านจิตใจ ได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์ และโบราณคดีในท้องถิ่น

3.2.2.2 การท่องเที่ยวงานชม วัฒนธรรม และ ประเพณี (Cultural And Traditional Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ในท้องถิ่น ที่จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลิน ได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และเป็นการศึกษา ความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ

3.2.2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวชมชนในชนบท ที่มีวิถีชีวิตที่มีความเป็นเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น งดงามของชาวบ้านในชนบท และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับความเพลิดเพลิน และได้ความรู้

3.2.3 รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวทั้งในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม อาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และความงาม เพื่อการพักผ่อน และเรียนรู้

3.2.3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา และศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับศาสนา เกิดสังกรรมในการดำเนินชีวิต ผูกสมานิ เพิ่มประสบการณ์ใหม่ ๆ เป็นแนวทางในการใช้ชีวิตที่ดีขึ้น

3.2.3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน และชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ สร้างประสบการณ์ และความรู้ใหม่

3.2.3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา ตามความถนัด และความสนใจ เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนานตื่นเต้น และได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ

3.2.3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ หวาดเสียว ผจญภัย สนุกสนาน ตื่นเต้น และมีความปลอดภัย

3.2.3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง การเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับชุมชน ในท้องถิ่น อาศัยอยู่ด้วย เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.2.3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึง กลุ่มเกษียณอายุจากการทำงาน ที่ต้องการใช้ชีวิตในต่างแดน เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ 5 ของชีวิต คือ การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ยปีละ 3-4 ครั้ง ซึ่งการเดินทางแต่ละครั้ง ไม่ต่ำกว่า 1 เดือน

3.2.3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อให้รางวัลแก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานได้ผลงานดีเด่น นับเป็นเครื่องมือทางการบริหารโดยใช้ประโยชน์จากประสบการณ์ท่องเที่ยวชั้นเลิศที่จัดให้แก่บุคลากร เพื่อจูงใจในการทำงาน ได้ผลการปฏิบัติงานในระดับสูงตามที่บริษัทตั้งไว้

3.2.3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้า ก่อนการประชุม (Pre-Tour) และหลังการประชุม (Post-Tour) เป็นการบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุม และผู้ร่วมเดินทางกับผู้เข้าประชุม (ครอบครัว)

3.2.3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่นำรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น มาจัดเป็นรายการนำเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้รับ ความแตกต่างจากการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลาตั้งแต่ 2 - 7 วัน หรืออาจมากกว่านั้น

สรุปได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีหลากหลายประเภท เนื่องจากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในประเทศนั้นมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ดังนี้ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมงานชมวัฒนธรรมและประเพณี และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

3.3 องค์ประกอบการท่องเที่ยว

ทวีศักดิ์ ทิพย์มิ่งษ์ (2544) อธิบายว่า การท่องเที่ยวจะตอบสนองให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจได้ จะต้องมีส่วนประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

3.3.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงวัฒนธรรม สถานที่เที่ยวเพื่อความบันเทิง ฯลฯ จะต้องเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ สามารถสร้างแรงจูงใจให้ไปเที่ยวได้ หรือเป็นสถานที่ที่มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวชมได้

3.3.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่สร้างความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนสถานที่นั้น ๆ สร้างความรู้สึกพอใจ เช่น ถนนหนทาง อาหารการกิน ร้านขายของที่ระลึก สัญญาณอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

3.3.3 ด้านการคมนาคม เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายและการเดินทาง เช่น สภาพถนน ทางเดิน ยานพาหนะ ต้องมีการจัดการให้มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย เพื่อสร้างความไว้วางใจจากนักท่องเที่ยว

3.3.4 ด้านการบริการ เป็นส่วนที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ หากสถานที่มีการต้อนรับ และบริการที่ดี จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวจดจำ และกลับมาเที่ยวหรือใช้บริการอีกในอนาคต

จากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวนั้นจะตอบสนองให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนไป โดยมีส่วนประกอบหลายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม และด้านการบริการ

3.4 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2547) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นมีเหตุผลหลักเกี่ยวกับศาสนา เป็นสิ่งที่ถือปฏิบัติกันมายาวนาน อาจไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันมักจะเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับกิจกรรมทางศาสนา เช่น การเดินทางเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เป็นต้น

มาริน่า (Marina, 2005) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ มีลักษณะคล้ายกับที่องค์การการท่องเที่ยวโลกได้ระบุไว้ และเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเฉพาะทาง

ศูนย์บริการวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (อ้างถึงใน พระมหาธวัชธร สิริมฺคุโล, 2556) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาว่า หมายถึง การเดินทางไปยังศาสนสถาน เพื่อเยี่ยมชมหรือบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นมัสการศาสนสถาน และพระสงฆ์ ครอบคลุมถึงสิ่งปลูกสร้างที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ได้แก่ สถานที่ตั้งของอาคารที่ประดิษฐานรูปเคารพ สถานที่สำหรับศาสนิกชนทำพิธีกรรมทางศาสนา ตลอดจนที่พักของนักบวชในศาสนานั้น ๆ

ชนัญ วงษ์วิภาค (อ้างถึงใน ตันติกร โคตรชาวี, 2555) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีเป้าประสงค์ 2 ประการใหญ่ คือ

1. การท่องเที่ยวพักผ่อนทางกาย มีลักษณะเช่นเดียวกันกับการท่องเที่ยวบริบทอื่น ๆ ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวจะแสวงหาความสงบ โดยมีสื่อกลางเกี่ยวกับศาสนา และความเชื่อ

2. มีความคาดหวังที่จะได้เติมเต็มจิตใจ ในรูปแบบของโชคลาภ จากสิ่งลี้ลับ เครื่องรางของขลัง และมีความเชื่อในเรื่องปาฏิหาริย์

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังศาสนสถาน หรือสถานที่สำคัญทางศาสนา เพื่อเยี่ยมชมหรือบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นมัสการศาสนสถาน ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา รวมถึงการพักผ่อนแสวงหาความสงบโดยใช้สื่อกลางทางศาสนา และความเชื่อ เพื่อเติมเต็มจิตใจในรูปแบบของโชคลาภ จากสิ่งลี้ลับที่แฝงอยู่

ซึ่งผู้วิจัยสนใจในการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักใน กรุงเทพมหานคร

3.5 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549) แบ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.5.1 แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน หมายถึง อาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เป็นที่ประดิษฐานรูปเคารพ สถานที่สำหรับประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ตลอดจนเป็นที่พำนักของนักบวช โดยมีการแบ่งพื้นที่ออกเป็น ส่วน ๆ ตามกิจกรรมการใช้ที่แตกต่างกัน ศาสนสถานบางแห่งที่ไม่มีความโดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรมหรือประวัติศาสตร์ จะไม่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ ประเภทของศาสนสถานแบ่งตามแต่ละศาสนา ดังนี้

3.5.1.1 ศาสนสถานของศาสนาพุทธ ได้แก่ วัด เจดีย์ พระธาตุ ปรางค์

3.5.1.2 ศาสนสถานของศาสนาอิสลาม ได้แก่ มัสยิดหรือสุเหร่า หรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

3.5.1.3 ศาสนสถานของศาสนาคริสต์ ได้แก่ โบสถ์คริสต์ ที่คริสต์ศาสนิกชนใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือพิธีมิสซา

3.5.1.4 ศาสนสถานของศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ได้แก่ โบสถ์พราหมณ์ และศาลเทพเจ้าของพราหมณ์ ที่ศาสนิกชนในศาสนาพราหมณ์ ฮินดูใช้เป็นสถานที่สำหรับการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

3.5.2 แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานปฏิบัติธรรม หมายถึง สถานที่สำหรับบำบัตจิตใจโดยการเข้าฝึกปฏิบัติตามแนวทางศาสนา

สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้น สามารถแบ่งออกเป็น ศาสนสถาน คือ สิ่งปลูกสร้างที่เกี่ยวข้องกับศาสนา และสถานปฏิบัติธรรม คือ สถานที่บำบัตจิตใจที่ปฏิบัติตามแนวทางของศาสนา ได้แก่ การนั่งสมาธิ และทำวิปัสสนากรรมฐานเพื่อฝึกฝนจิตใจให้สงบ

3.6 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

3.6.1 เพื่อการศึกษาเรียนรู้ สามารถปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้องตามหลักคำสอนของศาสนา

3.6.2 เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และจิตใจของนักท่องเที่ยว ให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ในการดำเนินชีวิตอย่างถูกต้อง

3.6.3 เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีงามระหว่างเพื่อนมนุษย์ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3.6.4 เพื่อสร้างประโยชน์ สันติภาพ และความสปร่อมวลมนุษย์ และสรรพสิ่งอย่างเกื้อกูล

3.7 นักท่องเที่ยวเชิงศาสนา

การเดินทางที่มีเหตุผลทางศาสนา ถือปฏิบัติมาตั้งแต่ในยุคสมัยแรก ๆ ซึ่งเหตุผลในการเดินทางนั้นอาจไม่มีเกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันการเดินทางในลักษณะนี้มักเกิดขึ้นร่วมกับกิจกรรมอื่น ๆ โดยผู้ที่นับถือศาสนานั้น ๆ จะมีความเชื่อในการทำกิจกรรมทางศาสนา เช่น การเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ปัจจุบันมีความนิยมลดลงไปเนื่องจากจำนวนผู้นับถือศาสนาหรือมีความเชื่อนั้นลดลง ซึ่งสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาไม่ได้แค่ผู้ที่นับถือศาสนานั้นที่เดินทางไป ยังมีนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีความสนใจเข้าชมความงามหรือเข้าไปพักผ่อน สงบจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่มีสภาพสังคมวุ่นวาย คนต้องการสถานที่ เช่น โบสถ์ วัด ในการพัฒนาสภาพจิตใจให้ดีขึ้น (ศุภลักษณ์ อัครวงกูร, 2547)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นมีเหตุผลหลายประการ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนนั้นเป็นเหตุผลส่วนใหญ่ ที่นักท่องเที่ยวต้องการหลุดออกไปจากความเบื่อหน่ายจำเจที่ทำงานหรือถิ่นกำเนิด นอกจากนี้จะได้พักผ่อนร่างกาย และจิตใจแล้วยังได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทางอีกด้วย ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้น จะได้ระลึกถึงอดีต ความเป็นมาของสถานที่นั้น ๆ อาจเรียกว่าการเดินทางเพื่อจุดประสงค์การโหยหาอดีต (Nostalgia) จุดประสงค์ของผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันออกไปโดยส่วนใหญ่ในปัจจุบันไม่ได้คำนึงถึงความสวยงามของสถานที่เท่าไรนัก หากแต่คำนึงถึงความเชื่อ อำนาจของสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นที่ตั้งแล้วนั้น การท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ตอบสนองทั้งกายและจิตใจ (ประเมษฐ์ พิษณุพันธ์เดชา, 2561)

สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงศาสนาในช่วงสมัยแรกจะเดินทางเพื่อจุดประสงค์ทางศาสนาเป็นหลักไม่มีเรื่องการท่องเที่ยวมาเกี่ยวข้อง แต่ในปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยมีเรื่องของศาสนาเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การชมความงามของศาสนสถาน การไปพักผ่อนสงบจิตใจ การไปปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา และการไปท่องเที่ยวเพื่อระลึกความหลังทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

3.8 ความหมายของศาสนาและความเชื่อ

นฤมล นิยุธีระนันท์ (2541) กล่าวว่า ศาสนาและความเชื่อเกิดขึ้นจากความหวาดกลัวของมนุษย์ต่อสิ่งลึกลับในธรรมชาติ ไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลาย

ทางศาสนา และมีความเชื่อในศาสนาดั้งเดิม ศาสนาชาวบ้าน หรือ ฝิ่นเอง ความเชื่อของคนไทย มักเกี่ยวกับอำนาจเหนือธรรมชาติในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความเชื่อเรื่องผี ขวัญ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รวมทั้งพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเหล่านี้ เช่น พิธีเซ่นไหว้ผีบรรพบุรุษ ผีบ้านผีเมือง การทำขวัญ การรักษาโรคด้วยวิธีการทางไสยศาสตร์ รวมไปถึงระบบความคิดเกี่ยวกับการกำเนิดจักรวาล ความเชื่อเกี่ยวกับการสัก การทำนายทายทัก เป็นต้น

ชาญ วัชรวิภาค (2552) กล่าวว่า ศาสนาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยความเชื่อ และพฤติกรรมอันมีแบบแผนของมนุษย์ ซึ่งตอบสนองกับความต้องการที่มนุษย์ต้องการจะควบคุมสิ่งที่มองไม่เห็นโดยความหมายอย่างกว้าง ๆ คือ การกระทำของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับศาสนามักจะเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างมนุษย์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย แต่ในปัจจุบันศาสนาได้ถูกลดความสำคัญในการครอบงำชีวิตประจำวันไป คงเหลือไว้แต่ในโอกาสงานพิเศษ งานสำคัญหรือในการท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะเด่นเป็นการสวดอ้อนวอน เช่น การบวงสรวง และการประกอบพิธีกรรม เป็นต้น

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม (2559) กล่าวว่า ศาสนา คือ หนึ่งในปัจจัยหลักที่มีบทบาทต่อการดำเนินชีวิต และความเป็นอยู่ เป็นวัฒนธรรมไทยซึ่งมีรากฐานมาจากพุทธศาสนา ถ่ายทอดสืบต่อกันมาในรูปแบบของความเชื่อ พิธีกรรม ศิลปกรรม กฎหมาย วรรณกรรม ภาษา ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี

สรุปว่า ศาสนาและความเชื่อมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ ถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ซึ่งได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมารวมถึงความหวาดกลัวต่อสิ่งลี้ลับในธรรมชาติที่มองไม่เห็นในหลากหลายศาสนา

4. ข้อมูลเกี่ยวกับศาสนสถานในกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกอีกด้วย ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครนั้นมีหลากหลายรูปแบบ ในความหลากหลายนั้น มีศาสนสถานที่สำคัญ มีความสวยงาม ทั้งด้านสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรม และยังมีศาสนสถานที่มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ในปัจจุบันการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักนั้นเป็นที่สนใจมากขึ้น ซึ่งในกรุงเทพมหานครนั้นมีศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักหลากหลาย และเป็นที่นิยมจำนวน 7 แห่ง (ไทยทิคเก็ตเมเจอร์, 2561; ผู้จัดการออนไลน์, 2563) ดังนี้

4.1 ศาลพระตรีมูรติ เซ็นทรัลเวิลด์

พระตรีมูรติเป็นเทพเจ้าที่มีศักดิ์สูงสุดในศาสนาพราหมณ์ เป็นการรวมกันของมหาเทพที่ยิ่งใหญ่ถึง 3 พระองค์ ซึ่งประกอบด้วย พระพรหม พระวิษณุ และ พระศิวะ ตรีมูรติ มาจากคำว่า ตรี หมายถึง สาม และ มูรติ หมายถึง รูปแบบ คำว่า ตรีมูรติ จึงหมายถึง รูปแบบของพระผู้เป็นเจ้าทั้งสามพระองค์ แต่คนส่วนใหญ่เชื่อกันว่า พระตรีมูรติ แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ทั้งในชีวิต ความรัก และการงาน ความศรัทธาที่มีต่อ องค์พระตรีมูรติ ได้สืบทอดมาหลายยุคสมัยจนถึงทุกวันนี้ ได้รับเทิดทูนเป็นสัญลักษณ์ใหม่ของการประทานความรัก และความสมหวังแก่มวลมนุษย์ ซึ่งทำให้หลายคนเชื่อว่า พระตรีมูรติเป็นเทพเจ้าผู้ประทานพรให้สมหวังในเรื่องความรักเท่านั้น แต่ที่จริงแล้วหากอธิษฐานขอพรด้วยความตั้งมั่น และประพฤติดี พระตรีมูรติผู้ยิ่งใหญ่จะประทานพรแก่ผู้ที่ศรัทธา นับถือได้มากกว่าที่จะคาดถึงได้ (ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2551)

ในประเทศไทยมีความเชื่อ และเรื่องเล่าว่า พระตรีมูรติ คือ เทพารักษ์ประจำวังเพชรบูรณ์ ในปัจจุบันคือ ห้างเซ็นทรัลเวิลด์ แยกราชประสงค์ ความศักดิ์สิทธิ์ของพระตรีมูรตินั้นถูกรำลือกันอย่างหนาแน่นว่า ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีการทิ้งระเบิดลงในกรุงเทพ และมีระเบิดตกลงมาบริเวณวังวังเพชรบูรณ์ แต่ปรากฏว่าระเบิดนั้นไม่ได้ทำความเสียหายใด ๆ ให้แก่วังเพชรบูรณ์เลย รอดพ้นความเสียหายมาได้อย่างปาฏิหาริย์ ต่อมา มีการสร้างศาลพระตรีมูรติอยู่ตรงบริเวณลานหน้าห้างเซ็นทรัลเวิลด์ในปัจจุบัน และมีผู้คนให้ความศรัทธากันเป็นจำนวนมาก (ผู้จัดการออนไลน์, 2556) ปัจจุบันศาลพระตรีมูรติตั้งอยู่ลานหน้าห้างเซ็นทรัลเวิลด์ ฟังห้างอิเซตัน ถนนราชประสงค์ แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางไปอธิษฐานขอพรได้ทุกวัน แต่ฤกษ์ที่ดีที่สุดในการอธิษฐานขอพรคือ วันพฤหัสบดี เวลา 9.30 น. และ เวลา 21.30 น. เพราะมีความเชื่อกันว่าเป็นเวลาที่มหาเทพจะเสด็จลงจากสวรรค์มายังโลกมนุษย์เพื่อรับคำอธิษฐาน และประทานพรให้แก่ผู้ที่อธิษฐานขอพร (กันจพร อินทร์ประเสริฐ, 2556)

การบูชาพระตรีมูรติ นิยมใช้ดอกกุหลาบสีแดง 9 ดอก หรือพวงมาลัยกุหลาบ 1 พวง พร้อมกับธูปสีแดง 9 ดอก เทียนสีแดง 1 เล่ม ผลไม้สีแดง น้ำอ้อย น้ำมะพร้าว นมสดของหวานต่าง ๆ สิ่งต้องห้าม คือ อาหารคาว

4.2 พระแม่ศรีมหาอุมาเทวี วัดพระศรีมหาอุมาเทวี

พระแม่ศรีมหาอุมาเทวี เป็นพระแม่ผู้เป็นใหญ่ในจักรวาล เป็นเทวีแห่งอำนาจวาสนา และบารมีอันสูงสุด อำนาจบารมีแห่งพระแม่ศรีมหาอุมาเทวินั้นยิ่งใหญ่หาสิ่งใดเทียบได้

พระองค์ทรงประทานชัยชนะเหนือศัตรู ประทานกำลังวังชาแห่งอิศรี ทำลายสิ่งชั่วช้า ตลอดจน
 ประทานบวร และอำนาจในการปกครอง และพระองค์ยังทรงประทานพรด้านความสมบูรณ์
 ความอิมเม ความผาสุก ในการครองเรือนครอบครัวที่เปี่ยมสุข ตลอดจนการคุ้มครองผู้ศรัทธา
 ให้ปลอดภัยจากภัยอันตรายทั้งปวง พระแม่ศรีมหาอุมาเทวีทรงเป็นมารดาแห่งพระพิฆเนศ
 และเป็นชายาแห่งพระศิวะ มหาเทพผู้ทำลายโลก 1 ใน 3 แห่งพระตรีมูรติ
 ดังนั้นพระแม่ศรีมหาอุมาเทวีจึงเป็น 1 ใน 3 แห่งพระตรีศक्ति ซึ่งตรีศक्ति หมายถึง พระแม่ทั้งสาม
 ได้แก่ พระแม่อุมา พระแม่ลักษมี และพระแม่สรัสวดี พระแม่ศรีมหาอุมาเทวีมีทิพยรูปเป็นหญิง
 ที่งดงาม เปี่ยมไปด้วยความเมตตา และเป็นมารดาแห่งสรรพชีวิตทั้งหลายทั้งปวง (ชรวัดณ์, 2550)

วัดพระศรีมหาอุมาเทวี หรือที่รู้จักกันในนามว่า “วัดแขก” เป็นวัดของศาสนาฮินดู
 ในประเทศไทย ที่สร้างขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ.2454 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้า-
 เจ้าอยู่หัว โดยชาวทิพย์ที่เดินทางจากอินเดียเข้ามาอาศัยอยู่ในบริเวณภาคใต้ของประเทศไทย
 เทวาลัยแห่งแรกของวัดสร้างขึ้นอยู่ตรงบริเวณหัวลำโพง โดยสร้างเป็นศาลาไม้ธรรมดา ต่อมา
 เมื่อทรุดโทรมลงจึงย้ายไปสร้างเทวาลัยที่สีลม บริเวณวัดพระศรีมหาอุมาเทวีในปัจจุบัน
 โดยมีองค์พระแม่ศรีมหาอุมาเทวี ประดิษฐานเป็นองค์ประธาน และมีองค์เทวรูปต่าง ๆ ที่ได้นำมา
 จากประเทศอินเดียประดิษฐานอยู่ด้วย(สมพร สุขเกษม, 2532) แต่เดิมวัดพระศรีมหาอุมาเทวีนี้นั้น
 จะเป็นสถานที่เฉพาะผู้นับถือศาสนาฮินดูเท่านั้น แต่ปัจจุบันเปิดให้ทั้งชาวไทย และ
 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าไปสักการะได้ และในช่วง 1 - 9 ค่ำเดือน 11 หรือช่วงเดือนตุลาคม
 ของทุก ๆ ปี จะมีพิธีนวราตรี เพื่อบูชาพระแม่ศรีมหาอุมาเทวีครั้งยิ่งใหญ่ เป็นพิธีที่เก่าแก่
 สืบเนื่องมาตั้งแต่สมัยพระเวท มีพิธีบูชารวม 10 วัน 10 คืนพร้อมกันทั่วโลก และในวันสุดท้าย
 ของงานจะมีการอัญเชิญองค์เทวรูปพระแม่ศรีมหาอุมาเทวี และเทวรูปองค์อื่น ๆ ออกมา
 แห่ไปนอกวัดบริเวณถนนสีลม ซึ่งในแต่ละปีจะมีผู้ศรัทธาเข้าร่วมชมงานเป็นจำนวนหลายพันคน
 (สุกัญญา ประเสริฐศรี, 2551) วัดพระศรีมหาอุมาเทวี หรือวัดแขก ตั้งอยู่ที่ ถนนปั้น แขวง สีลม
 เขต บางรัก กรุงเทพมหานคร เวลาเปิดวันจันทร์-พฤษภาคม 06.00-20.00 น.,
 วันศุกร์ 06.00-21.00 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ 06.00-20.30 น.

การกราบไหว้บูชา นิยมใช้ของไหว้ ดังนี้ ดอกไม้ นม ผลไม้ ขนมอินเดียที่ทำจากนม
 น้ำตาลต่าง ๆ ขนมที่มีรสชาติดมั้น ห้ามมีเนื้อสัตว์เจือปนไม่มีกลิ่นหอมแรงเกินไป และธูปพืช
 ทุกชนิด

4.3 พระแม่ลักษมี ห้างเกษรวิลเลจ แกรนด์ไฮแอท

พระแม่ลักษมี ได้รับการขนานนามว่าเป็น เทวีแห่งความมั่งคั่ง ความร่ำรวย และความอุดมสมบูรณ์ พระองค์มักประทานความสำเร็จในการประกอบกิจการ การเจรจาค้าขาย การประกอบธุรกิจ ตลอดจนประทานโภคทรัพย์ เงินทอง สมบัติ แก่ผู้หมั่นบูชาพระองค์ และผู้ที่ปฏิบัติตนดี พระแม่ลักษมีกำเนิดจากฟองน้ำ ในคราวเทวดาและอสูรกวณเกียรสมุทร ทำน้ำอมฤต จึงได้นามว่า ชลธิชา (เกิดแต่น้ำ) หรือ กษีราพัตินยา (ลูกสาวแห่งทะเลน้ำนม) พระแม่ลักษมีทรงเป็นพระชายาคู่บารมีของพระวิษณุ หรือพระนารายณ์ ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้ที่สืบทอดมั่งคั่งมั่งมีเหนือเทวีอื่นใด และพระองค์นั้นทรงเป็นสัญลักษณ์ของความรักอันซื่อสัตย์ และจงรักภักดี (ทศพล จังพานิชย์กุล, 2550) ผู้ที่ศรัทธาจะถือกันว่าพระลักษมีเป็นเทพนารีผู้อำนวยโชค มีน้ำพระทัยเมตตาปราณี เป็นตัวอย่างแห่งนางที่งามตลอดทั้งรูป และกิริยามารยาทมีวาจาเปี่ยมด้วยเสน่ห์ และไพเราะ ถือกันว่าเป็นผู้นำมาซึ่งความเจริญทุกประการ นับกันว่าเป็นผู้อุปถัมภ์บรรดาสตรีทุกชั้น พระแม่ลักษมีทรงได้รับความนับถือในหมู่ชาวฮินดูทุกนิกาย ด้วยเหตุที่ทรงเป็นเทวีที่มีน้ำพระทัยกรุณา มีแต่ช่วยเหลือมนุษย์ให้ได้รับแต่ความสุข ความเจริญ (กิตติ วัฒนมหาดม, 2549)

ศาลพระแม่ลักษมี ห้างเกษรวิลเลจ ตั้งอยู่บนดาดฟ้าชั้น 4 ของห้าง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 ลักษณะของเทวรูปมาจากครั้งการกวณเกียรสมุทรเพื่อทำน้ำอมฤต ขณะพระลักษมีเสด็จขึ้นมาประทับนั่งในดอกบัว และในพระหัตถ์ทรงถือดอกบัว ศาลเทวรูปองค์นี้มีความเชื่อกันว่า สร้างขึ้นด้วยประสงค์ของเจ้าของห้างที่เป็นสตรี จึงให้สร้างศาลเทวรูปที่เป็นองค์เทพสตรี (ไทยรัฐออนไลน์, 2560) โดยศาลพระแม่ลักษมี ห้างเกษรวิลเลจ เปิดให้เข้าสักการะได้ทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00-18.00 น.

การกราบไหว้บูชา นิยมใช้ของไหว้ ดังนี้ รูป 9 ดอก และบัวสี่ชมพู ส่วนของที่นิยมนำมาแก้บนคือ น้ำอ้อย หรือผลไม้รสอ่อน ๆ เช่น มะพร้าว เป็นต้น

4.4 พระพุทธรูปไสยาสน์ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

พระพุทธรูปไสยาสน์ หรือที่รู้จักกันในนามว่า พระนอนวัดโพธิ์มีลักษณะพิเศษอันเป็นมงคลยิ่ง คือ บริเวณฝ่าพระบาทขององค์พระนอน ซึ่งยาว 5 เมตร สูง 3 เมตร มีการประดับมุกประดับศิลปเป็นรูปอัฐมรดกธรรมมงคล หรือ มงคล 108 ประการ ซึ่งเป็นคติความเชื่อจากคัมภีร์ของลังกา ว่าเป็นพระบาทของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า คราวเมื่อประสูติได้ 5 วัน ตามตำรามหาปฐกษัตริย์ พระพุทธรูปไสยาสน์นับเป็นองค์ที่ใหญ่ และงดงามที่สุดในกรุงเทพมหานคร ได้รับการยกย่องว่าเป็นพระนอนองค์ใหญ่ที่มีความงดงามเป็นเอก

ในบรรดาพระนอนด้วยกัน เป็นที่เคารพสักการะ เลื่อมใสศรัทธาของทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ นับเป็นพุทธปฏิมากรสำคัญคู่บ้านคู่เมืองของไทย เป็นที่เชิดหน้าชูตาอย่างหนึ่ง ซึ่งมีความเชื่อกันว่า การกราบไหว้พระพุทธรูปไสยาส หรือพระนอนวัดโพธิ์ จะทำให้ชีวิตร่มเย็นเป็นสุข และนอกจากนี้ ยังมีความเชื่อจากศาสตร์แห่งตัวเลขว่า ผู้ที่อายุย่างเข้าเลข 3 นั้นหากไปขอพรเรื่องความรัก กับพระพุทธรูปไสยาส หรือพระนอนวัดโพธิ์จะสมหวังอีกด้วย(มนัสกวิญ ขางประยูร, 2563)

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามตั้งอยู่หลังพระบรมมหาราชวัง ถนนสนามไชย แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร เป็นวัดเก่ามีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา แต่เดิมมีชื่อเรียกว่า วัดโพธาราม ครั้นเมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงสร้างกรุงเทพฯ เป็นราชธานีใน พ.ศ. 2325 ทรงบูรณปฏิสังขรณ์วัดแห่งนี้ขึ้นใหม่ให้เป็นวัดสำคัญประจำรัชกาล เนื่องจาก ตั้งอยู่ใกล้ พระบรมมหาราชวัง และได้ พระราชทานนามวัดว่า วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และมาเปลี่ยนชื่อเป็นวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ในสมัยรัชกาลที่ 4 ส่วนพระวิหารพระพุทธรูปไสยาสน์นั้น เป็นพระวิหารที่สร้างเพื่อประดิษฐาน พระพุทธรูปไสยาส ในสมัยรัชกาลที่ 3 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้กรมหมื่นภูมินทรศักดิ์ ทรงกำกับช่างสิบหมู่สร้างพระพุทธรูปไสยาส หรือที่คนทั่วไปเรียกกันว่า พระนอนวัดโพธิ์ขึ้นก่อน แล้วจึงสร้างพระวิหารภายหลัง (วันเพ็ญ เบอร์เนทท์, 2549) วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม หรือวัดโพธิ์ เปิดทุกวันเวลา 8.00 – 18.30 น.

4.5 พระกฤษณะ วัดเทพมณเฑียร เสาชิงช้า

พระกฤษณะ คือ ปางอวตารแห่งองค์พระนารายณ์ ได้รับการขนานนามว่าเป็นนักรบ และนักรัก เนื่องจากพระองค์มีพระชายาหลายคน โดยในทุกปางอวตารของพระนารายณ์ นั้นจะมี พระนางลักษมี อวตารลงมาเป็นพระชายาเสมอ เช่น เมื่อพระนารายณ์อวตารเป็นพระราม พระนางลักษมีก็ทรงอวตารเป็นนางสีดา พระนารายณ์อวตารเป็นพระกฤษณะ พระนางลักษมีก็อวตารเป็นนางราधा เป็นต้น ในภาคของพระกฤษณะและพระนางราधा ก็ได้เกิดเรื่องราวแห่งความรักมากมาย บางตำนานเล่าว่า พระกฤษณะเกิดในราชวงศ์กษัตริย์ และถูกพญากงส์ตามฆ่า เนื่องจากมีเสียงดังมาจากเบ้องบนว่าตนจะถูกคนเลี้ยงโค (พระกฤษณะ) ฆ่าตั้งแต่เกิด พระกฤษณะจึงต้องต่อสู้กับอสูรร้ายที่หวังเอาชีวิตมาโดยตลอด เมื่อหลบไปอยู่ทุ่งเลี้ยงวัว พระองค์ก็ได้พบกับพระนางราधा แม้พระองค์จะมีเมียอยู่มากมาย และแต่งงานมาหลายต่อหลายครั้ง แต่ก็มีเรื่องเล่าว่าพระองค์มีพระนางราधाอยู่ในใจเสมอ และรักมากที่สุด ส่วนพระนางราธาก็ทรงรักพระกฤษณะอย่างสุดหัวใจ และรอพระกฤษณะอยู่เสมอ ทำให้เราเห็นรูปเคารพขององค์พระกฤษณะคู่กับพระนางราธา

อยู่บ่อยครั้งด้วยความรักที่ยิ่งใหญ่ของพระภุชณะ และพระนางราธา ทำให้ผู้คนนับถือทั้งสองพระองค์ในด้านของความรัก และความภักดี (อรุณศักดิ์ กิ่งมณี, 2551)

วัดเทพมณเฑียร ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการประกอบศาสนกิจ เทศกาลงานสำคัญ ของศาสนาฮินดู และประติษฐานเทวรูปองค์สำคัญ สร้างโดยสมาคมฮินดูสมาช ในประเทศไทย วัดเทพมณเฑียรมีเทวรูปหินอ่อน ประติษฐานอยู่หลายองค์ด้วยกัน ได้แก่ พระวิษณุและพระแม่ลักษมี เป็นองค์ประธาน และเทวรูปองค์อื่น ๆ อาทิ พระพรหม พระแม่ทุรคา พระพุทเจ้า พระรามและภควดีสีดา (พระแม่สีดา) พระภุชณะและชಾಯา พระหนุมาน อวตารของ พระศิวะ พระแม่ลักษมี พระพิฆเนศวร และเทวรูปอีกหลายองค์ที่ชาวฮินดู และชาวไทย ให้ความเคารพนับถือ ในทุกวันจะมีพิธีกรรมภายในวัดเทพมณเฑียร เรียกว่า พิธีอารตี คือ การถวายไฟ แก่ทวยเทพ รวมถึงมีพราหมณ์มาเผยแพร่ศาสนาอีกด้วย (พิทักษ์ ไคววันชัย, 2563) วัดเทพมณเฑียร ตั้งอยู่ในโรงเรียนภารตวิทยาลัย ถนน ศิริพงษ์ แขวงเสาชิงช้า เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

4.6 ศาลย่านาค วัดมหาบุศย์ พระโขนง

ตามตำนานประวัติความเป็นมาของ "แม่นาค พระโขนง" หรือ ย่านาค เป็นเรื่องราว ความรักที่ความตายมิอาจขวางกั้นได้ ระหว่างวิญญาณแม่นาค "ผีตายทั้งกลม" กับสามี แสดงถึงความรักแท้ของหญิงไทยซึ่งรักสามีเมื่อมีชีวิตอยู่ และเมื่อตายไปก็ยังกลับมาปรากฏ ร่างทำหน้าที่ภรรยา และคุ้มครอง สามี ลูก รวมถึงทรัพย์สินสมบัติของครอบครัว ซึ่งเรื่องราวของแม่นาคเป็นที่รู้จักกันดีของคนไทย ได้เล่าสืบต่อกันเรื่อยมา เชื่อกันว่าเป็นเรื่องจริงที่เกิดขึ้นในสมัย รัชกาลที่ 4 ในครั้งนั้นมีผีเสื้อหนึ่งอาศัยอยู่ที่พระโขนง ฝ่ายสามีชื่อนายมาก ภรรยาชื่อนางนาค ทั้งสองอยู่กินกันจนกระทั่งนางนาคได้ตั้งครรภ์ นายมากก็มีเหตุจำเป็นให้ต้องไปเป็นทหาร ประจำการ นางนาคจึงต้องอยู่เพียงคนเดียวตามลำพังจนครบกำหนดคลอด แต่ลูกของนางนาค ไม่ยอมกลับหัวมีผลทำให้นางนาคเจ็บปวด และกีดกันทานความเจ็บปวดไว้ไม่ไหวสิ้นใจตายไป พร้อมกับลูกในท้อง กลายเป็นผีตายทั้งกลม หลังจากนั้นศพของนางนาคได้ถูกนำไปฝังไว้ยังป่าช้า ทำวัดมหาบุศย์ ส่วนนายมากเมื่อปลดประจำการก็กลับพระโขนงโดยที่ยังไม่ทราบความว่าเมีย ของตนเสียชีวิต นางนาคพยายามร้งนายมากให้อยู่ที่บ้านตลอดเวลาไม่ให้ออกไปพบใคร เพราะ เกรงว่านายมากจะรู้ความจริงจากชาวบ้าน จนวันหนึ่งขณะที่นางนาคดำน้ำพักอยู่บนบ้าน ได้ทำมะนาวตกลงไปได้ถุนบ้านด้วยความรีบร้อนจึงเอื้อมมือยาวลงมาเพื่อเก็บมะนาว นายมากผ่านมาเห็นพอดี จึงทราบได้ว่าเมียของตัวเองเป็นผี นายมากได้หนีไปพึ่งพระที่วัด

ต่อมานางนาคก็ถูกหมอผีมือดีจับใส่หม้อถ่วงน้ำ และได้มีตายายคนหนึ่งที่ไม่รู้เรื่องราวได้เก็บหม้อที่ถ่วงนางนาคได้ขณะทอดแหจับปลา และเปิดออกดู นางนาคจึงถูกปลดปล่อยออกมาอีกครั้ง แต่สุดท้ายก็ถูกสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) สยบลงได้ กะโหลกศีรษะส่วนหน้าผากของนางนาคถูกเคาะออกมาทำปั้นเหน่ง (หัวเข็มขัดโบราณ) เพื่อเป็นการสะกดวิญญาณ และนำนางนาคสู่สุคติ (สมบัติ พลายน้อย, 2533) ตำนานเรื่อง “แม่นาค พระโขนง” ได้แสดงลักษณะเด่นของคำสอนทางพระพุทธศาสนาที่แสดงว่า “ธรรมย่อมชนะอธรรม” และการหมดสิ้นบาปกรรม ก็คือ การอโหสิกรรมยอมรับชะตากรรม ประพาศิตนเป็นคนดี เพื่อหวังผลจะได้ไปเกิดใหม่ในภพภูมิที่ดี จนกระทั่งเป็นแบบอย่างให้แก่ผู้ที่ได้เดินทางมากราบไหว้ขอพรที่วัดมหาบุศย์ จากความเชื่อของประชาชนที่ได้หลงใหลเดินทางมาทำบุญไหว้พระ และขอพรกับย่านาค ต่างก็มีความปรารถนาหลายอย่าง เช่น เรื่องโชคลาภ ความรัก และในหน้าที่การงาน หรือตามความปรารถนาของแต่ละบุคคล (กฤษฎา รตนโชโต, 2560)

วัดมหาบุศย์ เป็นวัดโบราณสร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย เมื่อประมาณ พ.ศ. 2305 เดิมวัดมหาบุศย์มีชื่อเดิมว่าวัดสามบุตร กล่าวคือ บุตรชายสามคนที่เป็นพี่น้องร่วมกันได้สร้างขึ้น วัดมหาบุศย์ถือได้ว่าเป็นสถานที่สำคัญวัดหนึ่งที่ได้เป็นสถานที่ศูนย์รวมจิตใจและหล่อหลอมความศรัทธาไว้เป็นเนื้อเดียวกัน วัดมหาบุศย์เป็นสถานที่ประดิษฐานพระพุทธรูปและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญ เพื่อเป็นที่กราบไหว้บูชาและเป็นที่พึ่งยึดเหนี่ยวจิตใจของพุทธศาสนิกชนชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีความเลื่อมใสศรัทธามาเป็นเวลายาวนาน โดยเฉพาะรูปปั้นย่านาคที่ได้ตั้งอยู่ที่ศาลย่านาค ในวัดมหาบุศย์ ซอยสุขุมวิท 77 เปิดทุกวัน เวลา 7.30 – 17.30 น.

4.7 ศาลเจ้าแม่ประตู ตลาดเก่าเยาวราช

เจ้าแม่ประตู มีที่มาของชื่อเนื่องจากองค์ทำมาจากไม้ประตู โดยมีตำนานเล่าไว้ในอดีตศาลเจ้าแม่ประตูนั้นมีสภาพเป็นคลอง มีน้ำไหลผ่าน อยู่ดี ๆ วันหนึ่งเจ้าแม่ประตูก็ลอยผุดมาตามน้ำ ชาวบ้านพบเจอจึงอัญเชิญมาอยู่ที่นี่ เพื่อเป็นที่เคารพยึดเหนี่ยว และกราบไหว้ขอพรคนระแวกตลาดเก่า เยาวราช โดยคนที่มาสักการะเจ้าแม่ประตู มักจะขอพรในเรื่องของความรัก

ศาลเจ้าแม่ประตูหรือศาลเจ้าเล้าปังเก่ามา เป็นสถานที่ประดิษฐานเทพเจ้าตามความเชื่อของคนจีน ชาวจีนเป็นผู้ที่ยึดมั่นในประเพณี และความเชื่อเดิมอย่างเคร่งครัด มักสร้างศาสนสถานไว้เพื่อประดิษฐานเทพเจ้า และใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาตามระบบความเชื่อของตน ทุกแห่งที่มีชาวจีนอาศัยอยู่เป็นชุมชนย่อมต้องมีศาสนสถาน (มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์, 2542) ศาลเจ้าแม่ประตูเป็นศาลจีนเก่าแก่

ของแต่จิ๋ว สร้างขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1848 หรือตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 ปัจจุบันศาลเจ้าแม่พระคู่ตั้งอยู่ในตลาดเก่าเยาวราช ถนนเยาวพานิช เปิดทุกวัน เวลา 08.00-17.00 น.

การกราบไหว้สักการะ เครื่องสักการะ ได้แก่ 1. ธูปจำนวน 45 ดอก 2. เทียนแดงจำนวน 1 คู่ และ 3. ผลไม้ที่มีรสหวานจำนวน 5 อย่าง แต่ละอย่างต้องนำมาถวายจำนวนเป็นเลขคู่



5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของ เกาะฮ่องกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อศึกษาพฤติกรรม และแรงจูงใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงศาสนาบนเกาะฮ่องกง และเพื่อเสนอแนะแนวทาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย ด้วยวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ผลการศึกษา พบว่า องค์ประกอบของการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาะฮ่องกงในแนวคิด 20 สูดยอด สถานที่มงคลในฮ่องกงมี 5 องค์ประกอบคือ สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก ในด้านพฤติกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ไม่เคยเดินทางมายัง พุทธสถานบนเกาะฮ่องกง ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 3 วัน 2 คืน ในวันหยุด นักชัตฤกษ์/เทศกาลต่าง ๆ และเดินทางมากับเพื่อน กลุ่มตัวอย่างเดินทางมากับรถของบริษัท นำเที่ยวมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพุทธสถานที่ยังคงมีแรงจูงใจในระดับมากทุกด้านโดยด้านที่มีระดับแรงจูงใจสูงสุด คือ แรงจูงใจทางกายภาพ รองลงมาคือ แรงจูงใจทางศาสนา แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียงและ แรงจูงใจระหว่างบุคคล ตามลำดับ

วรรณวีร์ บุญคุ้ม (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัด เพชรบุรี และการรับรู้การที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรี มี 6 ประเภทตามลำดับ ได้แก่ ด้านการเรียนรู้และหาประสบการณ์ ด้านการอนุรักษ์และสืบสาน วัฒนธรรม ด้านจิตวิญญาณ ด้านการเรียนรู้ และพัฒนาตนเอง ด้านจิตวิญญาณระดับลึก และ ด้านการหลีกเลี่ยงและพักผ่อน 2) การรับรู้แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรีที่สำคัญ 5 ลำดับ คือ การรับรู้ต่อกายภาพ การรับรู้ต่อความน่าเลื่อมใสศรัทธาของวัด การรับรู้ต่อความสะดวก การรับรู้ ทางด้านจิตวิญญาณที่สามารถจับต้องได้ และการรับรู้ต่อประติมากรรม จิตรกรรมของวัด 3) แรงจูงใจและการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดสำคัญใน จังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้ 2 ปัจจัย และปัจจัยแรงจูงใจ 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ที่สำคัญที่สุด ในการทำนายการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การรับรู้ต่อความเลื่อมใสศรัทธา ของวัด การรับรู้ด้านกายภาพ สำหรับปัจจัยแรงจูงใจที่ทำนายการกลับมาเยือนซ้ำที่สำคัญที่สุด

คือ แรงจูงใจทางจิตวิญญาณ แรงจูงใจด้านการหลีกเลี่ยงหนี้และพักผ่อน แรงจูงใจด้านการเรียนรู้และประสบการณ์ และแรงจูงใจทางจิตวิญญาณระดับลึก ตามลำดับ

ตันติกร โคตรชาวี (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการศึกษาเชิงศาสนา พระธาตุประจำวันเกิด จังหวัดนครพนม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา พระธาตุประจำวันเกิด จังหวัดนครพนม พบว่า มีวัตถุประสงค์เพื่อนมัสการพระธาตุ ด้านแรงจูงใจ พบว่า มีแรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางศาสนา แรงจูงใจระหว่างบุคคล แรงจูงใจด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง ตามลำดับ

ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันจะมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย

ยุ พารักษ์ ชนะบวรวัฒน์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การบนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธในสังคมไทย จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบทความ หนังสือ และจากการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวพุทธไทยนิยมบนมีด้วยกันหลากหลาย สามารถจำแนกได้เป็นหมวดหลัก 5 หมวด ได้แก่ พระพุทธรูป รูปเคารพพระเกจิ พระเครื่อง เทพ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่น ซึ่งจุดประสงค์ที่ทำให้ชาวพุทธบนบานต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้นมีหลายประการ เมื่อได้สมความปรารถนาตามที่บนไว้ก็จะมีการแก้บนตามคำบอกกล่าวของผู้บน เช่น การแก้บนด้วยการถวายวัตถุสิ่งของ การแสดง การสร้างบุญหรือการทำความดี การวิเคราะห์ความสอดคล้องและความไม่สอดคล้องของการบนสิ่งศักดิ์สิทธิ์กับคำสอนของพระพุทธศาสนา คือ เทวดา พุทธานุภาพ อธิษฐานธรรม การบูชา อนุสสติ และหลักกรรม และการพึ่งตนเองพบว่า มีทั้งที่ขัดแย้งอย่างชัดเจนและไม่ขัดแย้งอย่างรุนแรง กล่าวคือ การบนแม้อาจไม่สอดคล้องกับหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนาโดยตรง แต่พออนุโลมได้เพราะยังมีประโยชน์และไม่ได้ขัดแย้งอย่างรุนแรงในบางกรณี การบนที่สอดคล้องกับคำสอนทางพระพุทธศาสนาคือการบนตามกรอบปฏิบัติเรื่องอธิษฐานธรรมตามที่ปรากฏในครั้งพุทธกาล ชาวพุทธโดยทั่วไปมักได้ยินคำว่าอธิษฐาน ในความหมายหรือพฤติกรรมที่หมายถึงการบน เมื่อจะทำการสิ่งใดก็มักจะอธิษฐานขอสิ่งนั้นสิ่งนี้อยู่เสมอ ซึ่งเป็นการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้อง แนวทางการบนที่สอดคล้องกับหลักพระพุทธศาสนานั้น คือ การอธิษฐาน อธิษฐาน

ในทางพระพุทธศาสนา คือ ความตั้งใจทำสิ่งที่ต้องการ หมายความว่าเมื่อตั้งใจอธิษฐานแล้ว จะต้องทำอย่างนี้เรื่อยไปจนประสบความสำเร็จ

รุ่งฟ้า สะแกกลาง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 2-3 วัน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,501-3,000 บาท แหล่งข้อมูลในการมาท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่ไม่แตกต่างกัน และ นักท่องเที่ยวที่มีเวลาในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการเดินทางอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ แตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นิมิต ชื่นสั้น (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาถนนวนัฒนธรรม: กรณีสึกษา ถนนวนัฒนธรรมหลาดใหญ่ จังหวัฏภูเก็ฏ ผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอยย่อยของแรงจูงใจดัง ประกอยด้วย 2 ด้าน ได้แก่ “ความเป็นท้องถิ่น” และ“สิ่งอำนวยความสะดวก” ส่วนองค์ประกอยย่อยของแรงจูงใจผลัก ประกอยด้วย 3 ด้าน ได้แก่ “การเติมเต็มความต้องการส่วนตัว” “การแสวงหาสิ่งแปลกใหม่” และ “การหลีกหนีความจำเจ” ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำข้อเสนอนะจากผลการศึกษาที่ได้ไปประยุกต์ใช้เพื่อทำให้การจัดการ ถนนวนัฒนธรรมหลาดใหญ่มีความโดดเด่น และเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

มาดดูย (Madhu, 2010) ได้ศึกษาเรื่อง การเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ในประเทศอินเดีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเหตุผลสำคัญของการส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาในประเทศอินเดีย และเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเพื่อนำไปสู่การพัฒนาประเทศอินเดียให้เป็นปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเหมือนกับประเทศอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น ไทย และ จีน ซึ่งการวิจัยพบว่า ระดับการรับรู้ และเข้าใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในประเทศอินเดีย ยังอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น ไทย และ จีน รวมถึงประเทศอินเดียยังขาดความตระหนักในการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในพื้นที่ต่าง ๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน

กาตริ (Katri, 2009) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในมุมมองของชาวฟินแลนด์ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อทราบว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนาคืออะไร จุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาคือที่ไหน และในอนาคตการท่องเที่ยวเชิงศาสนาจะเป็นอย่างไร ซึ่งในการวิจัยจะศึกษาเกี่ยวกับศาสนาคริสต์โดยเฉพาะโดยทำการแจกแบบสอบถามในคริสตจักร 2 แห่งในประเทศฟินแลนด์ มีผู้ตอบแบบสอบถาม 78 คนจากการศึกษานี้พบว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการเดินทางแสวงบุญที่ประเทศอิสราเอล และจุดหมายปลายทางที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา คือ อิสราเอล กรีซ และฟินแลนด์ สำหรับรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่เป็นที่สนใจที่สุด คือ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา และการเยี่ยมชมโบสถ์ ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และมีข้อเสนอแนะให้มีการจัดแพคเกจท่องเที่ยวเชิงศาสนาขึ้นในวันหยุด

อีเกรซซี่, เบย์แรม และคาร่า (Egresi, Bayram, & Kara, 2012) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวในศาสนสถาน กรณีศึกษา เมืองมาริติน ประเทศตุรกี จุดประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าเพื่อตอบคำถามในการวิจัย คือ 1) เหตุใดมาริตินจึงเป็นสถานท่องเที่ยวที่สำคัญทางศาสนา และ 2) แรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมศาสนสถาน เมืองมาริติน จากการศึกษพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นมีหลายแง่มุม ผู้เยี่ยมชมศาสนสถานบางคนไม่ได้เป็น "นักเดินทางที่เคร่งศาสนา" นักท่องเที่ยวจำนวนมากมาเยี่ยมชมศาสนสถานด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่ศาสนาโดยสิ้นเชิง อาทิเช่น โดยแรงจูงใจทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมหรือสถาปัตยกรรม ความหลากหลายทางศาสนา และหลากหลายวัฒนธรรมของเมืองมาริติน

หวง และเพียร์ซ (Huang & Pearce, 2019) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา 4 แห่งในประเทศจีน ได้แก่ ภูเขาหวู่ไถ ภูเขาจิวหัว ภูเขาเอ๋อเหมย และภูเขาผู่โถว จุดประสงค์เพื่อชี้แจงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้เข้าชมเกี่ยวกับพุทธสถาน และให้ผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาอย่างยั่งยืน ซึ่งการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของนักท่องเที่ยวได้รับจาก สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีคุณค่าทางจิตใจสูง วัฒนธรรมที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานมีเสน่ห์ด้วยลักษณะทางธรรมชาติ และร้านค้าและร้านอาหาร ประการที่สองพบว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อพุทธสถาน การรับรู้ดังกล่าวได้รับจากคุณลักษณะที่สำคัญของสถานที่ เช่น บรรยากาศที่น่าประทับใจ สภาพแวดล้อมที่น่าดึงดูด ความเชื่อส่วนบุคคล และพฤติกรรมที่ภักดี แต่อาจเกิดความน่าสนใจลดลงจากกิจกรรมทางการค้า อาคารสมัยใหม่ มลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมทางโลก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

1.1 การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

นักท่องเที่ยวยาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวยาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 7 แห่ง แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรของ คอคแรน (Cochran, 1977 อ้างถึงใน ธีรฤดี เอกะกุล, 2549) ผู้วิจัยได้กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาดที่ยอมรับได้ที่ 5%

โดยใช้สูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ คือ 5% (e มีค่าเท่ากับ 0.05)

z คือ ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้คือ 95 % (z มีค่าเท่ากับ 1.96)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$
$$= 385 \text{ คน}$$

ดังนั้นจากการคำนวณ พบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวนเท่า ๆ กันแต่ละ 55 คน รวมทั้งสิ้น 385 คน ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการเก็บ ข้อมูลในแต่ละศาสนสถานให้มีจำนวนเท่ากัน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota sampling) ทั้ง 7 แห่ง ได้แก่ ศาล พระตรีมูรติ เซ็นทรัลเวิลด์ วัด พระศรีมหาอุมาเทวี พระแม่ลักษมี ห้างเกษรวิลเลจ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วัดเทพมณเฑียร ศาลย่านาควัดมหนาศุภ และศาลเจ้าแม่ประจักษ์ ตลาดเก่าเยาวราช

1.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ลักษณะคำถามแบบ มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะคำถามแบบ มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice) ประกอบด้วย ความถี่ในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาของการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบ ประกอบด้วย ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านระหว่างบุคคล ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอารมณ์และความรู้สึก ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
คะแนน 5	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
คะแนน 4	ระดับความคิดเห็นมาก
คะแนน 3	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
คะแนน 4	ระดับความคิดเห็นน้อย
คะแนน 5	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินผลได้ใช้เกณฑ์การประเมิน เป็นมาตราส่วนประมาณค่าของ ลิเคิร์ท (Likert Scale) มีน้ำหนักคะแนน 5 ระดับ (ถำนินทร์ ศิลป์จารุ, 2549) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50 - 5.00	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50 - 4.49	ระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50 - 3.49	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50 - 2.49	ระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.49	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปส่งเสริม และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถาม แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร
3. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน เพื่อพิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ โดยกำหนดเกณฑ์ในการตรวจพิจารณา ดังนี้ ถ้าแน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้คะแนน + 1 ถ้าไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ ให้คะแนน 0 ถ้าแน่ใจว่าไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้คะแนน -1 แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ (IIOC, Index of item objective Congruence) และนำค่าดัชนีที่คำนวณได้มาเทียบเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอ และเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Rovinelli & Hambleton, 1977) ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้อง(IIOC) เท่ากับ 0.82
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปหาคุณภาพ โดยไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว

เชิงศาสนา ณ ศาลท่านท้าวมหาพรหม โรงแรมเอราวัณ และวัดพระศรีรัตนศาสดาราม จำนวน 30 คน เพื่อหาความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอ และเป็นที่ยอมรับทางสถิติ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไข และตรวจสอบคุณภาพแล้วไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (Nunnally & Bernstein, 1994) ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.937

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บรวบรวมด้วยตนเอง ที่บริเวณศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 7 แห่ง ได้แก่ ศาลพระตรีมูรติ เซ็นทรัลเวิลด์ วัดพระศรีมหาอุมาเทวี ห้างเกษรวิลเลจ แยกราชประสงค์ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วัดเทพมณเฑียร เสาชิงช้า ศาลยานาค วัดมหาบุศย์ และศาลเจ้าแม่พระคู่ ตลัดเก่าเยาวราช โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามโดยการสร้างคิวอาร์โค้ดแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสแกนเพื่อตอบในสมาร์ทโฟนของตนเอง เพื่อเว้นระยะห่าง และลดการสัมผัส ตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข ระหว่างวันที่ 6 มีนาคม 2564 ถึง วันที่ 10 เมษายน 2564

2. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูลแล้วนำไปดำเนินการวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป

1.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และประมวลผล ดังนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตาราง ประกอบความเรียง

2. แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตาราง ประกอบความเรียง

3.แบบสอบถามข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบความเรียง

4. การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ และสถานภาพ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (t-test) และระหว่างอายุ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม กรณีพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่มผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยโดยวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบ LSD โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

5. แบบสอบถามข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์ความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน ทำการแจกแจงความถี่ นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นความเรียง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และเจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน หรือทำงานเกี่ยวข้องกับศาสนสถาน ที่สามารถให้ข้อมูลได้จริง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างสำหรับตอบแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาจากกลุ่มประชากรคือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และเจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน หรือทำงานเกี่ยวข้องกับศาสนสถานทั้ง 7 แห่ง ที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกได้จริง รวมทั้งสิ้น 11 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้

2.1 ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ ในหน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ไม่น้อยกว่า 3 ปีจำนวน 2 คน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม

2.2 ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ ในหน่วยงานภาคเอกชนที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 2 คน ได้แก่ คลิ๊ก ทราเวล (ประเทศไทย) และ แอม ยัวร์ ไทย ไกด์

2.3 เจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน หรือทำงานเกี่ยวข้อง กับศาสนสถาน ทั้ง 7 แห่ง ไม่น้อยกว่า 3 ปี แห่งละ 1 คน จำนวน 7 คน ได้แก่ ศาลพระตรีมูรติเซ็นทรัลเวิลด์ วัดพระศรีมหาอุมาเทวี พระแม่ลักษมีห้างเกษรวิลเลจ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วัดเทพมณเฑียร ศาลยานาควัดมหาบุศย์ และ ศาลเจ้าแม่พระคู่ ตลาดเก่าเยาวราช

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น แบบสัมภาษณ์ (Interview) ซึ่งหัวข้อหลักในการสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย คือ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียง ในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านระหว่างบุคคล ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอารมณ์และความรู้สึก

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์นำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และสร้างแบบสัมภาษณ์ให้ตรงตามเนื้อหาที่ต้องการทำวิจัย

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi - structured interview) มีการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ และจดบันทึกตามประเด็นหลักในแบบสัมภาษณ์ เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบันผู้วิจัยได้ติดต่อ และส่งจดหมายขออนุญาตไปทางหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และศาสนสถานเพื่อขอสัมภาษณ์ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนส่วนใหญ่อยู่ในระหว่างการทำงานที่บ้าน จึงใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ส่วนเจ้าหน้าที่ที่ดูแล บริหารจัดการ หรือทำงานเกี่ยวข้อง กับศาสนสถานใช้การสัมภาษณ์แบบเว้นระยะห่าง และลดการสัมผัส ตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข ระหว่างวันที่ 6 พฤษภาคม 2564 ถึง วันที่ 30 พฤษภาคม 2564

2.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นความคิดเห็น ผู้วิจัยใช้การถอดความ นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และวิเคราะห์ความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน และจัดลำดับความสำคัญตามข้อคิดเห็น เพื่อนำเสนอพฤติกรรม และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร และแนวทางในการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร รูปแบบความเรียง



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาจำนวน 385 ชุด ทำการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ ทำการแปลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว
3. การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร
4. การเปรียบเทียบข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ
5. ผลการสัมภาษณ์
6. แนวทางในการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 1 – 6

ตาราง 1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	77	20.00
	หญิง	308	80.00
รวม		385	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตาราง 2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	37	9.60
	20 – 30 ปี	258	67.00
	31 – 40 ปี	78	20.30
	41 – 50 ปี	9	2.30
	51 – 60 ปี	3	0.80
รวม		358	100.0

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาคืออายุ 31 – 40 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 และอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามสถานภาพ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	320	83.10
	สมรส	65	16.90
	หย่าร้าง/หม้าย	0	0.00
	แยกกันอยู่	0	0.00
รวม		385	100.00

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 320 คน
คิดเป็นร้อยละ 83.10 และสถานภาพสมรส จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90

ตาราง 4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามการศึกษา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	106	27.50
	ปริญญาตรี	263	68.30
	สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.20
รวม		385	100.00

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี
จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 68.30 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี
จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 คน
คิดเป็นร้อยละ 4.20 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอาชีพ

	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	131	34.00
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17	4.40
	พนักงานบริษัทเอกชน	172	44.70
	ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	62	16.10
	อื่นๆ	3	0.80
รวม		385	100.00

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน
จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70 รองลงมาเป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 131 คน คิดเป็น
ร้อยละ 34.00 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 และอื่นๆ จำนวน 3 คน
คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	116	30.10
	15,001 – 25,000 บาท	160	41.60
	25,001 – 35,000 บาท	71	18.40
	มากกว่า 35,000 บาท	38	9.90
รวม		385	100.00

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.60 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.10 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาทจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.40 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 7 - 14

ตาราง 7 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่	ครั้งแรก	251	65.20
	2 – 3 ครั้ง	105	27.30
	มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	29	7.50
รวม		385	100.00

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 รองลงมาเคยเดินทางมา 2 – 3 ครั้ง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 และมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์	เพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรัก	178	19.80
	เพื่อทำบุญ ทำทานตามความเชื่อส่วนบุคคล	238	26.40
	เพื่อไหว้ / อธิษฐานขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์	332	36.80
	เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	82	9.10
	เพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่	46	5.10
	เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	24	2.70
	อื่นๆ	1	0.10
รวม		901	100.00

*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อไหว้ / อธิษฐานขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมาเพื่อทำบุญ ทำทานตามความเชื่อส่วนบุคคล จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 เพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรัก จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 เพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 และอื่นๆ เช่น เดินทางมาเป็นเพื่อนนักท่องเที่ยว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.10 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดในการท่องเที่ยว

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดในการท่องเที่ยว	ศาลพระตรีมูรติ เขื่อนลัดเวสต์	242	19.50
	วัดพระศรีมหาอุมาเทวี สีสม (วัดแขก)	208	16.80
	ศาลพระแม่ลักษมี ห้างเกษรวิลเลจ	174	14.00
	วัดเทพมณเฑียร เสาชิงช้า	148	11.90
	ศาลเจ้าแม่ประจักษ์ ตลาดเก่าเยาวราช	144	11.60
	ศาลย่านาค วัดมหาบุศย์ พระโขนง	156	12.70
	พระพุทธรูปไสยาสน์ วัดพระเชตุพนวิมล- มังคลารามราชวรมหาวิหาร	160	12.90
	อื่น ๆ	7	0.60
รวม		1239	100.00

*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดในการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางมายังศาลพระตรีมูรติ เขื่อนลัดเวสต์ จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 รองลงมาวัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก) สีสม จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 ศาลพระแม่ลักษมี ห้างเกษรวิลเลจ จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 พระพุทธรูปไสยาสน์ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 ศาลย่านาค วัดมหาบุศย์ พระโขนง จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 วัดเทพมณเฑียร เสาชิงช้า จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 ศาลเจ้าแม่ประจักษ์ ตลาดเก่าเยาวราช จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 และ อื่น ๆ เช่น ศาลพระพิฆเนศวรห้วยขวาง วัดหัวลำโพง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลาของการท่องเที่ยว

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลา	ช่วงวันธรรมดา	72	18.70
	ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์	299	77.70
	ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์	14	3.60
รวม		385	100.00

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลาของการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมา ศาสนสถานช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 77.70 รองลงมา ช่วงวันธรรมดา จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 และช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	51	13.20
	เพื่อน	268	69.60
	คู่รัก / สามีและภรรยา	26	6.80
	ครอบครัว	40	10.40
รวม		385	100.00

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปยังศาสนสถาน กับเพื่อน จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 69.60 เดินทางคนเดียว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 เดินทางกับครอบครัว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 และเดินทางกับคู่รัก / สามีและภรรยา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามยานพาหนะในการเดินทาง

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยานพาหนะ	รถยนต์ / รถจักรยานยนต์ส่วนตัว	183	47.50
	ขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง	177	46.00
	รถไฟฟ้า		
	รถรับจ้าง เช่น รถแท็กซี่ สามล้อ	25	6.50
	รถจักรยานยนต์รับจ้าง		
รวม		385	100.00

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามยานพาหนะในการเดินทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ / รถจักรยานยนต์ส่วนตัว จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาเดินทางโดยขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟฟ้า จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 และเดินทางโดยรถรับจ้าง เช่น รถแท็กซี่ สามล้อ รถจักรยานยนต์รับจ้าง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่าย	น้อยกว่า 500 บาท	267	69.40
	500 – 1,000 บาท	105	27.30
	1,001 – 1,500 บาท	10	2.60
	1,5001 – 2,000 บาท	2	0.50
	มากกว่า 2,000 บาท	1	0.20
รวม		385	100.00

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยกว่า 500 บาท จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.40 รองลงมา 500 – 1,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 รองลงมา 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 รองลงมา 1,501 – 2,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และมากกว่า 2,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
แหล่งข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับ	อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์	64	16.60
	สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram Twitter	307	79.80
	โทรทัศน์	12	3.10
	หนังสือพิมพ์	2	0.50
	รวม	385	100.00

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สื่อประเภทสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram Twitter มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลมากที่สุด จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 79.80 รองลงมาสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 สื่อประเภทโทรทัศน์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 และ สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานครนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 15 – 21

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐาน ขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. ด้านกายภาพ	4.04	0.75	มาก
2. ด้านวัฒนธรรม	4.13	0.75	มาก
3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	4.25	0.65	มาก
4. ด้านระหว่างบุคคล	3.82	0.89	มาก
5. ด้านการพัฒนาตนเอง	4.26	0.64	มาก
6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก	4.29	0.66	มาก
รวม	4.13	0.59	มาก

จากตาราง 15 พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.13$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการพัฒนาตนเอง ($\bar{X} = 4.26$) ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ($\bar{X} = 4.25$) ด้านวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.13$) ด้านกายภาพ ($\bar{X} = 4.04$) และด้านระหว่างบุคคล ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ

ด้านกายภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. สถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์	4.41	0.68	มาก
2. ที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย	4.11	0.93	มาก
3 สภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น	3.97	0.91	มาก
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ	3.79	1.11	มาก
5. มีป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา	3.97	0.95	มาก
6. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน	4.00	0.97	มาก
รวม	4.04	0.75	มาก

จากตาราง 16 พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.04$) และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.11$) มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.00$) มีป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.97$) สภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.97$) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.79$) ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม

ด้านวัฒนธรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. ได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา	4.08	0.81	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา	4.17	0.79	มาก
รวม	4.13	0.75	มาก

จากตาราง 17 พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.13$) และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.17$) และได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.08$) ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานครด้านสถานภาพ และเกียรติภูมิ

ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. การอธิษฐานขอพรช่วยสร้างกำลังใจ และความมั่นใจให้ตนเอง	4.38	0.70	มาก
2. การเดินทางมาศาสนสถานช่วยขัดเกลาจิตใจ และมีทัศนคติที่ดี	4.18	0.77	มาก
3. การอธิษฐานขอพรเรื่องความรักช่วยเสริมสร้างความมั่นใจด้านความรัก	4.20	0.75	มาก
รวม	4.25	0.65	มาก

จากตาราง 18 พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.25$) และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การอธิษฐานขอพรช่วยสร้างกำลังใจ และความมั่นใจให้ตนเอง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.38$) รองลงมา การอธิษฐานขอพรเรื่องความรักช่วยเสริมสร้างความมั่นใจด้านความรัก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.20$) และการเดินทางมาศาสนสถานช่วยขัดเกลาจิตใจ และมีทัศนคติที่ดี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.18$) ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล

ด้านระหว่างบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว	3.74	1.02	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่น	3.90	0.88	มาก
รวม	3.82	0.89	มาก

จากตาราง 19 พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.82$) และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.90$) และแหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.74$) ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาดตนเอง

ด้านการพัฒนาดตนเอง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. ทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่ดี	4.24	0.71	มาก
2. ทำให้เห็นคุณค่าในตัวเอง และมีจุดมุ่งหมายในชีวิต	4.25	0.74	มาก
3. ทำให้เกิดการพัฒนาดตนเองทางด้านอารมณ์ จิตใจ และสติปัญญา	4.31	0.72	มาก
รวม	4.26	0.64	มาก

จากตาราง 20 พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาดตนเอง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.26$) และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำให้เกิดการพัฒนาดตนเองทางด้านอารมณ์ จิตใจ และสติปัญญา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมา ทำให้เห็นคุณค่าในตัวเอง และมีจุดมุ่งหมายในชีวิต มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.25$) และทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึก

ด้านอารมณ์และความรู้สึก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. ทำให้รู้สึกมีความสุข	4.36	0.70	มาก
2. รู้สึกสมหวังดังปรารถนา ตามคำอธิษฐานขอพรของตนเอง	4.31	0.74	มาก
3. เกิดความซาบซึ้ง และประทับใจจากการท่องเที่ยว	4.21	0.79	มาก
รวม	4.13	0.59	มาก

จากตาราง 21 พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.13$) และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำให้รู้สึกมีความสุขมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมา รู้สึกสมหวังดังปรารถนา ตามคำอธิษฐานขอพรของตนเอง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.31$) และเกิดความซาบซึ้ง และประทับใจจากการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.21$) ตามลำดับ

4. การเปรียบเทียบข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ

การเปรียบเทียบข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ และสถานภาพใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (t-test) และระหว่าง อายุ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม กรณีพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยโดยวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบ LSD โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

4.1 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ ดังตาราง 22 - 28

ตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เชิงศาสนาในศาสนสถานที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพร เรื่องความรักใน กรุงเทพมหานคร	เพศ				t	p - value
	เพศชาย		เพศหญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านกายภาพ	4.09	0.76	4.02	0.75	0.72	0.46
2. ด้านวัฒนธรรม	4.31	0.70	4.07	0.76	2.50	0.01*
3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	4.22	0.66	4.26	0.65	0.37	0.70
4.ด้านระหว่างบุคคล	4.01	0.88	3.77	0.89	2.11	0.03*
5. ด้านการพัฒนาตนเอง	4.30	0.64	4.25	0.64	0.55	0.57
6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก	4.32	0.66	4.28	0.66	0.42	0.67
รวม	4.21	0.60	4.11	0.59	1.31	0.18

*P < 0.05

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงด้านวัฒนธรรม และด้านระหว่างบุคคลที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ จำแนกตามเพศ

ด้านกายภาพ	เพศ				t	p - value
	เพศชาย		เพศหญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. สถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์	4.47	0.68	4.40	0.68	0.78	0.43
2. ที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทาง เข้าถึงได้ง่าย	4.06	0.90	4.12	0.93	0.46	0.63
3. สภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น	4.05	0.93	3.94	0.91	0.91	0.36
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ	3.97	1.07	3.75	1.11	1.58	0.11
5. มีป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา	3.97	0.87	3.97	0.96	0.05	0.95
6. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน	4.05	1.02	3.98	0.95	0.55	0.58
รวม	4.09	0.76	4.02	0.75	0.72	0.46

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 24 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ

ด้านวัฒนธรรม	เพศ				t	p - value
	เพศชาย		เพศหญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา	4.27	0.80	4.03	0.80	2.36	0.01*
2. แหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา	4.36	0.75	4.13	0.79	2.36	0.01*
รวม	4.31	0.70	4.07	0.76	2.50	0.01*

*P < 0.05

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องการได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา

ตาราง 25 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ จำแนกตามเพศ

ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	เพศ				t	p - value
	เพศชาย		เพศหญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. การอธิษฐานขอพรช่วยสร้างกำลังใจและความมั่นใจให้ตนเอง	4.30	0.72	4.40	0.69	1.15	0.24
2. การเดินทางมาศาสนสถานช่วยขัดเกลาจิตใจ และมีทัศนคติที่ดี	4.18	0.77	4.18	0.77	0.03	0.97
3. การอธิษฐานขอพรเรื่องความรักช่วยเสริมสร้างความมั่นใจด้านความรัก	4.21	0.76	4.20	0.74	0.68	0.96
รวม	4.22	0.66	4.26	0.65	0.37	0.70

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิไม่แตกต่างกัน

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล จำแนกตามเพศ

ด้านระหว่างบุคคล	เพศ				t	p - value
	เพศชาย		เพศหญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว	3.95	1.01	3.69	1.02	1.99	0.04*
2. แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่น	4.08	0.88	3.86	0.88	1.96	0.05*
รวม	4.01	0.88	3.77	0.89	2.11	0.03*

*P < 0.05

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่น

ตาราง 27 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาตนเอง จำแนกตามเพศ

ด้านการพัฒนาตนเอง	เพศ				t	p - value
	เพศชาย		เพศหญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่ดี	4.27	0.71	4.24	0.71	0.39	0.69
2. ทำให้เห็นคุณค่าในตัวเอง และมีจุดมุ่งหมายในชีวิต	4.29	0.75	4.24	0.73	0.48	0.63
3. ทำให้เกิดการพัฒนาด้านอารมณ์จิตใจ และสติปัญญา	4.35	0.72	4.30	0.71	0.60	0.54
รวม	4.30	0.64	4.25	0.64	0.55	0.57

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาตนเองไม่แตกต่างกัน

ตาราง 28 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึก จำแนกตามเพศ

ด้านอารมณ์และความรู้สึก	เพศ				t	p - value
	เพศชาย		เพศหญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ทำให้รู้สึกมีความสุข	4.42	0.75	4.34	0.69	0.83	0.40
2. รู้สึกสมหวังดังปรารถนา ตามคำอธิษฐานขอพรของตนเอง	4.30	0.77	4.32	0.72	0.20	0.83
3. เกิดความซาบซึ้ง และประทับใจจากการท่องเที่ยวศาสนสถาน	4.25	0.79	4.19	0.79	0.51	0.60
รวม	4.32	0.66	4.28	0.66	0.42	0.67

จากตาราง 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึกไม่แตกต่างกัน

4.2 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะ ดังตาราง 29 – 35

ตาราง 29 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะ

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เชิงศาสนาในศาสนสถานที่มี ชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพร เรื่องความรักใน กรุงเทพมหานคร	สถานะ				t	p - value
	โสด		สมรส			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านกายภาพ	3.98	0.75	4.32	0.66	3.36	0.00*
2. ด้านวัฒนธรรม	4.08	0.78	4.29	0.61	1.98	0.04*
3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	4.21	0.67	4.42	2.34	2.34	0.02*
4.ด้านระหว่างบุคคล	3.78	0.90	3.96	0.83	1.42	0.15
5. ด้านการพัฒนาตนเอง	4.22	0.66	4.45	0.46	3.34	0.01*
6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก	4.24	0.68	4.50	0.47	3.68	0.00*
รวม	4.09	0.61	4.32	0.44	3.58	0.00*

*P < 0.05

จากตาราง 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะโสด และสมรสมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากวิเคราะห์เป็นรายด้าน มีด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอารมณ์และความรู้สึกที่มีแรงจูงใจในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ จำแนกตามสถานะ

ด้านกายภาพ	สถานะ				t	p - value
	โสด		สมรส			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. สถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์	4.36	0.70	4.66	0.53	3.91	0.00*
2. ที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย	4.05	0.93	4.40	0.86	2.77	0.00*
3. สภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น	3.89	0.92	4.34	0.79	3.63	0.00*
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ	3.74	1.13	4.08	0.95	2.51	0.14
5. มีป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา	3.92	0.96	4.22	0.85	2.31	0.02*
6. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน	3.95	0.97	4.25	0.84	2.27	0.02*
รวม	3.98	0.75	4.32	0.66	3.36	0.00*

*P < 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะโสด และสมรสมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่อง สถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์ ที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น มีป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน

บ้ายบอกประวัติความเป็นมา และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน

ตาราง 31 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม จำแนกตามสถานะ

ด้านวัฒนธรรม	สถานะ				t	p - value
	โสด		สมรส			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา	4.05	0.82	4.18	0.74	1.21	0.22
2. แหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา	4.13	0.82	4.40	0.63	2.54	0.01*
รวม	4.08	0.78	4.29	0.61	1.98	0.04*

*P < 0.05

จากตาราง 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะโสด และสมรสมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา

ตาราง 32 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ จำแนกตามสถานะ

ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	สถานะ				t	p - value
	โสด		สมรส			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. การอธิษฐานขอพรช่วยสร้างกำลังใจและความมั่นใจให้ตนเอง	4.60	0.55	4.34	0.72	3.30	0.00*
2. การเดินทางมาศาสนสถานช่วยขัดเกลাজิตใจ และมีทัศนคติที่ดี	4.42	0.61	4.13	0.79	2.74	0.00*
3. การอธิษฐานขอพรเรื่องความรักช่วยเสริมสร้างความมั่นใจด้านความรัก	4.26	0.75	4.19	0.75	0.71	0.47
รวม	4.21	0.67	4.42	2.34	2.34	0.02*

*P < 0.05

จากตาราง 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะโสด และสมรสมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องการอธิษฐานขอพรช่วยสร้างกำลังใจ และความมั่นใจให้ตนเอง และการเดินทางมาศาสนสถานช่วยขัดเกลাজิตใจ และมีทัศนคติที่ดี

ตาราง 33 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล จำแนกตามสถานะ

ด้านระหว่างบุคคล	สถานะ				t	p - value
	โสด		สมรส			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว	3.70	1.04	3.91	0.93	1.48	0.14
2. แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่น	3.87	0.89	4.02	0.83	1.17	0.24
รวม	3.78	0.90	3.96	0.83	1.42	0.15

จากตาราง 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะโสด และสมรสมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 34 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาดตนเอง จำแนกตามสถานะ

ด้านการพัฒนาดตนเอง	สถานะ				t	p - value
	โสด		สมรส			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่ดี	4.22	0.73	4.37	0.60	1.57	0.11
2. ทำให้เห็นคุณค่าในตัวเอง และมีจุดมุ่งหมายในชีวิต	4.21	0.77	4.45	0.53	3.02	0.00*
3. ทำให้เกิดการพัฒนาดตนเองทางด้านอารมณ์จิตใจ และสติปัญญา	4.25	0.74	4.55	0.50	3.99	0.00*
รวม	4.22	0.66	4.45	0.46	3.34	0.01*

*P < 0.05

จากตาราง 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะโสด และสมรสมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาดตนเอง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องทำให้เห็นคุณค่าในตัวเอง และมีจุดหมายในชีวิต และทำให้เกิดการพัฒนาดตนเองทางด้านอารมณ์จิตใจ และสติปัญญา

ตาราง 35 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึก จำแนกตามสถานะ

ด้านอารมณ์และความรู้สึก	สถานะ				t	p - value
	โสด		สมรส			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ทำให้รู้สึกมีความสุข	4.31	0.72	4.58	0.52	3.62	0.00*
2. รู้สึกสมหวังดังปรารถนา ตามคำอธิษฐานขอพรของตนเอง	4.27	0.76	4.49	0.59	2.58	0.01*
3. เกิดความซาบซึ้ง และประทับใจจากการท่องเที่ยวศาสนสถาน	4.15	0.82	4.43	0.55	3.31	0.00*
รวม	4.24	0.68	4.50	0.47	3.68	0.00*

*P < 0.05

จากตาราง 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะโสด และสมรสมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องทำให้รู้สึกมีความสุข รู้สึกสมหวังดังปรารถนา ตามคำอธิษฐานขอพรของตนเอง และเกิดความซาบซึ้ง และประทับใจจากการท่องเที่ยวศาสนสถาน

4.3 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา
ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ
ดังตาราง 36 – 50

ตาราง 36 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน
ที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

แรงจูงใจทาง การท่องเที่ยว เชิงศาสนาใน ศาสนสถานที่มี ชื่อเสียงในการ อธิษฐานขอพร เรื่องความรักใน กรุงเทพมหานคร	อายุ										f	p - value
	ต่ำกว่า ปี 20		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านกายภาพ	4.32	0.52	3.94	0.75	4.13	0.76	4.62	0.53	4.94	0.09	5.51	0.00*
2. ด้านวัฒนธรรม	4.35	0.69	4.07	0.75	4.14	0.79	4.44	0.58	4.66	0.57	1.95	0.10
3. ด้านสถานภาพ และเกียรติภูมิ	4.26	0.62	4.21	0.66	4.38	0.64	4.14	0.64	4.22	0.69	0.96	0.42
4. ด้านระหว่าง บุคคล	4.05	0.86	3.78	0.88	3.82	0.94	4.05	0.76	3.33	0.57	1.10	0.35
5. ด้านการพัฒนา ตนเอง	4.31	0.64	4.23	0.65	4.32	0.62	4.44	0.40	4.33	0.00	0.58	0.67
6. ด้านอารมณ์ และความรู้สึก	4.24	0.68	4.24	0.66	4.46	0.66	4.25	0.46	4.55	0.50	1.77	0.13
รวม	4.24	0.68	4.24	0.66	4.46	0.66	4.25	0.46	4.55	0.50	1.55	0.18

*P < 0.05

จากตาราง 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงด้านกายภาพที่มีแรงจูงใจในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 37 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ จำแนกตามอายุ

ด้านกายภาพ	อายุ										f	p - value
	ต่ำกว่า 20ปี		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. สถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์	4.59	0.82	4.34	0.71	4.51	0.65	4.78	0.44	5.00	0.00	3.12	0.01*
2. ที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย	4.32	0.62	4.02	0.94	4.21	0.98	4.67	0.70	5.00	0.00	2.84	0.02*
3. สภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถานมีความสงบ ร่มเย็น	4.08	0.82	3.87	0.89	4.10	1.00	4.78	0.66	5.00	0.00	4.13	0.00*
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ	4.32	0.74	3.64	1.13	3.94	1.10	4.44	0.72	4.67	0.57	5.04	0.00*
5. มีป้ายสื่อความหมายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา	4.41	0.59	3.86	0.98	4.00	0.91	4.56	0.72	5.00	0.00	4.68	0.00*
6. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	4.22	0.82	3.91	0.99	4.08	0.93	4.56	0.72	5.00	0.00	2.72	0.02*
รวม	4.32	0.52	3.94	0.75	4.13	0.76	4.62	0.53	4.94	0.09	5.51	0.00*

*P < 0.05

จากตาราง 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ สถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์ ที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถานมีความสงบ ร่มเย็น มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ

มีป้ายสื่อความหมายใน ศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ดังนั้นต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังตาราง 38 – 44

ตาราง 38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	4.32	-	0.38*	0.19	-0.30	-0.62
20 – 30 ปี	3.94	-	-	-0.19*	-0.68*	-1.00*
31 – 40 ปี	4.13	-	-	-	-0.49	-0.80
41 – 50 ปี	4.62	-	-	-	-	-0.31
51 – 60 ปี	4.94	-	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตาราง 38 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 – 60 ปี

ตาราง 39 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องสถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	4.59	-	0.26*	0.82	-0.18	-0.40
20 – 30 ปี	4.34	-	-	-0.18*	-0.44	0.66
31 – 40 ปี	4.51	-	-	-	-0.26	-0.48
41 – 50 ปี	4.78	-	-	-	-	-0.22
51 – 60 ปี	5.00	-	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตาราง 39 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี มีแรงจูงใจเรื่องสถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 31 – 40 ปี

ตาราง 40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	4.32	-	0.30	0.12	-0.34	-0.67
20 – 30 ปี	4.02	-	-	-0.18	-0.64*	0.98
31 – 40 ปี	4.21	-	-	-	-0.46	-0.79
41 – 50 ปี	4.67	-	-	-	-	-0.33
51 – 60 ปี	5.00	-	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตาราง 40 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี มีแรงจูงใจเรื่องที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41 – 50 ปี

ตาราง 41 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวยชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องสภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	4.08	-	0.21	-0.02	-0.69*	-0.91
20 – 30 ปี	3.87	-	-	-0.23*	-0.91*	-1.13*
31 – 40 ปี	4.10	-	-	-	-0.67*	-0.89
41 – 50 ปี	4.78	-	-	-	-	-0.22
51 – 60 ปี	5.00	-	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตาราง 41 พบว่านักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีแรงจูงใจเรื่องสภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น แตกต่างจากนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20 – 30 ปี และอายุ 31 – 40 ปี และนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีแรงจูงใจเรื่องสภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น แตกต่างจากนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีอายุ 31 – 40 ปี และอายุ 51 – 60 ปี

ตาราง 42 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวยชาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยวย เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	4.32	-	0.68*	0.38	-0.12	-0.34
20 – 30 ปี	3.64	-	-	-0.29*	-0.80*	-1.02
31 – 40 ปี	3.94	-	-	-	-0.50	-0.73
41 – 50 ปี	4.44	-	-	-	-	-0.22
51 – 60 ปี	4.67	-	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตาราง 42 พบว่า นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีแรงจูงใจเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยวย เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 31 – 40 ปี และอายุ 41 – 50 ปี

ตาราง 43 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวยาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	4.41	-	0.54*	0.40*	-0.15	-0.59
20 – 30 ปี	3.86	-	-	-0.13	-0.69*	-1.13*
31 – 40 ปี	4.00	-	-	-	-0.55	-1.00
41 – 50 ปี	4.56	-	-	-	-	-0.44
51 – 60 ปี	5.00	-	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตาราง 43 พบว่า นักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีแรงจูงใจเรื่องป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมาแตกต่างจากนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีต่ำกว่า 20 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 – 60 ปี และนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีแรงจูงใจเรื่องป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมาแตกต่างจากนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีอายุ 31 – 40 ปี

ตาราง 44 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวยาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	4.22	-	0.30	0.13	-0.34	-0.78
20 – 30 ปี	3.91	-	-	-0.16	-0.64*	-1.08
31 – 40 ปี	4.08	-	-	-	-0.47	-0.92
41 – 50 ปี	4.56	-	-	-	-	-0.44
51 – 60 ปี	5.00	-	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตาราง 44 พบว่า นักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีแรงจูงใจเรื่องการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน แตกต่างจากนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีอายุ 41 – 50 ปี

ตาราง 45 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม จำแนกตามอายุ

ด้านวัฒนธรรม	อายุ										f	p - value
	ต่ำกว่า ปี 20		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี			
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. ได้ เรียน รู้ วัฒนธรรมผ่าน แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา	4.32	0.74	4.02	0.80	4.10	0.86	4.22	0.83	4.67	0.57	1.63	0.16
2. แหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจด้าน วัฒนธรรม และ ธรรมเนียมปฏิบัติ ทางศาสนา	4.38	0.72	4.12	0.79	4.18	0.83	4.67	0.50	4.67	0.57	2.07	0.08
รวม	4.35	0.69	4.07	0.75	4.14	0.79	4.44	0.58	4.66	0.57	1.95	0.10

จากตาราง 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 46 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ จำแนกตามอายุ

ด้านสถานภาพ และเกียรติภูมิ	อายุ										f	p - value
	ต่ำกว่า ปี 20		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี			
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. การอธิษฐาน ขอพรช่วยสร้าง กำลังใจ และความ มั่นใจให้ตนเอง	4.35	0.63	4.33	0.71	4.56	0.67	4.33	0.70	4.67	0.57	1.82	0.12
2. การเดินทางมา ศาสนสถานช่วยขัด เกลาจิตใจ และ มีทัศนคติที่ดี	4.19	0.73	4.12	0.77	4.33	0.78	4.33	0.70	4.33	0.57	1.23	0.29
3. การอธิษฐาน ขอพรเรื่องความรัก ช่วยเสริมสร้าง ความมั่นใจด้าน ความรัก	4.24	0.76	4.21	0.73	4.24	0.75	3.78	0.97	3.67	1.15	1.19	0.31
รวม	4.26	0.62	4.21	0.66	4.38	0.64	4.14	0.64	4.22	0.69	0.96	0.42

จากตาราง 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิไม่แตกต่างกัน

ตาราง 47 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล จำแนกตามอายุ

ด้านระหว่างบุคคล		อายุ										f	p - value
บุคคล	ต่ำกว่า ปี 20		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี				
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D			
1. แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว		4.00	0.97	3.69	1.03	3.74	1.05	4.22	0.83	3.33	0.57	1.36	0.24
2. แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่น		4.11	0.84	3.88	0.87	3.90	0.94	3.89	0.78	3.33	0.57	0.85	0.49
รวม		4.05	0.86	3.78	0.88	3.82	0.94	4.05	0.76	3.33	0.57	1.10	0.35

จากตาราง 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคลไม่แตกต่างกัน

ตาราง 48 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาตนเอง จำแนกตามอายุ

ด้านการพัฒนา ตนเอง	อายุ										f	p - value
	ต่ำกว่า ปี 20		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี			
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. ทำให้ได้รับ ความรู้ และ ประสบการณ์ที่ดี	4.32	0.62	4.22	0.73	4.26	0.72	4.44	0.52	4.00	0.00	0.43	0.78
2. ทำให้เห็น คุณค่าในตัวเอง และมีจุดมุ่งหมาย ในชีวิต	4.24	0.79	4.24	0.73	4.29	0.75	4.33	0.70	4.00	0.00	0.20	0.93
3. ทำให้เกิดการ พัฒนาตนเอง ทางด้าน อารมณ์ จิตใจ และ สติปัญญา	4.38	0.68	4.24	0.73	4.44	0.67	4.56	0.52	5.00	0.00	2.27	0.06
รวม	4.31	0.64	4.23	0.65	4.32	0.62	4.44	0.40	4.33	0.00	0.58	0.67

จากตาราง 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาตนเองไม่แตกต่างกัน

ตาราง 49 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึก จำแนกตามอายุ

ด้านอารมณ์และ ความรู้สึก	อายุ										f	p - value
	ต่ำกว่า ปี 20		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ทำให้รู้สึกมีความสุข	4.24	0.76	4.30	0.72	4.58	0.59	4.44	0.52	4.67	0.57	2.82	0.02*
2. รู้สึกสมหวังดัง ปรารถนา ตามคำ อธิษฐานขอพร ของตนเอง	4.22	0.78	4.29	0.73	4.47	0.73	4.11	0.60	4.33	1.15	1.34	0.25
3. เกิด ความ ซาบซึ้ง และ ประทับใจจากการ ท่องเที่ยวศาสน สถาน	4.27	0.69	4.15	0.79	4.33	0.86	4.22	0.44	4.67	0.57	1.12	0.34
รวม	4.24	0.68	4.24	0.66	4.46	0.66	4.25	0.46	4.55	0.50	1.77	0.13

*P < 0.05

จากตาราง 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน ด้านอารมณ์และความรู้สึก มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเรื่องทำให้รู้สึกมีความสุขที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังตาราง 50

ตาราง 50 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวยาวไทย กับแรงจูงใจเรื่องทำให้รู้สึกมีความสุข

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	4.24	-	0.05	0.33*	-0.20	-0.42
20 – 30 ปี	4.30	-	-	-0.28*	-0.14	-0.36
31 – 40 ปี	4.58	-	-	-	-0.13	-0.09
41 – 50 ปี	4.44	-	-	-	-	-0.22
51 – 60 ปี	4.67	-	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตาราง 50 พบว่า นักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีแรงจูงใจเรื่องทำให้รู้สึกมีความสุข แตกต่างจากนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 20 – 30 ปี

5. ผลการสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน และเจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน หรือทำงานเกี่ยวข้องกับศาสนสถานทั้ง 7 แห่ง รวมทั้งสิ้น 11 คน ทำการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นความคิดเห็น ผู้วิจัยใช้การถอดความ นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และวิเคราะห์ความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน และจัดลำดับความสำคัญตามข้อคิดเห็น นำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบความเรียง ดังนี้

1. ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร เป็นเช่นไร

หน่วยงานภาครัฐ ให้ข้อมูลว่า นักท่องเที่ยวจะมีหลากหลายเพศ หลากหลายช่วงวัย แต่ส่วนใหญ่จะเป็นช่วงวัยรุ่น ซึ่งจะเป็นตามความเชื่อ อนาคต และความศรัทธาของตัวบุคคล ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีศาสนาใดศาสนาหนึ่งแล้วเดินทางไปยังศาสนสถานนั้น ๆ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรักนั้นอาจไม่ได้หมายรวมเฉพาะคนโสดเท่านั้น

หน่วยงานภาคเอกชน ให้ข้อมูลว่า นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมายังศาสนสถานเรื่องการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพศหญิง ทั้งวัยรุ่น และวัยทำงาน มีสถานะโสด

เจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน ให้ข้อมูลว่า คนที่เดินทางมาเพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรักสามารถมาได้ทุกเพศทุกวัย แต่ที่พบเป็นส่วนใหญ่ นั้นเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเป็นช่วงวัยทำงาน

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อในศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร เป็นเช่นไร

หน่วยงานภาครัฐ ให้ข้อมูลว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ณ ศาสนสถานจะเดินทางมาครั้งแรกตามคำบอกเล่า หรือคอนเทนต์ต่าง ๆ ที่มีมากมายในปัจจุบัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะปฏิบัติตามข้อกำหนดที่มีอยู่ในศาสนสถานนั้น ๆ หรือประเพณีนิยม เพื่อความเหมาะสม และเป็นการเคารพสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่ทราบว่าควรกระทำเช่นไร ต้องกราบไหว้อย่างไร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะปฏิบัติตามข้อปฏิบัติของศาสนสถาน เช่น ต้องใช้ธูป เทียน ดอกไม้ จำนวนเท่าไร ต้องใช้สิ่งของใดในการกราบไหว้ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์

หน่วยงานภาคเอกชน ให้ข้อมูลว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาคนเดียว หรือมากับกลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มครอบครัว ความต้องการของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาตามความต้องการของตัวเอง จากการรีวิว หรือการหาข้อมูลเบื้องต้นจากสื่อโซเชียลมีเดีย ถ้าพูดถึงเรื่องการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางไปยัง ศาลพระตรีมูรติ หน้าห้างเซ็นทรัลเวิลด์ มากที่สุด

เจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน ให้ข้อมูลว่า นักท่องเที่ยวมีการศึกษาข้อมูลมาเบื้องต้น และหวังผลจากการอธิษฐานให้สมหวังดังความตั้งใจตามความต้องการของตัวเอง และไม่ได้อธิษฐานเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับความรักเท่านั้น การเดินทางนิยมเดินทางโดยรถสาธารณะ เพราะศาสนสถานตั้งอยู่ใจกลางเมืองมีระบบการขนส่งสาธารณะที่ดีพอสมควร

3. การสัมภาษณ์เกี่ยวกับ “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร”

3.1 ด้านกายภาพ

หน่วยงานภาครัฐ ให้ข้อมูลว่า ถึงแม้ศาสนสถานจะอยู่ห่างไกล หรือเดินทางยากลำบาก หากนักท่องเที่ยวมีความเชื่อ ความศรัทธา ความมุ่งมั่น นักท่องเที่ยวก็จะเดินทางไป และหากสถานที่มีความสะอาด มีป้ายให้ข้อมูล มีการประชาสัมพันธ์ และมีการรักษาความปลอดภัยที่ดี ถือเป็นการส่งเสริม และจูงใจให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางไป และทำให้ศาสนสถานเป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น

หน่วยงานภาคเอกชน ให้ข้อมูลว่า การเดินทางมายังศาสนสถาน เพราะมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยความเชื่อ ความศรัทธา และมีความหวังในการอธิษฐานขอพร การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงศาสนสถานได้ง่าย เนื่องจากศาสนสถานส่วนใหญ่อยู่ใจกลางเมืองจึงสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย และสะดวกเนื่องจากมีเส้นทางการเดินทาง และระบบขนส่งที่หลากหลาย แต่ในขณะเดียวกันอาจต้องใช้เวลาในการเดินทางนานขึ้น เพราะอยู่ใจกลางเมือง ที่มีการจราจรที่หนาแน่น

เจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน ให้ข้อมูลว่า สืบเนื่องจากสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันเปลี่ยนไปเป็นรูปแบบ New normal เนื่องจากโรคระบาด การวางแผนในการเดินทางจึงเน้นความปลอดภัย สุขอนามัย และมีการการจัดการด้านความสะอาดของศาสนสถาน ซึ่งส่วนใหญ่มีการควบคุมดูแลเกี่ยวกับความสะอาด และมลพิษที่อาจเกิดขึ้น และมีการจัดพื้นที่สำหรับการจัดรูป เทียน เพื่อลดความแออัดของผู้คนที่เดินทางมาเพื่อกราบไหว้บูชาศาสนสถาน

3.2 ด้านวัฒนธรรม

หน่วยงานภาครัฐ ให้ข้อมูลว่า วัฒนธรรม ประเพณี ที่เป็นจุดเด่นทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว และเยี่ยมชมศาสนสถาน เป็นจุดดึงดูดที่สำคัญอย่างหนึ่ง พิธีกรรมทางศาสนาที่มีเรื่องราวความเป็นมาที่ยาวนานที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้พิธีกรรมทางศาสนา และวัฒนธรรม และควรมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร เพราะหากเป็นเรื่องเล่าที่เล่าสืบทอดกันมาก็อาจทำให้ข้อมูล และเรื่องราวเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

หน่วยงานภาคเอกชน ให้ข้อมูลว่า นักท่องเที่ยวมีข้อมูล มีความสนใจ และมีความรู้ที่สั่งสมมาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของศาสนาต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ทำให้การเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรมแตกต่างกัน หากนักท่องเที่ยวเดินทางมายังศาสนสถานเป็นครั้งแรกถือเป็นการเปิดประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความเชื่อทางพหุวัฒนธรรม

เจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน ให้ข้อมูลว่า เมื่อนักท่องเที่ยวรู้ถึงความเป็นมาของศาสนสถาน วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียม ประเพณี รวมถึงความเชื่อด้านต่าง ๆ เช่น พระพุทธรูปมีประวัติความเป็นมาอย่างไร หากมาไหว้ควรปฏิบัติตนอย่างไร แล้วจะส่งผลให้เกิดผลสำเร็จในด้านใด นักท่องเที่ยวก็ได้ความรู้ทางด้านวัฒนธรรม และสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา

3.3 ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

หน่วยงานภาครัฐ ให้ข้อมูลว่า นักท่องเที่ยวมีความศรัทธาจนเกิดเป็นแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ดึงดูดความสนใจ นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นจะรวมเรื่องของจิตใจเข้าไปด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการเข้าถึงศาสนสถานมากกว่าแค่ไปเยี่ยมชมสถานที่ แต่มีความเชื่อมโยงกับแรงศรัทธา เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ และเป็นขวัญกำลังใจ ถือเป็นการขับเคลื่อนในการใช้ชีวิต

หน่วยงานภาคเอกชน ให้ข้อมูลว่า นักท่องเที่ยวบางคนอาจจะไม่ได้คาดหวังให้สมหวังดังปรารถนา แต่เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจมากกว่า ส่งเสริมความเชื่อมั่น และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของแต่ละบุคคล ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการดำเนินชีวิตมากขึ้น แม้ผลที่ตามมาอาจจะไม่สมหวังก็ตาม

เจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน ให้ข้อมูลว่า นักท่องเที่ยวหลายคนไม่ทราบถึงประวัติความเป็นมาของศาสนสถาน มีเพียงความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมา แต่ความบังเอิญสมหวังจากการอธิษฐานขอพร จึงกลายเป็นการท่องเที่ยวตามกระแสความนิยม เกิดเป็นจุดหมายทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีขวัญกำลังใจในการดำเนินชีวิตต่อไป

3.4 ด้านระหว่างบุคคล

หน่วยงานภาครัฐ ให้ข้อมูลว่า การเดินทางไปยังศาสนสถานถือเป็นผลพลอยได้ในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หากไปเป็นหมู่คณะก็จะมีช่วยเหลือ ส่งเสริมให้กำลังใจกัน ซึ่งคนส่วนใหญ่มีความเชื่อ และมีความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวนั้นมีทั้งด้านบวก และลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับหลากหลายปัจจัย เช่น ศาสนสถาน ศาสนบุคคล การบริการ สภาพแวดล้อม รวมไปถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

หน่วยงานภาคเอกชน ให้ข้อมูลว่า จากการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่จัดขึ้นนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะได้มิตรภาพจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน ได้รู้จักเพื่อนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว และมีการแลกเปลี่ยนช่องทางการติดต่อกัน

เจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน ให้ข้อมูลว่า การเดินทางท่องเที่ยวเพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรักนั้น คนที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว หรือคนโสด อาจไม่ได้มาหาคุณ อาจจะมาหาเพื่อนจากโปรแกรมท่องเที่ยว หรือศาสนสถาน มีการช่วยเหลือกันและกัน ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้การอธิษฐานขอพรนั้นประสบผลสำเร็จตามความตั้งใจ

3.5 ด้านการพัฒนาตนเอง

หน่วยงานภาครัฐ ให้ข้อมูลว่า การเดินทางท่องเที่ยวทุกครั้งทำให้ได้รับประสบการณ์ทั้งด้านบวก หรือด้านลบ ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาตนเอง ในเรื่องมุมมอง ความคิด องค์ความรู้ สิ่งที่มีคุณค่าในการพัฒนาตนเองในมิติด้านศาสนา นั่นคือการที่นักท่องเที่ยวได้รับการขัดเกลาจิตใจ และส่งเสริมให้เป็นคนที่ดีขึ้น ผ่านกิจกรรมทางศาสนาที่สอดแทรกคติธรรม ทำให้รู้จักบาปบุญคุณโทษ รู้จักการทำความดี มีคุณธรรม จริยธรรมมากขึ้น จากการท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งนี้ถือเป็นการพัฒนาตนเองที่ดีที่สุด

หน่วยงานภาคเอกชน ให้ข้อมูลว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ที่ถูกสอดแทรกเรื่องความคิด ความเชื่อ ความคาดหวัง และการขัดเกลาจิตใจ ซึ่งจะทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในการพัฒนาตนเอง

เจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน ให้ข้อมูลว่า การอธิษฐานขอพรเรื่องความรักนั้นถือเป็นประสบการณ์ที่ดี แปลกใหม่ แตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น สามารถเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของนักท่องเที่ยวได้

3.6 ด้านอารมณ์และความรู้สึก

หน่วยงานภาครัฐ ให้ข้อมูลว่า การท่องเที่ยวโดยทั่วไปเป็นการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวมีความสุข แต่การท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นไม่ได้ให้เพียงความสุข แต่ยังให้ความรู้สึก และประสบการณ์ที่ดี และแปลกใหม่ ซึ่งช่วยสร้างความประทับใจที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไปอย่างสิ้นเชิง

หน่วยงานภาคเอกชน ให้ข้อมูลว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ทำให้เกิดความคาดหวัง ซึ่งอาจทำให้เกิดอารมณ์ และความรู้สึกทางด้านบวก หรือด้านลบ อาจแตกต่างกันในแต่ละบุคคล

เจ้าหน้าที่ที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน ให้ข้อมูลว่า การเดินทางมายังศาสนสถานซึ่งมีความสงบ ร่มเย็น สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสงบสุขได้ อีกทั้งการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักนั้นยังทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความคาดหวังให้คำอธิษฐานนั้นสมดังปรารถนา ซึ่งถือเป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และเต็มไปด้วยความหวัง

4. ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไร เพื่อนำไปส่งเสริม และพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก

หน่วยงานภาครัฐ ให้ข้อมูลว่า ประเทศไทยถือเป็นเมืองพุทธศาสนา มีต้นทุนเดิม ในเรื่องของศาสนสถานที่มีศักยภาพในการพัฒนาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศาสนา แต่ปัจจุบันคนไทย เห็นคุณค่าของศาสนสถานที่มีอยู่ในประเทศค่อนข้างน้อย จึงควรส่งเสริม ปลุกฝังให้เกิด ความเข้าใจ และวางแผนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีอยู่ เพื่อรักษาทรัพยากร ทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และศาสนสถาน

หน่วยงานภาคเอกชน ให้ข้อมูลว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นควรเป็นไป ตามหลักธรรมคำสอนของศาสนา ไม่ควรมกมาย ควรส่งเสริมในเรื่องประวัติความเป็นมา ไม่บิดเบือนหลักธรรมคำสอน ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวที่เกิดตามกระแสนั้นอาจทำให้เกิด ความบิดเบือนความเชื่อทางศาสนาที่ถูกต้อง

เจ้าหน้าที่ดูแลหรือบริหารจัดการศาสนสถาน ให้ข้อมูลว่า ประเทศไทยขึ้นชื่อ เรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในหลากหลายศาสนา ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร นิยมเดินทางมายังศาสนสถาน เพื่อเช็กอินสถานที่ท่องเที่ยว และได้ทดลองทำเรื่องแปลกใหม่ตาม ความเชื่อที่มีผู้คนเล่าขานต่อ ๆ กันมา ซึ่งนักท่องเที่ยวบางคนอาจได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง และ ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องได้ ควรมีการให้ข้อมูลหรือความเป็นมาที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้อง และก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนต่อการท่องเที่ยว เชิงศาสนา และศาสนสถาน

6. แนวทางในการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา สํารวจ เก็บข้อมูลแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางในการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานครในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านกายภาพ

1.1 ศาสนสถานควรมีการจัดการเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบครัน และเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การเพิ่มห้องสุขาให้เพียงพอและดูแลเรื่องความสะอาดอยู่เสมอ และเพิ่มที่จอดรถให้เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่ให้ความสนใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในเรื่องห้องสุขา และความสะอาดมากกว่าเพศชาย

1.2 ศาสนสถานควรจัดให้มีผู้ดูแล ปรับปรุง บำรุงรักษาสภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน ให้สงบ ร่มรื่น สวยงามอยู่เสมอ และช่วยกันรักษาความสะอาด เพื่อสร้างแรงจูงใจทางกายภาพ และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานมากขึ้น

1.3 ศาสนสถานควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเรื่องเส้นทางเดินทางที่มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกทางเส้นทางคมนาคมให้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือน ช่วยอำนวยความสะดวกสบายด้านการเดินทาง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และนิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานมากขึ้น

2. ด้านวัฒนธรรม

2.1 ศาสนสถานควรจัดทำคู่มือสำหรับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับศาสนสถาน วิธีปฏิบัติที่ถูกต้องตามหลักของศาสนาเพิ่มขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมของศาสนาที่มีความแตกต่างกัน ได้ทราบข้อมูลที่แท้จริง และถูกต้องตามหลักของศาสนา ทำให้นักท่องเที่ยวได้เปิดประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ ได้ทำความเข้าใจในเรื่องของความเชื่อทางพหุวัฒนธรรม สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งยังช่วยสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่ให้ความสนใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา มากกว่าเพศชาย

2.2 ควรพัฒนาศาสนสถาน และชุมชนโดยรอบให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของศาสนา ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมที่มีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์ของศาสนา เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ เข้าใจ ในวัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติของศาสนามากยิ่งขึ้น เพื่อช่วยสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยว นิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานมากขึ้น

3. ด้านสถานภาพ และเกียรติภูมิ

3.1 ควรรวบรวมข้อมูลของศาสนสถาน และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ให้มากขึ้น ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจธรรมเนียมปฏิบัติที่ถูกต้องของศาสนามากขึ้น นำไปสู่เจตนารมณ์ ทางศาสนา เพื่อช่วยในการขัดเกลาจิตใจ เสริมสร้างทัศนคติที่ดี เกิดความเชื่อมั่น และช่วยสร้าง แรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีสถานะโสดที่ให้ความสนใจด้านสถานภาพ และเกียรติภูมิจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักมากกว่านักท่องเที่ยวที่มี สถานภาพสมรส

3.2 ศาสนสถานควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูล เกี่ยวกับศาสนา และศาสนสถานแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม ได้ทราบความถึงความเป็นมา และ ความศักดิ์สิทธิ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักมากขึ้น ช่วยสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่เป็นที่นิยม ในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักมากขึ้น

4. ด้านระหว่างบุคคล

4.1 ศาสนสถานควรเพิ่มการจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนา มีกิจกรรมที่ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ เช่น การสวดมนต์ การทำบุญในวันสำคัญ การจัดงานเทศกาล ประจำปี เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พบปะ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพ จากการท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่เป็นที่นิยม ในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก และช่วยสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยว เชิงศาสนาในศาสนสถานมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่ให้ความสนใจในเรื่อง มิตรภาพใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยวศาสนสถานมากกว่าเพศชาย

4.2 ศาสนสถานควรจัดการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงในรูปแบบของการจัดโปรแกรมทัวร์ ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน การปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ เกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความน่าสนใจ และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เพื่อช่วยสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน

5. ด้านการพัฒนาตนเอง

5.1 ศาสนสถานควรปรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยสอดแทรกการเรียนรู้ ความคิด ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ใช้กิจกรรมในการสร้างคุณค่าทางจิตใจ และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว เกิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวเชิงศาสนายังศาสนสถานอีกครั้ง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่ให้ความสนใจในการเรียนรู้ และประสบการณ์ใหม่จากการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย

5.2 ศาสนสถานควรจัดการประกอบศาสนกิจให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วม ช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาตนเองทางด้านอารมณ์ จิตใจ และสติปัญญา ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และเดินทางกลับมาปฏิบัติศาสนกิจที่ศาสนสถานอีกครั้ง

6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก

6.1 ศาสนสถานควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงสถานที่ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังศาสนสถาน และทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย เกิดความประทับใจตามความคาดหวัง และเกิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวยังศาสนสถานอีกครั้ง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่ให้ความสนใจในด้านอารมณ์และความรู้สึกมากกว่าเพศชาย

6.2 ศาสนสถานควรมีการดำเนินงาน และบูรณาการด้านการท่องเที่ยวที่ดี มีระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ โดยมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการท่องเที่ยว และการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน และทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ และกลับมาท่องเที่ยวเชิงศาสนายังศาสนสถานอีกครั้ง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 80.00 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.00 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 83.10 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.30 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 44.70 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.60

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมายังศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 65.20 วัตถุประสงค์เพื่อไหว้ อธิษฐานขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 36.80 เคยเดินทางมาศาลพระตรีมูรติ เซ็นทรัลเวิลด์ คิดเป็นร้อยละ 19.50 เดินทางมาศาสนสถานช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 77.70 เดินทางมายังศาสนสถานกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 69.60 เดินทางโดยรถยนต์ รถจักรยานยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 47.50 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 69.40 และมีความเห็นว่าสื่อประเภทสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram Twitter มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.70

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียง ในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึก รองลงมา ได้แก่ ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านวัฒนธรรม ด้านกายภาพ และด้านระหว่างบุคคล ตามลำดับ

1. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์ รองลงมาที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน มีป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา สภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ ตามลำดับ

2. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา และได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ตามลำดับ

3. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การอธิษฐานขอพรช่วยสร้างกำลังใจ และความมั่นใจให้ตนเอง รองลงมาการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักช่วยเสริมสร้างความมั่นใจด้านความรัก และการเดินทางมาศาสนสถานช่วยขัดเกลาจิตใจ และมีทัศนคติที่ดี ตามลำดับ

4. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านระหว่างบุคคล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้

เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่น และแหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว ตามลำดับ

5. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านการพัฒนาตนเอง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำให้เกิดการพัฒนาตนเองทางด้านอารมณ์ จิตใจ และสติปัญญา รองลงมาทำให้เห็นคุณค่าในตัวเองและมีจุดมุ่งหมายในชีวิต และทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่ดี ตามลำดับ

6. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ด้านอารมณ์และความรู้สึก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำให้รู้สึกมีความสุข รองลงมารู้สึกสมหวังดังปรารถนา ตามคำอธิษฐานขอพรของตนเอง และเกิดความซาบซึ้งและประทับใจจากการท่องเที่ยว ตามลำดับ

การเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ สถานภาพ และอายุ

1. ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน หากวิเคราะห์เป็นรายด้านจะพบว่า ด้านวัฒนธรรม และด้านระหว่างบุคคล มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ พบว่า โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอารมณ์และความรู้สึก

3. ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวมไม่มีความแตกต่างกัน หากวิเคราะห์เป็นรายด้านจะพบว่า ด้านกายภาพ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

1. ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงวัยรุ่น และวัยทำงาน และมีสถานะโสด

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาคนเดียว เพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรักในศาสนสถานเป็นครั้งแรก โดยนิยมไปยังศาลพระตรีมูรติ หน้าห้างเซ็นทรัลเวิลด์มากที่สุด ซึ่งได้ข้อมูลเบื้องต้นมาจากการรีวิวในสื่อโซเชียลมีเดีย โดยมีความคาดหวังให้ประสบผลสำเร็จ และสมหวังดังที่ตั้งใจตามความปรารถนา ซึ่งไม่ได้อธิษฐานขอพรเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับความรักเท่านั้น

3. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

3.1 ด้านกายภาพ

นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะศาสนสถานสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีป้ายให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ และการรักษาความปลอดภัยที่ดี

3.2 ด้านวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะศาสนสถานมีวัฒนธรรม และประเพณี ที่เป็นจุดเด่นทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี และขนบธรรมเนียม ซึ่งเป็นการเปิดประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ เข้าใจในเรื่องของความเชื่อ พหุทางวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น

3.3 ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เพราะมีความเชื่อมโยงกับความศรัทธา เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจ ส่งเสริมความเชื่อมั่น และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการดำเนินชีวิตมากขึ้น

3.4 ด้านระหว่างบุคคล

การเดินทางไปยังศาสนสถานถือเป็นผลพลอยได้ในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่วนใหญ่จะได้มีมิตรภาพจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน ได้รู้จักเพื่อนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้การอธิษฐานขอพรนั้นประสบผลสำเร็จตามความตั้งใจ

3.5 ด้านการพัฒนาตนเอง

การเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิดประสบการณ์ ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาตนเองในเรื่องมุมมอง ความคิด องค์ความรู้ สิ่งที่มีคุณค่าในการพัฒนาตนเองในมิติด้านศาสนา อีกทั้งมีการสอดแทรกความคิด ความเชื่อ ความคาดหวัง และการขัดเกลาจิตใจ ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในการพัฒนาตนเอง

3.6 ด้านอารมณ์และความรู้สึก

การท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นไม่ได้ให้เพียงแค่ความสุข แต่ยังให้ความรู้สึกประสบการณ์ที่ดีและแปลกใหม่ อีกทั้งการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักนั้นยังทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความคาดหวังให้คำอธิษฐานนั้นสมดังปรารถนา ซึ่งถือเป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และเต็มไปด้วยความหวัง

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปส่งเสริม และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก

ประเทศไทยถือเป็นเมืองพุทธศาสนา มีต้นทุนเดิมในเรื่องของศาสนสถานที่มีศักยภาพในการพัฒนาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศาสนา แต่ปัจจุบันคนไทยเห็นคุณค่าของศาสนสถานที่มีอยู่ในประเทศค่อนข้างน้อย จึงควรส่งเสริม ปลูกฝังให้เกิดความเข้าใจ หวงแหน และรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีอยู่ อีกทั้งควรมีการให้ข้อมูลหรือความเป็นมาที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ และก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และศาสนสถาน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่น่าสนใจไว้ดังนี้

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาท ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉลองศรีพิมลสมพงศ์ (2544) ที่ได้กล่าวไว้ว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ลักษณะครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ โดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของความต้องการทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทีทิพย์ คาวานเบะ (2554) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เป็นช่วงวัยทำงาน และมีสถานะโสด

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมายังศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อให้อธิษฐานขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์กับเพื่อน ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยรถยนต์ รถจักรยานยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยกว่า 500 บาท และสื่อประเภทสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram Twitter มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ณ ศาสนสถานเป็นครั้งแรก ซึ่งได้ข้อมูลเบื้องต้นมาจากการรีวิวในสื่อโซเชียลมีเดีย (รุ่งฟ้า สะแกกลาง, 2561)

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึกมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านวัฒนธรรม ด้านกายภาพ และด้านระหว่างบุคคล ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประเมษฐ์ พิษณุพันธ์เดชา (2561)

ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางศาสนา แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง และแรงจูงใจระหว่างบุคคล

1. ด้านกายภาพ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียง ในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์ รองลงมาที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้งของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา สภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถานมีความสงบ ร่มเย็น และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สถานที่ สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และปลอดภัย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในด้านกายภาพ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของหวง และเพียร์ซ (Huang & Pearce, 2019) ที่พบว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวนั้นได้รับจากคุณลักษณะที่สำคัญของสถานที่ เช่น บรรยากาศที่น่าประทับใจ สภาพแวดล้อมที่น่าดึงดูด อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า แรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวยังศาสนสถาน เพราะศาสนสถานสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีป้ายให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ และการรักษาความปลอดภัยที่ดี

2. ด้านวัฒนธรรม แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา และได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก นั้นทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนาผ่านการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรพรรณ สงัดศรี (2558) ที่พบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจะเกี่ยวข้องกับศาสนาเป็นหลัก และนักท่องเที่ยวมีความต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ ๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะ

ศาสนสถานมีวัฒนธรรม และประเพณี ที่เป็นจุดเด่นทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับ วัฒนธรรม ประเพณี และขนบธรรมเนียมมากมายยิ่งขึ้น

3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การอธิษฐานขอพรช่วยสร้างกำลังใจ และความมั่นใจให้ตนเอง การอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจด้านความรัก และการเดินทางมาศาสนสถานช่วยขัดเกลาจิตใจ และมีทัศนคติที่ดี ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียง เรื่องการอธิษฐานขอพรนั้นเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่ช่วยสร้างกำลังใจ ความมั่นใจในตนเอง และช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเมศร์ พิษณุ พันธุ์เดชา (2561) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียงอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพัฒนา และให้ประสบการณ์แก่ตนเอง อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาช่วยสร้างขวัญและกำลังใจ ส่งเสริมความเชื่อมั่น และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการดำเนินชีวิตมากขึ้น

4. ด้านระหว่างบุคคล แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่น และแหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักนั้น ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ และมิตรภาพจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมพร รัตนพันธ์ (2562) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจด้านระหว่างบุคคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแรงจูงใจทางด้านระหว่างบุคคลถือเป็นการสร้างมิตรภาพของนักเดินทางกับวิถีชีวิตท้องถิ่น อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า การเดินทางไปยังศาสนสถานถือเป็นผลพลอยได้ในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่วนใหญ่จะได้มิตรภาพจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน ได้รู้จักเพื่อนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์

5. ด้านการพัฒนาตนเอง แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำให้เกิดการพัฒนาตนเองทางด้านอารมณ์ จิตใจ และสติปัญญา ทำให้เห็นคุณค่าในตัวเองและมีจุดมุ่งหมายในชีวิต และทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่ดี ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นทำให้เกิดการพัฒนาตนเองทั้งทางด้าน อารมณ์ จิตใจ และสติปัญญาจากการเรียนรู้ และปฏิบัติตามหลักคำสอน และข้อปฏิบัติทางศาสนา และทำให้ได้รับความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ที่ดี และทำให้เห็นคุณค่าในตนเองมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิมิตร ชื่นกลิ่น (2562) พบว่า การพัฒนาตนเองเป็นการเติมเต็มความต้องการส่วนตัว ความต้องการเพิ่มพูนความรู้ และสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ตนเอง อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิดประสบการณ์ ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาตนเอง ในเรื่องมุมมอง ความคิด องค์ความรู้ สิ่งที่มีคุณค่าในการพัฒนาตนเองในมิติด้านศาสนา อีกทั้งมีการสอดแทรกความคิด ความเชื่อ ความคาดหวัง และการขัดเกลาจิตใจ ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในการพัฒนาตนเอง

6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำให้รู้สึกมีความสุข รู้สึกสมหวังดังปรารถนาตามคำอธิษฐานขอพรของตนเองและเกิดความซาบซึ้ง และประทับใจจากการท่องเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานนั้นช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความสุข ที่ได้จากการทำบุญ ปฏิบัติธรรม รวมไปถึงความหวังจากการอธิษฐานขอพรให้ตนสุขสมหวังได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรรณิกา คำดี (2558) ที่พบว่า วัดป่าสาลวันเป็นแหล่งท่องเที่ยวในมิติของการพักผ่อนหย่อนใจ หาความสุขสำราญให้แก่ชีวิตจิตใจ และยังเป็นประโยชน์ต่อการบ่มเพาะปลูกจิตสำนึกในการเผยแผ่ศาสนา และยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นไม่ได้ให้เพียงแค่ความสุข แต่ยังให้ความรู้สึก ประสบการณ์ที่ดีและแปลกใหม่ อีกทั้งการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักนั้นยังทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความคาดหวังให้คำอธิษฐานนั้นสมดังปรารถนา ซึ่งถือเป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และเต็มไปด้วยความหวัง

การเปรียบเทียบแรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ สถานะ และอายุ

1. แรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน หากวิเคราะห์เป็นรายด้านจะพบว่า ด้านวัฒนธรรม และด้านระหว่างบุคคล มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งเพศชาย และเพศหญิงล้วนมีแรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความปรารถนาให้ตนเองสมหวังในคำอธิษฐานขอพรเรื่องความรักไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรฯ สุขศิริ (2558) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย และเพศหญิง มีแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ไม่แตกต่างกัน

2. แรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานะ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอารมณ์และความรู้สึก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดจะมีแรงงูใจในการเดินทางท่องเที่ยว และการอธิษฐานขอพรให้ตนเองสมหวังดังความปรารถนาในเรื่องความรัก มากกว่านักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นรินทรสิริ เชียงพันธ์ (2560) ที่พบว่า สถานภาพเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงงูใจทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

3. แรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน หากวิเคราะห์เป็นรายด้านจะพบว่า มีด้านกายภาพ ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวมีอายุต่างกัน ล้วนมีแรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความปรารถนาให้ตนเองสมหวังในคำอธิษฐานขอพรเรื่องความรักไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสุธี มูลละ (2555) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงงูใจด้านกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อม และบรรยากาศให้มีความสวยงาม ร่มรื่น สะอาด และสอดคล้องกับศาสนสถาน รวมไปถึงควรมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ และพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

2. การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ควรมีการจัดทำคู่มือแนะนำชมศาสนสถาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา และความศักดิ์สิทธิ์ของศาสนสถาน ช่วยส่งเสริมความเชื่อมั่น เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ และเป็นกำลังใจแก่นักท่องเที่ยว

3. การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ควรมีการประชาสัมพันธ์ และมีการจัดงานเทศกาลประจำปี เช่น งานสงฆ์น้ำพระประจำปี งานบรวงสรวงประจำปี เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังศาสนสถานมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. องค์การภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนการก่อสร้าง ซ่อมแซม ปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว

2. องค์การภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันส่งเสริมและจัดทำคู่มือแนะนำชมศาสนสถาน และป้ายสื่อความหมายเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา และความศักดิ์สิทธิ์ เพื่อเป็นเครื่องมือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

3. องค์การภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันส่งเสริมพัฒนา และประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้เป็นที่นิยมมากขึ้น เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับแหล่งท่องเที่ยว และพื้นที่ใกล้เคียง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในต่างจังหวัด ต่างภูมิภาค
2. ควรมีการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อนำมาข้อมูลที่ได้มาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนากับนักท่องเที่ยวต่างชาติ



บรรณานุกรม

- Egresi, I., Bayram, B., & Kara, F. (2012). Tourism at religious sites: A case from Mardin, Turkey. *Geographica Timisiensis*, 21(1), 5-15.
- Huang, K., & Pearce, P. (2019). Visitors' perceptions of religious tourism destinations. *Journal of Destination Marketing and Management*, 14.
- Katri, N. (2009). *Religious Tourism - a Finnish Perspective*. (Master's thesis). Haaga-Helia University of Applied Sciences, Helsinki
- Loudon, D. L., & Bitta, A. J. D. (1993). *Consumer behavior*. New York: McGraw - Hill.
- Madhu, A. (2010). Enhancing Buddhist tourism in India: an exploratory study. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(5), 477-493.
- Marina, N. (2005). *Niche Tourism Contemporary issues, trends and cases*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Maslow, A. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
- Mastercard. (2019). Bangkok Tops Mastercard's Global Destination Cities Index For The Fourth Consecutive Year. Retrieved from <https://mastercardcontentexchange.com/newsroom/press-releases/2019/september/bangkok-tops-mastercard-s-global-destination-cities-index-for-the-fourth-consecutive-year/>
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1986). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*: Wiley.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw Hill.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Swarbrooke, J. H., S. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2559). *วัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา*. กรุงเทพฯ:

รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977).

กรรณิกา คำดี. (2558). วัดและศาสนสถานในมิติของการท่องเที่ยว. วารสารบัณฑิตศึกษา

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 4(2), 175-191.

กรุณา เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา. (2537). "Homestay"รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กฤษฎา รตนโชโต. (2560). ศึกษาความเชื่อต่อ "แม่นาค พระโขนง" ในการบำเพ็ญบุญกุศลของ
ประชาชนผู้เคารพบูชา ในวัดมหาบุศย์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาจุฬาลง
กรณราชวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

กฤษณา รักษาโฉม. (2560). รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ: กระบวนการเปลี่ยนเส้นทางบุญสู่เส้นทางธรรม. วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, 9(2), 83-97. สืบค้นจาก [https://so02.tci-](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/bruj/article/view/121465/92636)
[thaijo.org/index.php/bruj/article/view/121465/92636](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/bruj/article/view/121465/92636)

กษิดิ์เดช ตริทอง. (2554). แรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของ
นักท่องเที่ยวนานาชาติ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
กรุงเทพฯ.

กันจพร อินทร์ประเสริฐ. (2556). 9 วัดสลับโสด. มุมธรรมพากร, 7(88), 32-35.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). การส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ. กรุงเทพฯ:
มปท.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). กรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก
<https://thai.tourismthailand.org>

กิตติ วัฒนมหาตม์. (2549). ตริเทวปกรณ : พระคณศ พระลักษมี พระสร้อยดี. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์
บุ๊คส์.

กิติมา สุรสนธิ. (2542). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2544). อุทยานกรรมกรท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชนัญ วงษ์วิภาค. (2552). การจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรม [เอกสารประกอบการสอน]. นครปฐม:
คณะวิทยาการจัดการและคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฐิรัชญา มณีเนตร. (2552). ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.

ดรรชนี ภูธร. (2563). RT Phone Home ถึงเวลาท่องเที่ยวอย่างใส่ใจ. *จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*, 6(1), 69-71.

ต้นติกร โคตรซารี. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา พระธาตุประจำวันเกิด จังหวัดนครพนม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

ทฐไอดี. (2563). 7 ที่ขอแฟน ในกรุงเทพ ขอพรความรัก สละงาน งานนี้ไม่มีนิก ! สืบค้นจาก <https://travel.trueid.net/detail/0I8RYGM9BN0>

ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2551). ปริศนา แลมนตรา ตามรอยสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในอารยธรรมเขมร. นนทบุรี: คีนารา.

ทวีศักดิ์ ทิพยมิ่งษ์. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีและฉะเชิงเทรา. ฉะเชิงเทรา: สำนักวิจัยและบริหาร วิชาการสถาบันราชภัฏราชนครินทร์.

ทศพล จังพานิชกุล. (2550). 12 เทพเจ้าศักดิ์สิทธิ์บูชาแล้วชีวิตรุ่งเรือง. กรุงเทพฯ: คอมมา.

ทิพาวรรณ บุรณสิน. (2558). นิยามรัก 2015. สืบค้นจาก https://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web/document/160105145197859219.pdf

ไทย พีบีเอส. (2560). เผย! 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทย. สืบค้นจาก <https://web.facebook.com/ThaiPBSFan/photos/a.348532055084/10160480833840085/>

ไทยทิคเก็ตเมเจอร์. (2561). รวมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในกรุงเทพฯ ไปไหว้พระให้ได้ผู้! สืบค้นจาก <https://www.thaiticketmajor.com/variety/travel/8479/>

ไทยรัฐออนไลน์. (2560). 7 เรื่องที่คุณไม่รู้! “พระแม่ลักษมี” เทพศักดิ์สิทธิ์ ด้านโชคลาภและความร่ำรวย ณ ดาดฟ้าเกษร วิลเลจ. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/885272>

ธนพล พรหมสูงษ์. (2562). เส้นทางท่องเที่ยวในมิติศาสนานบนถนนเยาวราช. *วารสารสายตรงศาสนา*, 16(5), 38-42.

ธรา สุขศิริ. (2558). แรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อมและการจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ กรุงเทพฯ.

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS : ครอบคลุมทุกเวอร์ชัน (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์เอนด์ดี.
- ธีรโชติ เกิดแก้ว. (2554). อธิษฐาน : การอ้อนวอน ความหวัง การรอคอยหรือบทพิสูจน์ศักยภาพของมนุษย์. ศิลปะศาสตร์ปริทัศน์, 6(11), 1-18.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2549). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 4). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- นรินทร์สิริ เชียงพันธ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพฯ.
- นฤมล หิญาธิระนันท์. (2541). รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ ชุดโครงการประเมินสถานภาพไทยศึกษา ความเชื่อและพิธีกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- นิมิต ชื่นสั้น. (2562). การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาถมนววัฒนธรรม: กรณีศึกษา ถนนวนวัฒนธรรมหาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต. มหาวิทยาลัยหอการค้า มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์, 39(2), 16-31.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุดสาหกรรมท่องเที่ยว กรุงเทพฯ ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปณิศา มีจินดา. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ประเมษฐ์ พิษณุพันธ์เดชา. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮองกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ปราโมชน์ รอดจำรัส. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2556). “พระตรีมูรติ” ที่พึ่งในศรัทธาแห่งความรัก. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/travel/detail/9560000018022>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). คนโสดห้ามพลาดกับ “7 จุด ขอพรความรัก” ทั่วกรุงเทพ. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/travel/detail/9630000014352>
- พระมหาธวัช สิริมญฺโณ. (2556). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดหนองแขว (พระอาราม

- หลวง) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ปทุมธานี.
- พิทักษ์ คุ้มวันชัย. (2563). "พระกฤษณะ" มหาเทพผู้แห่งความหลุดพ้นชี้ทางมนุษย์ไปสู่ความสุขสมบูรณ์ที่แท้จริง. สืบค้นจาก <https://www.siamganesh.com/krishna.html>
- โพสต์ทูเดย์. (2561). สองพฤติกรรมไทยเที่ยวไทย. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/economy/news/573873>
- มนัสกวิญ ชางประยูร. (2563). ดูดวงความรัก เนื้อคู่ ราศีไหนปังวาเลนไทน์ 2020 โดย อาจารย์วิญ. สืบค้นจาก <https://www.springnews.co.th/alive/lifestyle/616295>
- มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์. (2542). สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคกลาง. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2562). การนำเสนอทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2563. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 5(4), 17-24.
- ยุพารักษ์ ชนะบวรวัฒน์. (2560). การบนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธในสังคมไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- รุ่งฟ้า สะแกกลาง. (2561). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพรรณ สัจดศรี. (2558). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- วรรณวีร์ บุญคุ้ม. (2560). แรงจูงใจในการมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรี และการรับรู้การที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- วันเพ็ญ เบอร์เนท. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มาเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์). (สารนิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก http://ils.swu.ac.th:8991/F?func=service&doc_library=SWU01&local_base=SWU01&doc_number=000096440&sequence=000001&line_number=0001&func_code=D

[B RECORDS&service_type=MEDIA](#)

- วราชิต มัชฌิมบุษ. (2552). รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวสำหรับ
นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยแม่
โจ้, เชียงใหม่.
- ศรัณยา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิริทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษาอำเภอ
เมือง จังหวัดน่าน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2547). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ขอนแก่น: คลังน่านวิทยา.
- ชรวัดณ์. (2550). เทพ บูชาอย่างไรให้ใจเป็นสุข. กรุงเทพฯ: จุฬาลง.
- สมชาติ อุ่อ้น. (2552). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการวางแผน. นครปฐม: ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะ
อักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมบัติ พลายน้อย. (2533). ตามรอยนางนากพระโขง. กรุงเทพฯ: พี วาทิน พับลิเคชั่น.
- สมพร สุขเกษม. (2532). ศาสนาพราหมณ์ - ฮินดู. กรุงเทพฯ: ภาควิชาปรัชญาและศาสนา คณะวิชา
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ วิทยาลัยครูบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- สุกัญญา ประเสริฐศรี. (2551). เทศกาลนวราตรีวัดพระศรีมหาอุมาเทวี : การศึกษาพิธีกรรมและ
ความเชื่อ. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
สืบค้นจาก
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Tha/Sukanya_P.pdf
http://ils.swu.ac.th:8991/F?func=service&doc_library=SWU01&local_base=SWU01&doc_number=000280386&sequence=000001&line_number=0001&func_code=DB_RECORDS&service_type=MEDIA
- สุวิทย์ ใสภณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว : ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจ
ท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- แสงเดือน รตินธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการ
ตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่ง
ประเทศไทย, 18(2), 84-104.

- อธิราชย์ นันชนดี. (2558). การนับถือผีของชาวไทยย้อ: ความสัมพันธ์ด้านความเชื่อและนิเวศวิทยา
วัฒนธรรม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- อรสุทธิ มูลละ. (2555). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน
กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- อรุณศักดิ์ กิ่งมณี. (2551). ตริภูมิ อภิมหาเทพของฮินดู. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.
- อุมพร รัตนพันธ์. (2562). ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยวตลาดใต้เคี่ยม
จังหวัดชุมพร. วารสารสหการวิจัย:ฉบับบัณฑิตศึกษา, 8(8), 85-91.







ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย

- | | |
|--|--|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมลธิ์ เกียนวัฒนา | คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. อาจารย์ดร. อัญชัญ ตัณฑเทศ | คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 3. อาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จำนงชอบ | คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 4. อาจารย์ ดร.อุษณีย์ วัชรไพศาลกุล | คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 5. อาจารย์ ดร.ชมพูนุท ภาณุภาส | คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |





ภาคผนวก ข
จริยธรรมการวิจัยในคน

MF-04-version-2.0

วันที่ 18 ต.ค. 61



หนังสือยืนยันการยกเว้นการรับรอง
คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(เอกสารนี้เพื่อแสดงว่าคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ได้พิจารณาโครงการวิจัยนี้)

ชื่อโครงการวิจัย : แรงแจ้วใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร
ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย : นางสาว ดวงทิพย์ นากระโท
หน่วยงานต้นสังกัด : คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
รหัสโครงการวิจัย : SWUEC-G-384/2563X

โครงการวิจัยนี้เป็นโครงการวิจัยที่เข้าข่ายยกเว้น (Research with Exemption from SWUEC)

วันที่ยืนยัน : 11 พฤศจิกายน 2563
ยืนยันโดย : คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดำเนินการรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, the Belmont Report, CIOMS Guidelines และ the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)

ออกให้ ณ วันที่ 21 ธันวาคม 2563

(ลงชื่อ).....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พันตแพทย์หญิงณปภา เอี่ยมจิตรกุล)
กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการจริยธรรม
สำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

(ลงชื่อ).....
(แพทย์หญิงสุวิพร ภัทรสุวรรณ)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรม
สำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

หมายเลขรับรอง : SWUEC/X/G-384/2563



ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์

ที่ อว 8718/954



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

5 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เนื่องด้วย นางสาวดวงทิพย์ นาคระโท นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” กับบุคลากรผู้ที่มี
ความรู้ มีความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัย และขอใช้สถานที่
หน่วยงานของท่าน ในเดือนพฤษภาคม 2564 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาขอความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 088 358 5729

ที่ อว 8718/955



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

5 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัย

เนื่องด้วย นางสาวดวงทิพย์ นากระโทก นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” กับบุคลากร
ผู้ที่มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัย และขอใช้
สถานที่หน่วยงานของท่าน ในเดือนพฤษภาคม 2564 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาขอความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 088 358 5729

ที่ อว 8718/954



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

5 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน เจ้าอาวาส วัดมหาบุศย์

เนื่องด้วย นางสาวดวงทิพย์ นากะโทก นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขออนุญาตเผยแพร่เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” กับบุคลากรผู้ที่มี
ความรู้ มีความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวข้องกับวัดมหาบุศย์ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัย และขอใช้สถานที่วัดมหาบุศย์
ในเดือนพฤษภาคม 2564 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาขออนุญาตเผยแพร่ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 088 358 5729

ที่ อว 8718/954



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

5 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้บริหาร ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

เนื่องด้วย นางสาวดวงทิพย์ นากะโทก นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” กับบุคลากรผู้ที่มี
ความรู้ มีความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวข้องกับศาลพระตรีมูรติ หน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัย
และขอใช้สถานที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ในเดือนพฤษภาคม 2564 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานใน
รายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาขอความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 088 358 5729

ที่ อว 8718/954



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

5 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้บริหาร ห้างเพชรวิลเลจ

เนื่องด้วย นางสาวดวงทิพย์ นาคระโทก นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” กับบุคลากรผู้ที่มีความรู้
มีความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวข้องกับห้างเพชรวิลเลจ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัย และขอใช้สถานที่ห้างเพชรวิลเลจ
ในเดือนพฤษภาคม 2564 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาขอความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 088 358 5729

ที่ อว 8718/954



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

5 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นมัสการเจ้าอาวาส วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

เนื่องด้วย นางสาวดวงทิพย์ นากะโทก นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” กับบุคลากรผู้ที่
มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวข้องกับวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร เพื่อเป็นข้อมูลในการ
วิจัย และขอใช้สถานที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ในเดือนพฤษภาคม 2564 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็น
ผู้ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาขอความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพ

พิชญ์ ๕.

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 088 358 5729

ที่ อว 8718/954



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

5 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน The President of Hindu Samaj

เนื่องด้วย นางสาวดวงทิพย์ นากระโท นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” กับบุคลากรผู้ที่มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวข้องกับวัดเทพมณเฑียร สมาคมฮินดูสมาช เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัย และขอใช้สถานที่วัดเทพมณเฑียร สมาคมฮินดูสมาช ในเดือนพฤษภาคม 2564 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาขอความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์นิตร์ชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 088 358 5729

ที่ อว 8718/954



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

5 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน ประธานมูลนิธิ วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก)

เนื่องด้วย นางสาวดวงทิพย์ นากระโทก นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” กับบุคลากรผู้
มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวข้องกับวัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก) เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัย และขอใช้
สถานที่วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก) ในเดือนพฤษภาคม 2564 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียด
ดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาขอความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 088 358 5729

ที่ อว 8718/954



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

5 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน ประธานกรรมการ ศาลเจ้าแม่ประตู ตลาดเก่าเยาวราช

เนื่องด้วย นางสาวดวงทิพย์ นากระโทก นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
เชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร” กับบุคลากรผู้ที่มี
ความรู้ มีความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวข้องกับศาลเจ้าแม่ประตู ตลาดเก่าเยาวราช เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัย และขอใช้
สถานที่ศาลเจ้าแม่ประตู ตลาดเก่าเยาวราช ในเดือนพฤษภาคม 2564 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานใน
รายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาขอความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 088 358 5729



ภาคผนวก ง
เครื่องมือในการทำวิจัย



แบบสอบถาม

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพร เรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ด้วยข้าพเจ้านางสาวดวงทิพย์ นากระโทก นิสิตปริญญาโทสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความประสงค์ศึกษาสารนิพนธ์เรื่อง “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร” จึงมีความจำเป็นในการเก็บข้อมูลด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

โดยแบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร และทราบถึงความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 6 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย 8 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 ข้อคำถามใหญ่

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปส่งเสริม และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก

เนื่องจากแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามหลายส่วน จึงขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาตอบตามความต้องการของท่านให้มากที่สุด ข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดเป็นความลับ และจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาครั้งนี้ โดยสรุปผลเป็นภาพรวมของการวิจัยเท่านั้น จึงไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ตอบหรือหน่วยงานของผู้ตอบ เนื่องจากไม่สามารถนำมาสืบค้นเจาะจงหาผู้ตอบได้ และท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามข้อใดข้อหนึ่ง หากท่านไม่สะดวกที่จะตอบคำถามนั้น ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานใดๆ ของท่าน

โครงการวิจัยนี้ได้รับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัย อาคารศาสตราจารย์ ดร.สาโรช บัวศรี ชั้น 20 โทร 02-649-5000 ต่อ 11019 โทรสาร: (02) 259-1822

หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้ ท่านสามารถติดต่อประธานกรรมการฯหรือผู้แทน ได้ตามสถานที่และหมายเลขโทรศัพท์ข้างต้น ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
2. อายุ ☐ 1. ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2. 20 – 30 ปี ☐ 3. 31 – 40 ปี
☐ 4. 41 – 50 ปี ☐ 5. 51 – 60 ปี ☐ 6. มากกว่า 60 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส
☐ 3. หย่าร้าง/หม้าย ☐ 4. แยกกันอยู่
4. การศึกษา ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี
☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี ☐ 4. อื่นๆ โปรดระบุ
5. อาชีพ ☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา ☐ 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ 3. พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ
6. รายได้ ☐ 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 2. 15,001 – 25,000 บาท
☐ 3. 25,001 – 35,000 บาท ☐ 4. มากกว่า 35,000 บาท
☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ความถี่ในการเดินทางมายังศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร ของท่านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
☐ 1. ครั้งแรก ☐ 2. 2 - 3 ครั้ง ☐ 3. มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป
2. ท่านมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานครอย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ 1. เพื่ออธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ☐ 2. เพื่อทำบุญ ทำทานตามความเชื่อส่วนบุคคล
☐ 3. เพื่อไหว้ / อธิษฐานขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ☐ 4. เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ
☐ 5. เพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ☐ 6. เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
☐ 7. อื่นๆ โปรดระบุ
3. ท่านเคยเดินทางมายังศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร ที่ใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ 1. ศาลพระตรีมูรติ เซ็นทรัลเวิลด์ ☐ 2. วัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก) สีลม
☐ 3. ศาลพระแม่ลักษมี ห้างเกษรวิลเลจ ☐ 4. วัดเทพมณเฑียร เสาชิงช้า
☐ 5. ศาลเจ้าแม่พระคู่ ตลาดเก่าเยาวราช ☐ 6. ศาลย่านาค วัดมหาบุศย์ พระโขนง
☐ 7. พระพุทธรูปไสยาสน์ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

☐ 8. อื่นๆ โปรดระบุ

4. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร ในช่วงเวลาใดเป็นส่วนใหญ่ (เลือกตอบเพียง1ข้อ)

☐ 1. ช่วงวันธรรมดา

☐ 2. ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

☐ 3. ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์

5. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ กับใคร (เลือกตอบเพียง1ข้อ)

☐ 1. คนเดียว

☐ 2. เพื่อน

☐ 3. คู่รัก/สามีและภรรยา

☐ 4. ครอบครัว

☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ

6. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีใด (เลือกตอบเพียง1ข้อ)

☐ 1. รถยนต์ / รถจักรยานยนต์ส่วนตัว

☐ 2. ขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟฟ้า

☐ 3. รถรับจ้าง เช่น รถแท็กซี่ สามล้อ รถจักรยานยนต์รับจ้าง

☐ 4. อื่นๆ โปรดระบุ

7. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ของท่านเป็นจำนวนเงินเท่าใด (เลือกตอบเพียง1ข้อ)

☐ 1. น้อยกว่า 500 บาท

☐ 2. 500 – 1,000 บาท

☐ 3. 1,001 – 1,500 บาท

☐ 4. 1,501 – 2,000 บาท

☐ 5. มากกว่า 2,000 บาท

8. สื่อประเภทใดมีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลของศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร ของท่านมากที่สุด (เลือกตอบเพียง1ข้อ)

☐ 1. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์

☐ 2. สื่อสังคมออนไลน์

☐ 3. โทรทัศน์

☐ 4. วิทยุ

☐ 5. หนังสือพิมพ์

☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก
ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับแรงจูงใจ ตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถาน ที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ด้านกายภาพ					
1.1 สถานที่มีความสำคัญทางศาสนา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความศักดิ์สิทธิ์					
1.2 ที่ตั้งของศาสนสถานสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย					
1.3 สภาพแวดล้อมโดยรวมของศาสนสถาน มีความสงบ ร่มเย็น					
1.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่ จอดรถ					
1.5 มีป้ายสื่อความหมายภายในศาสนสถาน เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้ง ของศาสนสถาน ป้ายบอกประวัติความเป็นมา					
1.6 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน					
2. ด้านวัฒนธรรม					
2.1 ได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา					
2.2 แหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม และ ธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา					
3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ					
3.1 การอธิษฐานขอพรช่วยสร้างกำลังใจ และความมั่นใจให้ตนเอง					
3.2 การเดินทางมาศาสนสถานช่วยขัดเกลาจิตใจ และมีทัศนคติที่ดี					
3.3 การอธิษฐานขอพรเรื่องความรักช่วยเสริมสร้างความมั่นใจด้านความรัก					
4. ด้านระหว่างบุคคล					
4.1 แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว					
4.2 แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการปรับตัว ให้อยู่ร่วมกับผู้อื่น					
5. ด้านการพัฒนาตนเอง					
5.1 ทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่ดี					
5.2 ทำให้เห็นคุณค่าในตัวเอง และมีจุดมุ่งหมายในชีวิต					
5.3 ทำให้เกิดการพัฒนาด้านอารมณ์ จิตใจ และสติปัญญา					



แบบสัมภาษณ์

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก
ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยขอขอบคุณล่วงหน้าสำหรับความร่วมมือในการให้ข้อมูลเชิงลึก และขอรับรองว่าข้อมูลที่ท่านให้มานั้น จะได้รับการรักษาความปลอดภัย เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาเท่านั้น

วันที่.....เวลา.....

รูปแบบการสัมภาษณ์.....สถานที่.....

ผู้สัมภาษณ์อนุญาตให้ผู้วิจัยบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ ☐ อนุญาต ☐ ไม่อนุญาต

ผู้สัมภาษณ์อนุญาตให้ผู้วิจัยบันทึกภาพขณะสัมภาษณ์ ☐ อนุญาต ☐ ไม่อนุญาต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ นามสกุลอายุ.....ปี

สถานที่ทำงานปัจจุบัน.....ตำแหน่ง.....

ส่วนที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว”

1. ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร เป็นเช่นไร

.....

.....

.....

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อในศาสนสถานที่เป็นที่นิยมในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรัก ในกรุงเทพมหานคร เป็นเช่นไร

.....

.....

.....

ส่วนที่3 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร”

1. ด้านกายภาพ

.....

.....

.....

.....

2. ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

.....

.....

.....

.....

4. ด้านระหว่างบุคคล

.....

.....

.....

.....

5. ด้านการพัฒนาตนเอง

.....

.....

.....

.....

6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร”

1. ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไร เพื่อนำไปส่งเสริม และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร

.....

.....

.....

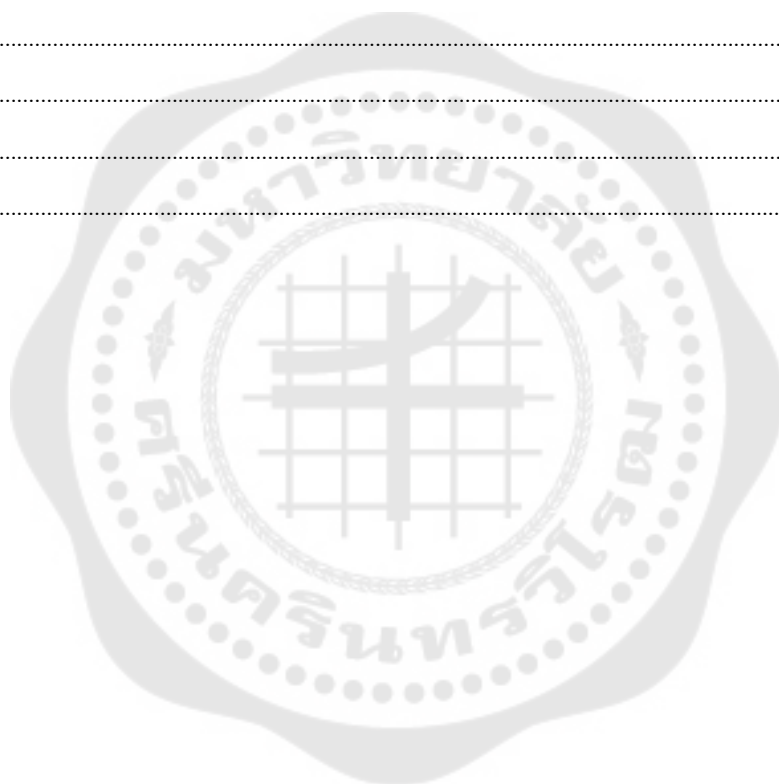
.....

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวดวงทิพย์ นากระโทก
วัน เดือน ปี เกิด	2 พฤษภาคม 2537
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะพัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	653 - 655 ถนนจักรเพชร แขวงวังบูรพา เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

