



ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน 2565

พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา THAI TOURISTS' BEHAVIORS AND OPINIONS TOWARDS CULTURAL TOURISM IN CHACHOENGSAO PROVINCE

รัศมีพร พยุงพงษ์, เจกิตาน์ ศรีสรवल*

Russameeporn Phayungpongse, J-kita Srisuan*

เจ้าหน้าที่สำนักงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี,

e-Mail: russameeporn.ph@chonburi.spu.ac.th (Corresponding Author)

Staff, Office of Research and Innovation Development, Sripatum University at Chonburi,

e-Mail: russameeporn.ph@chonburi.spu.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2022, May 16; Revised: 2022, June 27; Accepted: 2022, July 2)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .80 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่วัดสมานรัตนาราม จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 วัดโสธรวรารามวรวิหาร จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และวัดหัวสวน (ละม่อมประชาสรรค์) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 โดยเดินทางมาจากนอกจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 และในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 เดินทางมากับครอบครัว

*อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและไมซ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี,
e-Mail: 41970615@chonburi.spu.ac.th

Lecturer, Tourism and MICE Management, School of Liberal Arts, Sripatum University at Chonburi,
e-Mail: 41970615@chonburi.spu.ac.th



จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 เพื่อน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และ คู่รัก/แฟน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์จากโฆษณามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40.50 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.50 เหตุผลที่เดินทาง มาท่องเที่ยวที่วัดในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพราะความศรัทธา จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 ความสวยงาม จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และชื่อเสียง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 หลังจากมาท่องเที่ยวครั้งนี้จะมีโอกาสเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 และไม่แน่ใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และแนะนำให้บุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยว จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00 ไม่แน่ใจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ มีความ ศรัทธาต่อวัด ($\bar{X} = 4.65$) วัดเป็นศูนย์กลางของความดีงาม ($\bar{X} = 4.56$) และเห็นด้วยมาก ได้แก่ วัดเป็นเขตปลอดอบายมุขและสิ่งเสพติด ($\bar{X} = 4.47$) วัดเป็นสถานที่สำหรับขัดเกลาจิตใจ ($\bar{X} = 4.44$) และมีป้ายบอกประวัติต่าง ๆ ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.22$)

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, พฤติกรรมและความคิดเห็น

ABSTRACT

The research aimed to study Thai tourists' behaviors and opinions towards cultural tourism in Chachoengsao Province. The Accidental Sampling method is applied for the research. The research samples were 400 Thai tourists who visited Chachoengsao for cultural tourism activities. The research tool was a questionnaire, which had the reliability is .80. Data were analyzed using frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that there were three groups of tourists visiting Chachoengsao province who paid respect to the Buddha. 200 tourists (50.00%) visited Wat Samanrattaram, 150 tourists (37.50%) visited Wat Sothornwararamworraviharn, and 50 tourists (12.50%) visited Way Huasuan (Lamomprachasan). There were 225 participants (63.80%) from outside the province and 145 participants (36.30%) within the province. 214 participants (53.50%) were traveling with the family, 148 participants (37.00%) were



with friends and 32 participants (8.00%) were couples. Advertisement, family, and friends were the channels to perceive tourism information in Chachoengsao province, respectively 45.00%, 40.50%, and 28.50%. The reasons why they visited the temples in Chachoengsao province were its sacredness (75.30%), beauty (17.00%), and famous (7.80%), respectively. 376 samples (94.00%) were willing to visit again, while 24 samples (6.00%) were uncertain. 388 samples (97.00%) revisited the province, though 12 samples (3.00%) would not probably return. Regarding Thai tourists' opinions toward cultural tourism in Chachoengsao province, it was found that faith in the temples was ($\bar{x} = 4.65$) and the temple was the center of the goodness ($\bar{x} = 4.56$). It is followed by the temples that have been cleaned from drugs ($\bar{x} = 4.47$), the temples are used for mental discipline ($\bar{x} = 4.44$), and there is enough clear useful information at tourist sites ($\bar{x} = 4.22$).

Keywords: Cultural tourism, Behavior and opinion.

บทนำ

ภาพรวมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศไตรมาส 1 ปี 2565 (มกราคม ถึง มีนาคม) เติบโตขึ้นจากช่วงเดียวกันปีก่อน มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 29.70 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้น 73% และมีรายได้ทางการท่องเที่ยว 135,335 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 53% เพราะเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของคนไทย หลังมีมาตรการผ่อนคลายการควบคุมการระบาดของโควิด-19 มีการเปิดประเทศ และให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจกลับมาดำเนินการได้ รวมทั้งมีโครงการเราเที่ยวด้วยกัน เฟส 3 คนละครึ่ง รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมการตลาดจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ส่วนคาดการณ์ไตรมาส 2 ปีนี้ จะมีผู้ท่องเที่ยวชาวไทย 22.98 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้น 210% มีรายได้ท่องเที่ยว 105,265 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 205% จากช่วงเดียวกันปี 2564 (ยุทธศักดิ์ สุภสร, ออนไลน์, 2565)

แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมของประเทศไทยที่เป็นต้นทุนสำคัญทางการท่องเที่ยว อันเป็นเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่สะท้อนถึงเอกสารลักษณะ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณีอันงดงามของผู้คนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (อิทธิพล คุณปลื้ม, ออนไลน์, 2564) พุทธศาสนายังคงเป็น



สิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวไทยและยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยว (อนุชา นาคาศัย, ออนไลน์, 2564)

ฉะเชิงเทราเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนสถาน อย่างเช่นวัด นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมักมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับ ศาสนา เพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือเยี่ยมชมสักการะ เพื่อความสงบในจิตใจ (ราณี อธิชัยกุล, 2557, หน้า 292) จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทราของ นักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจากไม่ทราบประชากรที่แน่นอนของคอชเรน (Cochran, 1977, p. 76) ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95% มีค่า ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่ม แบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูล ทั่วไป มีลักษณะข้อคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม มีลักษณะข้อคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีลักษณะข้อคำถามแบบเลือกตอบตามความคิดเห็น แบบ มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert Scale) ดังนี้ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด



คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Congruency: IOC) มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ .80 จากนั้นนำไปทดลองใช้กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (try out) จำนวน 30 คน และค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach, 1990, p. 152) ได้เท่ากับ .78

สถิติที่ใช้ในการวิจัย เป็นสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเป็นหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.30 และชาย จำนวน 44.80 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 อายุ 31-40 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 67 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.80 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 10,001-20,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 และ 20,001-30,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่วัดสมานรัตนาราม จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 วัดโสธรวรารามวรวิหาร จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และวัดหัวสวน (ละม่อมประชาสรรค์) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 โดยเดินทางมาจากนอกจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 และในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 เพื่อน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และคู่รัก/แฟน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัด



ฉะเชิงเทราจากโฆษณามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40.50 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.50 เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดจังหวัดฉะเชิงเทรา เพราะความศรัทธา จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 ความสวยงาม จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และชื่อเสียง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 หลังจากมาท่องเที่ยวครั้งนี้จะมีโอกาสเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 และไม่แน่ใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และแนะนำให้บุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยว จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00 ไม่แน่ใจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

วัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ มีความศรัทธาต่อวัด ($\bar{X} = 4.65$) วัดเป็นศูนย์กลางของความดีงาม ($\bar{X} = 4.56$) และเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ วัดเป็นเขตปลอดอบายมุขและสิ่งเสพติด ($\bar{X} = 4.47$) วัดเป็นสถานที่ขัดเกลาจิตใจ ($\bar{X} = 4.44$) และมีป้ายบอกประวัติต่างๆ ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.22$)

อภิปรายผล

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สอดคล้องกับ ธฤชวรรณ มาตกุล (2556, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชื่อมโยงสู่เชิงวัฒนธรรมอีสาน กรณีศึกษาวัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ พบว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยววัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัด ศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ เพื่อกกราบไว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และเดินทางมากับครอบครัว สอดคล้องกับ พระอธิการภูวนัย จัปใจนาย (2558, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดหิรัญญาวาส ตำบลเกาะช้าง อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นลักษณะครอบครัว และภักตร์จิตา ศิริอัครพงศ์ (2557, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยววัดพระธาตุลำปางหลวง พบว่านักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติ และคิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยววัดพระธาตุลำปางหลวงอีก สำหรับเหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดจังหวัดฉะเชิงเทรา เพราะความศรัทธาและความสวยงาม สอดคล้องกับบรรณชนก คำแก้ว (2555, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการ



วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ ความมีเอกลักษณ์และความสวยงามของวัด นอกจากนี้หากมีโอกาสจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งและแนะนำให้บุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ผณินทรา ธนะเพชร (2556, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ กรณีศึกษา วัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่าหากมีโอกาสจะเดินทางมาวัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นอีก และจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักเดินทางมาท่องเที่ยววัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุดต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ มีความศรัทธาต่อวัดและวัดเป็นศูนย์กลางของความดีงาม เห็นด้วยมาก ได้แก่ วัดเป็นเขตปลอดอบายมุขและสิ่งเสพติด วัดเป็นสถานที่ขัดเกลาจิตใจ และมีป้ายบอกประวัติต่าง ๆ ที่ชัดเจน สอดคล้องกับ จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554, หน้า 67) ที่ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ วัดโสธรวราราววิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าด้านการให้ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวของวัดโสธรฯ ทำให้รู้สึก เกิดความศรัทธา และน่าเลื่อมใสสูงเป็นลำดับแรก และด้านการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง ทุกฝ่าย พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในเรื่องการสอดแทรกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อมเข้าไว้ในการท่องเที่ยวสูงเป็นลำดับแรก นอกจากนี้สอดคล้องกับ กรรณิกา คำดี (2558, หน้า 184-185) ที่ศึกษาวัดและศาสนสถาน ในมิติของการท่องเที่ยว พบว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด คือ วัดควรเป็น แหล่งเรียนรู้ หลักธรรม คำสอนของศาสนา อยากรสนันทนาการ โดยเฉพาะเรื่องการปฏิบัติ การทำสมาธิ การภาวนา และพระจำนงค์ ผมไผ่, ยุภาพร ยุภาศ และภักดี โพธิ์สิงห์ (2563, หน้า 164) ที่ศึกษาวัดกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเส้นทางลุ่มน้ำโขง พบว่าศักยภาพ ของวัดที่มีส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเส้นทางลุ่มน้ำโขง เพื่อค้นหาตัวชี้วัดปัจจัย ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของวัดและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวของวัดบนเส้นทาง ลุ่มน้ำโขง มีตัวบ่งชี้ 4 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดสถานที่ 2) ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม 3) ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตประชาชนในท้องถิ่น 4) ด้านคุณค่าทางประวัติศาสตร์



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

วัดเป็นสถานที่พึ่งทางจิตใจของชาวพุทธ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บรรณานุกรม

- กรรณิกา คำดี. (2558). วัดและศาสนสถานในมิติของการท่องเที่ยว. *วารสารบัณฑิตศึกษา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 4(2) หน้า 175-191.
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวราราวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา*. ปรินญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธรรณชนก คำแก้ว. (2555). *รายงานวิจัยการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธฤชวรรณ มาตกุล. (2556). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชื่อมโยงสู่เชิงวัฒนธรรมอีสาน กรณีศึกษา วัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ*. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ผดืนทรา ธนะเพ็ชร. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ กรณีศึกษาวัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอ จังหวัดขอนแก่น*. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พระจำนงค์ ผมไผ่, ยุภาพร ยุภาศ และภักดี โพธิ์สิงห์. (2563). วัดกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเส้นทางลุ่มน้ำโขง. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(5) หน้า 158-170 .



- พระอริการฎาไนย จัปใจนาย. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดหิรัญญาวาส ตำบลเกาะช้าง อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย**. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ภัทรฐิตา ศิริอัครพงศ์. (2557). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยววัดพระธาตุลำปางหลวง**. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2565). **ททท.ดึง “ใหม่ ดาวิกา” ชวนเที่ยวไทย ตั้งเป้าสร้างรายได้ 6.56 แสนล้านบาท** (ออนไลน์). ไทยรัฐออนไลน์ เข้าถึงได้จาก: <https://www.thairath.co.th/business/economics/2362685> [2565, 9 เมษายน].
- ราณี อิลิชัยกุล. (2557). **การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อนุชา นาคาศัย. (2564). **ททท. เปิดตัวโครงการ WAT “ศรัทธานำทาง เส้นทางนำเที่ยว” พร้อมเสนอการสร้างสรรคสินค้าการท่องเที่ยวเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยว** (ออนไลน์). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. เข้าถึงได้จาก: <https://www.mots.go.th/news-view.php?nid=13290> [2565, 3 มีนาคม].
- อิทธิพล คุณปลื้ม. (2564). **ททท. เปิดตัวโครงการ WAT “ศรัทธานำทาง เส้นทางนำเที่ยว” พร้อมเสนอการสร้างสรรคสินค้าการท่องเที่ยวเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยว** (ออนไลน์). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. เข้าถึงได้จาก: <https://www.mots.go.th/news-view.php?nid=13290> [2565, 3 มีนาคม].
- Cochran, William G. (1997). *Sampling Techniques*. New York, NY: John Wiley & Son.
- Cronbach, Lee J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York, NY: Harper Collins.