

# พฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## Behaviors and Perceptions of Tourists Regarding Meditation Practice in Mueang District, Chiang Mai Province

เฉลิมพงษ์ พงศ์จันทร์<sup>1</sup>

Chalermpong Pongjun

Received : 2 กรกฎาคม 2567

Revised : 20 ธันวาคม 2567

Accepted : 23 ธันวาคม 2567

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ 2) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ และ 3) ความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับออกแบบแผนภาพจำลองความสัมพันธ์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาฝึกสมาธิทั้งหมด 140 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และไคสแควร์ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี นับถือศาสนาพุทธ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมเดินทางมาฝึกสมาธิครั้งแรกเพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ ใช้เวลา 3 - 5 วัน ต่อครั้ง เข้าถึงข้อมูลการฝึกสมาธิ

---

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ  
คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
Student in Master's degree Student, Integrated Tourism Management Major,  
Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University

จากสื่อประเภท อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ มากที่สุด นิยมเดินทางโดยรถรับจ้าง ในระหว่างฝึกสมาธิส่วนใหญ่ประทับใจกับความเงียบสงบที่ได้จากการฝึกสมาธิและประสบกับปัญหาอื่น ๆ มากที่สุด นักท่องเที่ยวประสงค์กลับมาอีกแน่นอน นักท่องเที่ยวรับรู้ความหมายของการฝึกสมาธิ คือ ความสงบ เรียบง่าย รูปแบบอัตลักษณ์โดดเด่นด้านพุทธศาสนา ซึ่งกิจกรรมการฝึกสมาธิมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ ความน่าสนใจของการฝึกสมาธิ คือ หลักสูตรสมาธิที่ดี และรับรู้คุณค่าการฝึกสมาธิว่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริง นอกจากนี้ ลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกัน ด้านศาสนากับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ความถี่ในการเดินทาง วิธีการเดินทาง ช่องทางรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว และปัญหาที่พบในระหว่างฝึกสมาธิ

**คำสำคัญ :** การรับรู้นักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การฝึกสมาธิ จังหวัดเชียงใหม่ การฝึกสติ

### Abstract

This study aimed to examine: 1) tourist behaviors regarding meditation practice; 2) tourist perceptions regarding meditation practice; and 3) differences between demographic characteristics and tourist behaviors regarding meditation practice in Mueang District, Chiang Mai Province, in order to design a simulation diagram of tourist behavior relationships. The sample consisted of 140 Thai and foreign tourists who traveled to practice meditation, selected through accidental sampling. Data were collected using a questionnaire at a confidence level of 95% and a margin of error not exceeding 0.05. Frequency, percentage, and chi-square were employed as the statistical tools for data analysis. The findings revealed that the majority of respondents were female, aged 31–40 years, Buddhist, with a monthly

income below 15,000 baht. Tourists were traveling for their first meditation experience, motivated by seeking new experiences, and stayed for three to five days per visit. The primary source of information accessed for meditation practice was internet-based media, particularly websites. The most common mode of transportation was hired vehicle services. During meditation practice, tourists were most impressed by the tranquility and peacefulness derived from the practice and reported experiencing various other problems. Tourists expressed a definite intention to revisit. In terms of perception, tourists associated meditation practice with calmness, simplicity, and a distinctive Buddhist identity, recognizing it as a cultural hallmark of Chiang Mai Province. The most appealing aspect was the quality of the meditation curriculum, which was perceived as practically applicable to daily life. Furthermore, demographic characteristics differed significantly in relation to overall tourist behavior. Specifically, religion differed significantly in relation to tourist behavior across four aspects: frequency of travel, mode of transportation, channels for discovering meditation sites, and problems encountered during meditation practice.

**Keywords :** tourist perception, tourist behavior, meditation practice, Chiang Mai Province, mindfulness

## บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยอยู่ในช่วงการกระตุ้นและการฟื้นฟูการท่องเที่ยวทำให้

หลายภาคส่วนให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์และมาตรการทางการท่องเที่ยว (Saenkam, 2021) ภายใต้แผนการพัฒนาสุขภาพจิตแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2561 - 2580 ในด้านการเสริมสร้างและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตมีแนวทางเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางจิตใจและใส่ใจในสุขภาพจิตให้ดีขึ้นที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป (Department of Mental Health, 2018) นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวตามความเชื่อความศรัทธา ซึ่งสามารถช่วยในเรื่องของที่พึ่งทางจิตใจ โดยคำนึงถึงสุขภาพทางกายและจิตใจมากยิ่งขึ้น (Tourism Authority of Thailand, 2023) โดยเฉพาะการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนาเป็นรูปแบบหนึ่งของการฟื้นฟูดูแลรักษาสุขภาพทางจิตใจเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยในการดูแลสุขภาพจิตใจด้วยการรู้ตัวกับภาวะปัจจุบัน ทำให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ปัญหาต่าง ๆ ทางด้านจิตใจที่เกิดขึ้นในชีวิตได้ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเดินทางเพื่อฝึกสมาธิตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิแนวพุทธศาสนา มีความนิยมและแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Bangkokbiznews, 2023; Nilsonthi, 2016)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวในด้านการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนาเถรวาทที่มีชื่อเสียง รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการฝึกสมาธิที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือผสมผสานกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ป่าไม้ และศิลปวัฒนธรรมอันเป็นพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาฝึกสมาธิเพื่อการฟื้นฟูสุขภาพจิตใจควบคู่กับการพักผ่อนหย่อนใจ การสร้างประสบการณ์ใหม่ และการรับรู้ในเรื่องการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนาที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ (Chanajunta et al. 2023; Kittiponpaiboon, 2022; Manageronline, 2023) แหล่งท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาและแหล่งฝึกสมาธิเพื่อบำบัดฟื้นฟูสุขภาพจิตใจที่สำคัญในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาฝึกสมาธิ ได้แก่ วัดร้าง วัดอู่มังคส์สวนพุทธธรรม วัดสวนดอก และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Choe, 2019; Poonsukcharoen, 2018)

นอกจากนี้ แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2566 – 2570 มีเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชื่อมโยงกับกับแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาและการฟื้นฟูสุขภาพจิตใจจากการฝึกสมาธิที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตควบคู่กับการพักผ่อนหย่อนใจ และการบำบัดฟื้นฟูสุขภาพจิตใจโดยการฝึกสมาธิจัดเป็นกลุ่มกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งปัจจัยในด้านการพัฒนาและการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 10 ปี พ.ศ. 2559 – 2568 ส่งผลให้ธุรกิจการบริการสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Governor's Office of Chiang Mai , 2023)

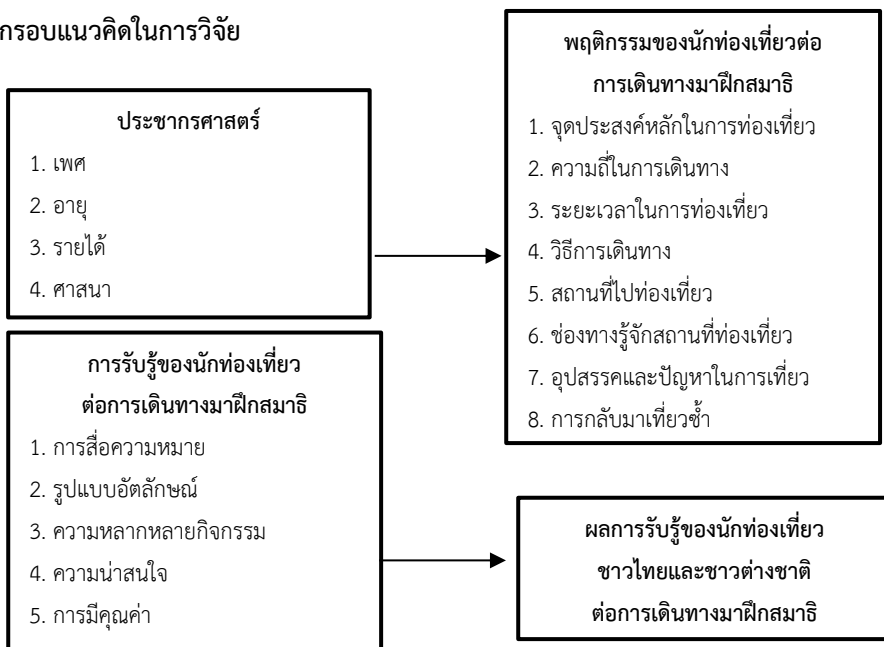
จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพบริบทของสังคมในปัจจุบัน นโยบาย มาตรการ และการส่งเสริมการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวมทั้งจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนาในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยทางด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่โดยทั่วไปเป็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาหรือการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ส่วนข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการฝึกสมาธิยังมีน้อย โดยเฉพาะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการฝึกสมาธิตามแนวทางพุทธศาสนา อันสอดคล้องต่อสภาพบริบทของจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน (Suravichai & Namwong, 2020; Teanthaworn, 2023) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำเอาข้อมูลจากงานศึกษามาออกแบบแผนภาพจำลองความสัมพันธ์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย

แผนงาน รวมทั้งการวางแผนการพัฒนาในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ให้มีความสอดคล้องกับบริบทของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสังคมปัจจุบัน

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวมาฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และศาสนา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ ได้แก่ จุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง สถานที่ไปท่องเที่ยว ช่องทางรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว อุปสรรคและปัญหาในการเที่ยว และการกลับมาเที่ยวซ้ำ ส่วนตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ ได้แก่ การสื่อความหมาย รูปแบบอัตลักษณ์ ความหลากหลายกิจกรรม ความน่าสนใจ และการมีคุณค่า

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษา 12 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2567

## ทบทวนวรรณกรรม

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

Hayes (2022) ได้อธิบายถึงรายละเอียดของประชากรศาสตร์ หรือ Demographics ที่ส่วนใหญ่นิยมใช้ในการวิจัยว่า เป็นข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชากร และลักษณะของประชากร ซึ่งการวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์เป็นวิธีการศึกษาปัจจัยพื้นฐานทางด้านประชากร เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ และรายได้ โดยส่วนใหญ่ประชากรศาสตร์และการวิเคราะห์ลักษณะของประชากรถูกนำมาใช้ในการอธิบายจำแนกลักษณะทางสังคม หรือประชากรตามบริบทที่เกี่ยวข้อง เพื่อคาดการณ์กลุ่มประชากร

ทางสังคมในอนาคตได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ประชากรศาสตร์สามารถนำไปใช้วิเคราะห์เพื่อการจำแนกกลุ่มเป้าหมาย โดยสอดคล้องกับ Longley (2020) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ว่าการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ที่เป็นลักษณะของประชากรและกลุ่มย่อยของประชากร เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ และสัญชาติ เป็นต้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการช่วยกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ทั้งนี้ สัญชาติ (Nationality) เป็นปัจจัยหนึ่งในทางประชากรศาสตร์ ซึ่งทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายบนฐานข้อมูลในระดับที่ต่างกัน โดยเก็บรวบรวมไว้ด้วยกันแล้วนำไปใช้ในการวิเคราะห์และจำแนกกลุ่มทางประชากรศาสตร์เพื่อทราบข้อมูลที่แท้จริงของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นลักษณะการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความต้องการ โดยการแสดงออกมาจากการกระทำในระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แสดงออกมาอย่างชัดเจนจะช่วยให้ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถทำการวิเคราะห์เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ในประการแรก คือ การสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแล้วทำการสร้างนโยบายที่ยืดหยุ่นให้กับนักท่องเที่ยวจนเกิดความมั่นใจในการตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว (Kuvinitkun, 2022) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ 1. ความถี่ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว 2. วัตถุประสงค์หลักในการเลือกมาท่องเที่ยว 3. จุดประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 4. วิธีการเลือกเดินทางท่องเที่ยว 5. ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 6. ช่องทางในการใช้บริการท่องเที่ยว 7. นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างไร 8. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับชอบเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวประเภทใดมากที่สุด 9. นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากช่องทางใด 10. ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง

มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ 11. นักท่องเที่ยวที่จะกลับมาจากเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้งหรือไม่ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (Veerasopol, 2022)

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้ทางการท่องเที่ยว คือ พื้นฐานการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการรับรู้ที่นักท่องเที่ยวได้รับปัจจัยที่มีอิทธิพลจากสิ่งต่าง ๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง แหล่งท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกับปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงจุดหมายปลายทางแหล่งท่องเที่ยว (Rajesh, 2013) การรับรู้ทางการท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการของการตีความหมายตามความเข้าใจ และความรู้สึกนึกคิดของตนเองจากการได้รับความหมาย ซึ่งความหมายที่ดีความได้จะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความเข้าใจ ความรู้สึก และทัศนคติของแต่ละบุคคล เช่น คุณสมบัติของผู้รับรู้ ความสนใจและประสบการณ์ รวมทั้งสิ่งที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลอื่น ได้แก่ สังคม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ โดยเฉพาะอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวมีการรับรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น วัฒนธรรมพุทธศาสนา และความน่าสนใจของการท่องเที่ยว ซึ่งการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่

1. การสื่อความหมาย
2. รูปแบบอัตลักษณ์การท่องเที่ยว
3. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว
4. ความน่าสนใจ
- และ 5. การมีคุณค่า (Chen, 2017)

### 4. แนวคิดเกี่ยวกับสมาธิแนวพุทธศาสนา

Phrakruviladkanjanadham (2022) ได้อธิบายถึง การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา ว่าการทำสมาธิภาวนา คือ การมีสติที่รู้กับลมหายใจอยู่ ณ ขณะนั้น สิ่งสำคัญ คือ ไม่ให้สติเคลื่อนออกจากลมหายใจเข้า ทั้งนี้ การนั่งทำสมาธิภาวนาจุดสำคัญ คือ ความสงบของใจ และการภาวนาเพียงอย่างเดียว การปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนาที่แท้จริง คือ การฝึก

สมาธิทำให้จิตใจไม่ฟุ้งซ่าน เพื่อความสุขในปัจจุบัน และการฝึกสมาธิทำให้หมดสิ้นกิเลส เพื่อความสุขในอนาคต หากสามารถปฏิบัติสมาธิให้มีความต่อเนื่องและทรงความดีได้ทำให้ในอนาคตไปเกิดในสถานที่ดี เช่นไปเกิดเป็นเทวดา พรหม หรือพระนิพพาน ซึ่งสิ้นสุดการดับทุกข์ไม่ต้องกลับมาเกิดอีก ทั้งนี้ Somdet Phra Buddhaghosacariya (Prayudh Payutto) (2019) ได้อธิบายว่า สมาธิ คือ ความมีจิตตั้งมั่น หรือจิตมีอารมณ์หนึ่งเดียว ซึ่งหมายความว่า เมื่อจะคิดกำหนดอยู่กับเรื่องใดให้อยู่กับเรื่องนั้น ๆ ไม่ฟุ้งซ่านหลุดลอยไปเรื่องอื่น ถ้าใจอยู่กับสิ่งที่ต้องการได้ เรียกว่าเป็นสมาธิ จิตที่เป็นสมาธิมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในทางพุทธศาสนาได้กล่าวถึงคุณลักษณะของจิตที่เป็นสมาธิ มีข้อสำคัญ 3 ประการ 1. จิตที่มีสมาธิเป็นจิตที่มีกำลังเรียกว่ามีพลังมาก 2. จิตที่มีสมาธิจะผ่องใส เหมือนน้ำที่ใส เพราะความนิ่งสงบทำให้มองเห็นอะไรได้ชัดเจน ซึ่งจะแก้กฏต่อปัญญา 3. จิตมีความสงบ ไม่มีสิ่งใดรบกวน ไม่มีความวุ่นวาย จิตไม่มีการกระสับกระส่าย ไม่กระวนกระวาย มีความสงบเมื่อมีความสงบจึงมีความสุข เพราะฉะนั้น คนที่จิตเป็นสมาธิจึงมีความสุข

### 5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ หรือ Spiritual tourism เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อแสวงหาการฟื้นฟูสุขภาพทางจิตวิญญาณ สร้างความผ่อนคลายทางจิตใจ และช่วยให้สร้างความเข้าใจทางจิตใจหรือจิตวิญญาณ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับศาสนาในแต่ละท้องถิ่น (Sarakong et al. 2024) การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีความเชื่อมโยงกับการฝึกสมาธิ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังอาศัยปัจจัยในด้านอื่น ๆ ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ทำให้ความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณและการฝึกสมาธิสูงขึ้น ได้แก่ บุคลากรทางด้านสมาธิจิตวิญญาณ ศูนย์ปฏิบัติธรรมเพื่อการฟื้นฟูจิตวิญญาณ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในการรับรองนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณและการฝึกสมาธิในจังหวัดเชียงใหม่อาศัยปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่ หลักสูตรการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนาเถรวาท ธรรมชาติป่าไม้ บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางสมาธิ วัดหรือ

ศูนย์ผิภกสมาธิ รวมทั้งสถานที่ฟื้นฟูจิตวิญญาณที่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกสบาย แก่นักท่องเที่ยว (Kaya et al. 2024; Lacob et al. 2023; Norman & Pokorny, 2017)

## ระเบียบวิธีวิจัย

### ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาผิภกสมาธิแนวพุทธศาสนา ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของคอคแรน (Cochran, 1977) สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05

$$\begin{aligned} \text{โดยใช้สูตร} \quad N &= \frac{P(1-P)Z^2}{e^2} \\ &= 138.29 \\ &= 139 \text{ ท่าน} \end{aligned}$$

ดังนั้น จากการคำนวณผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมด 140 คน แบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย 70 คน และนักกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 70 คน

### เครื่องมือและสถิติที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ลักษณะคำถามเป็นแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice) ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ และศาสนา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ ลักษณะคำถามเป็นแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice) ประกอบด้วย 1) จุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยว 2) ความถี่ในการเดินทาง 3) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 4) วิธีการเดินทาง 5) สถานที่ไปท่องเที่ยว 6) ช่องทางรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว 7) อุปสรรคและปัญหาในการเที่ยว และ 8) การกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ ลักษณะคำถามเป็นแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice) ประกอบด้วย 1) การสื่อความหมาย 2) รูปแบบอัตลักษณ์วัฒนธรรม 3) ความหลากหลายกิจกรรม 4) ความน่าสนใจ และ 5) การมีคุณค่า

ตอนที่ 4 แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณโดยการนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความสนใจเรื่องสมาธิแนวพุทธศาสนา จากสถิติในปี พ.ศ. 2565 พื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสมาธิมากที่สุด คือ อำเภอเมือง (Chiangmai provincial office of Buddhism, 2022; Department of Religious Affairs, 2022) ดังนั้น ผู้วิจัยกำหนดการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวตามกลุ่มตัวอย่างในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่โดยกำหนดโควตาการคัดเลือกพื้นที่ในการเก็บข้อมูลตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดท่าเป้ง วัดสวนดอก วัดอุโมงค์สวนพุทธธรรม อุโมงค์มหาเถรจันทร์ วัดยางกวาง วัดเจดีย์หลวง หรือที่เกี่ยวข้อง การรวบรวมเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน หลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และศาสนา นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำ อธิบาย

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

ตอนที่ 4 การหาความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิ โดยผู้วิจัยทำการหาความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำ อธิบาย

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้เดินทางมาฝึกสมาธิในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.86 มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.14 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.00 นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 54.29 นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเดินทางมาฝึกสมาธิเป็นครั้งแรกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ

57.14 โดยมีวัตถุประสงค์หลักมาฝึกสมาธิเพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ คิดเป็นร้อยละ 25.00 ใช้ระยะเวลา 3 - 5 วัน ในการฝึกสมาธิต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.86 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถรับจ้าง เช่น สล๊อตแดง รถแท็กซี่ สามล้อ รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง ร้อยละ 40.00 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าถึงข้อมูลการฝึกสมาธิในแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อประเภท อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.14 โดยระหว่างการฝึกสมาธินักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความประทับใจกับความเงียบสงบที่ได้จากการฝึกสมาธิมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.86 นักท่องเที่ยวประสบกับปัญหาอื่น ๆ ระหว่างการฝึกสมาธิมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 เช่น ข้อมูลข่าวสารในแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลการฝึกสมาธิ ข้อมูลสำหรับผู้มาใหม่ควรปฏิบัติ รวมทั้งข้อมูลค่าจ้างเตียงแก่นักท่องเที่ยว และส่วนใหญ่มีความประสงค์กลับมาอีกแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 63.57 ตามลำดับแสดงดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** แสดงร้อยละข้อมูลเกี่ยวพฤติกรรมการเดินทางเพื่อฝึกสมาธิของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินมาฝึกสมาธิในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิ พื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

| ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางเพื่อฝึกสมาธิ |                                     | ร้อยละ |
|------------------------------------------------|-------------------------------------|--------|
| 1. ความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว         | เดินทางมาฝึกสมาธิเป็นครั้งแรก       | 57.14  |
| 2. จุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยว               | เพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่        | 25.00  |
| 3. ระยะเวลาในการฝึกสมาธิ                       | 3 - 5 วัน                           | 32.86  |
| 4. วิธีการเดินทาง                              | เดินทางโดยรถรับจ้าง                 | 40.00  |
| 5. ช่องทางรู้จักสถานที่ฝึกสมาธิ                | สื่อประเภทอินเทอร์เน็ต เช่นเว็บไซต์ | 32.14  |

| ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางเพื่อฝึกสมาธิ  |                                  | ร้อยละ |
|-------------------------------------------------|----------------------------------|--------|
| 6. อุปสรรคและปัญหาในระหว่างการเดินทางมาฝึกสมาธิ | อื่น ๆ เช่น ข้อมูลในการฝึกสมาธิ  | 35.00  |
| 7. ความประทับใจระหว่างการเดินทางมาฝึกสมาธิ      | ความเจียบสงบที่ได้จากการฝึกสมาธิ | 32.86  |
| 8. การกลับมาฝึกปฏิบัติซ้ำ                       | กลับมาอีกแน่นอน                  | 63.57  |

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้เดินทางมาฝึกสมาธิในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่มีการรับรู้ความหมายของการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา คือ ความสงบ เรียบง่าย คิดเป็นร้อยละ 81.43 รูปแบบอัตลักษณ์ที่โดดเด่น คือ มีความโดดเด่นด้านพุทธศาสนา คิดเป็นร้อยละ 32.14 ซึ่งกิจกรรมการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 57.86 ความน่าสนใจของการท่องเที่ยวที่มีการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา คือ หลักสูตรการฝึกสมาธิที่ดี คิดเป็นร้อยละ 65.43 และนักท่องเที่ยวรับรู้คุณค่าของการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนาว่า สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริง คิดเป็นร้อยละ 49.29 ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาฝึกสมาธิในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิ พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

| ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยว |                          | ร้อยละ |
|------------------------------------------|--------------------------|--------|
| 1. การรับรู้ความหมายของสมาธิ             | ความสงบ เรียบง่าย        | 81.43  |
| 2. รูปแบบอัตลักษณ์ที่โดดเด่น             | ความโดดเด่นด้านพุทธศาสนา | 32.14  |

| ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยว |                                                                 | ร้อยละ |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------|
| 3. ความหลากหลายของกิจกรรมการฝึกสมาธิ     | กิจกรรมมีความหลากหลายในด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ | 57.86  |
| 4. ความน่าสนใจของการฝึกสมาธิ             | หลักสูตรการฝึกสมาธิที่ดี                                        | 65.43  |
| 5. การมีคุณค่าของการฝึกสมาธิ             | การฝึกสมาธิสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริง                     | 49.29  |

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่การเดินทางมาฝึกสมาธิในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แสดงดังตาราง 3

**ตารางที่ 3** แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่การเดินทางมาฝึกสมาธิในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว               | ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว |        |         |         |         |
|----------------------------------------|-------------------------------------|--------|---------|---------|---------|
|                                        |                                     | เพศ    | อายุ    | รายได้  | ศาสนา   |
| 1. ความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว | $\chi^2$                            | 2.404  | 35.575  | 24.791  | 24.815  |
|                                        | Sig.                                | 0.662  | <0.001* | <0.001* | <0.001* |
| 2. จุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยว       | $\chi^2$                            | 15.942 | 35.386  | 22.423  | 9.958   |
|                                        | Sig.                                | 0.194  | 0.063   | 0.214   | 0.126   |
| 3. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว             | $\chi^2$                            | 16.128 | 7.694   | 16.609  | 6.042   |
|                                        | Sig.                                | 0.013* | 0.809   | 0.055   | 0.110   |
| 4. วิธีการเดินทาง                      | $\chi^2$                            | 5.992  | 35.220  | 26.423  | 32.369  |

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว               | ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว |         |         |         |         |
|----------------------------------------|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
|                                        |                                     | เพศ     | อายุ    | รายได้  | ศาสนา   |
|                                        | Sig.                                | 0.424   | <0.001* | 0.002*  | <0.001* |
| 5. ช่องทางรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว      | $\chi^2$                            | 6.185   | 15.912  | 20.179  | 14.215  |
|                                        | Sig.                                | 0.799   | 0.722   | 0.165   | 0.014*  |
| 6. อุปสรรคและปัญหาในระหว่างการฝึกสมาธิ | $\chi^2$                            | 15.106  | 37.509  | 35.104  | 16.224  |
|                                        | Sig.                                | 0.517   | 0.231   | 0.067   | 0.039*  |
| 7. ความประทับใจระหว่างการฝึกสมาธิ      | $\chi^2$                            | 24.479  | 31.757  | 22.550  | 15.169  |
|                                        | Sig.                                | 0.080   | 0.479   | 0.546   | 0.056   |
| 8. การกลับมาเที่ยวซ้ำ                  | $\chi^2$                            | 7.503   | 16.75   | 11.336  | 0.54    |
|                                        | Sig.                                | 0.112   | 0.037*  | 0.079   | 0.973   |
| ผลความสัมพันธ์ในภาพรวม                 |                                     | แตกต่าง | แตกต่าง | แตกต่าง | แตกต่าง |

$P \leq 0.05$

จากตาราง พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิในภาพรวมส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

เพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฝึกสมาธิ มีความสัมพันธ์กันจำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

อายุกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฝึกสมาธิมีความสัมพันธ์กันจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความถี่ในการเดินทาง ด้านวิธีการเดินทาง และด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ

รายได้กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฝึกสมาธิมีความสัมพันธ์กันจำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความถี่ในการเดินทาง และด้านวิธีการเดินทาง

ศาสนากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฝึกสมาธิมีความสัมพันธ์กันจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความถี่ในการเดินทาง ด้านวิธีการเดินทาง ด้านช่องทางรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว และด้านอุปสรรคและปัญหาที่พบในระหว่างการฝึกสมาธิ ทั้งนี้ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิกับลักษณะประชากรศาสตร์ในด้านศาสนามีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ซึ่งเป็นข้อมูลที่บ่งชี้ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันมีความเชื่อมโยงเข้ากับพุทธศาสนา ดังนั้น ในการกำหนดนโยบายแผนการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวด้านสมาธิ และกลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีการฝึกสมาธิในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ควรพิจารณาถึงการนำเอาพุทธศาสนามาเป็นตัวดึงดูดการเดินทางของนักท่องเที่ยวพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

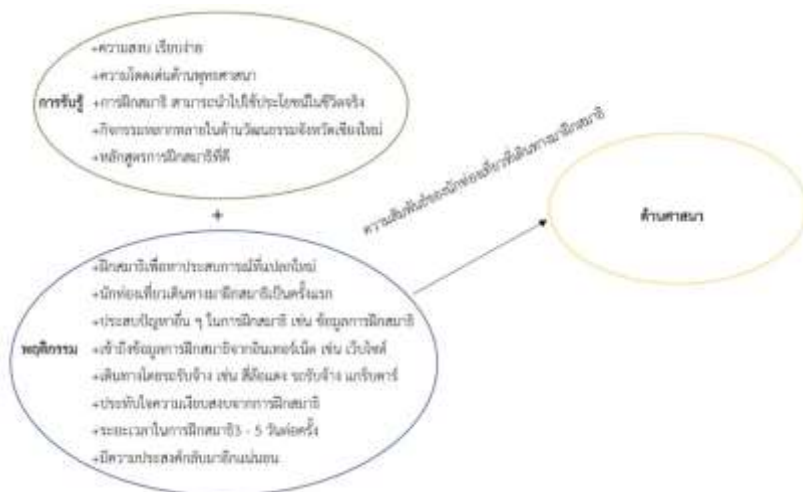
## สรุปผล

นักท่องเที่ยวผู้เดินทางมาฝึกสมาธิส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี นับถือศาสนาพุทธ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเดินทางมาฝึกสมาธิเป็นครั้งแรก โดยมีวัตถุประสงค์หลักมาฝึกสมาธิเพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ใช้ระยะเวลา 3 - 5 วัน ในการฝึกสมาธิต่อครั้ง นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลการฝึกสมาธิจากสื่อประเภท อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ มากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถรับจ้าง เช่น สล๊อตแดง สามล้อ รถจักรยานยนต์รับจ้าง โดยระหว่างการฝึกสมาธินักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความประทับใจกับความเงียบสงบที่ได้จากการฝึกสมาธิและประสบกับปัญหาอื่น ๆ เช่น ข้อมูลข่าวสารในแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลการฝึกสมาธิ ข้อมูลสำหรับผู้มาใหม่ควรปฏิบัติ รวมทั้งข้อมูลค่าจ้างเตือนแก่นักท่องเที่ยว มากที่สุด นักท่องเที่ยวมีความประสงค์กลับมาอีกแน่นอน อีกทั้ง นักท่องเที่ยวรับรู้ความหมายของการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา แนวพุทธศาสนาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ คือ ความสงบ เรียบง่าย รูปแบบอัตลักษณ์ที่โดดเด่นคือ มีความโดดเด่นด้านพุทธศาสนา ซึ่งกิจกรรมการฝึกสมาธิ

ความน่าสนใจของการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา คือ หลักสูตรการฝึกสมาธิที่ดี และนักท่องเที่ยวรับรู้คุณค่าของการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนาว่า สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริง นอกจากนี้ ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิในภาพรวมแตกต่างกัน ส่วนในรายด้าน ศาสนากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฝึกสมาธิมีความสัมพันธ์กันมากที่สุด จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความถี่ในการเดินทาง ด้านวิธีการเดินทาง ด้านช่องทางรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว และด้านอุปสรรคและปัญหาที่พบในระหว่างการเดินทางฝึกสมาธิ

### องค์ความรู้ใหม่และการนำไปใช้ประโยชน์

จากการศึกษาทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่คือ ข้อมูลในด้านพฤติกรรม การรับรู้ และแผนภาพกระบวนการความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลองค์ความรู้ใหม่ไปประกอบการพิจารณา รวมทั้งนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนนโยบาย แผนการบริหารการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวด้านสมาธิ และกลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีการฝึกสมาธิ รวมทั้งการดำเนินการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีการฝึกสมาธิในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฝึกสมาธิในยุคปัจจุบัน แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนภาพจำลองความสัมพันธ์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฝึกสมาธิ

จากภาพที่ 2 แผนภาพจำลองความสัมพันธ์ข้างต้นเป็นการประมวลผลศึกษา สภาวะการณ์ของพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฝึกสมาธิ ในยุคปัจจุบัน ซึ่งมีความสอดคล้องต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่สุด ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารการจัดการ สถานที่ท่องเที่ยวด้านสมาธิสามารถนำเอาข้อมูลในแผนภาพทั้งหมดมาบูรณาการเชื่อมโยง เข้ากับพุทธศาสนาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประยุกต์ใช้เป็นแผนนโยบาย แผนการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวด้านสมาธิ และกลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีการฝึกสมาธิ ได้แก่ แผนการตลาดตลาดนักท่องเที่ยวเชิงการฝึกสมาธิ แผนกลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ นโยบายการส่งเสริมอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งนโยบายแก้ไขอุปสรรคปัญหาที่พบ ในระหว่างการฝึกสมาธิ และอื่น ๆ

## อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเดินทางมาฝึกสมาธิเป็นครั้งแรก เพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ใช้ระยะเวลา 3 - 5 วัน ในการฝึกสมาธิต่อครั้ง โดยนักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลการฝึกสมาธิจากสื่อประเภท อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ มากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถรับจ้าง เช่น สล๊อตแดง สามล้อ รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง ในระหว่างการฝึกสมาธินักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความประทับใจกับความเงียบสงบที่ได้จากการฝึกสมาธิ มีความประสงค์กลับมาฝึกสมาธิอีก และนักท่องเที่ยวประสบกับปัญหาอื่น ๆ มากที่สุดในระหว่างการฝึกสมาธิ สอดคล้องกับการศึกษาของ Chutagoon (2020) ที่พบว่า การฝึกสมาธิของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่วัดไร่เปิง อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีอุปสรรคปัญหาต่าง ๆ เกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติสมาธิ ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวมีความประทับใจกับการฝึกสมาธิและนักท่องเที่ยวมีความประสงค์กลับมาฝึกสมาธิอีก อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Yanunboonsiri (2021) ที่พบว่า การฝึกสมาธิตามแนวทางพระพุทธศาสนา มีระยะเวลาในการฝึกอย่างน้อย 3 - 5 วัน รวมวันเสาร์ หรืออาทิตย์ เป็นการฝึกสมาธิตามเกณฑ์การปฏิบัติขั้นต่ำของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการสำนักปฏิบัติธรรมประจำจังหวัดที่กำหนดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สนใจสมาธิ ทั้งนี้ มีความสอดคล้องกับ Kaya et al. (2024) และ Sumkham (2022) ที่กล่าวว่า การฝึกสมาธิสามารถช่วยส่งเสริมให้เกิดการจดจำประสบการณ์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ดีขึ้นและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจไปจังหวัดน่านส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สื่อประเภท อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ มีผลต่อการจูงใจให้เดินทางมาฝึกสมาธิ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความนิยมเดินทางโดยรถรับจ้าง มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการฝึกสมาธิมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเดินทางแบบค้างคืนและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวแบบสร้างเสริมประสบการณ์แปลกใหม่ที่นักท่องเที่ยวหาโอกาสปฏิบัติได้ยาก นักท่องเที่ยวควรศึกษาข้อมูลเรื่องสมาธิก่อนการเดินทาง การเข้าถึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเช่น เว็บไซต์

เป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็วต่อการศึกษาข้อมูลเรื่องสมาธิ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทาง ซึ่งการเดินทางโดยรถรับจ้างมีความสะดวก รวดเร็ว และเอื้ออำนวยต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ การฝึกสมาธิเป็นการฟื้นฟูสุขภาพทางจิตใจโดยตรงนักท่องเที่ยวได้รับความสุขที่แท้จริงส่งผลให้เกิดความประทับใจและประสงค์กลับมาฝึกสมาธิอีกครั้ง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ความหมายต่อการเดินทางมาฝึกสมาธิในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสมาธิพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่สื่อถึงความสงบ เรียบง่าย หลักสูตรการฝึกสมาธิที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริง ซึ่งสอดคล้องกับ Somdej Phra Buddhakosajarn (P.A. Payutto) (2023) ที่กล่าวว่า สมาธิเป็นวิธีปฏิบัติที่ทำให้จิตใจสงบ เกิดความความสุข เป็นเหตุผลให้คนหันมาสนใจพุทธศาสนาและการฝึกสมาธิ ซึ่งส่งผลให้การปฏิบัติสมาธิตามแนวพุทธศาสนามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะชาวต่างชาติมีความสนใจเรื่องสมาธิ เพราะมีจุดมุ่งหมาย คือต้องการประโยชน์ในแง่ความสงบ ความสุข เพื่อแก้ปัญหาด้านจิตใจ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริง อีกทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของ Hacer (2022) ที่พบว่า การฝึกสมาธิสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตจริง โดยมีบทบาทในการช่วยเยียวยาฟื้นฟูสุขภาพจิตใจในระหว่างที่ประสบกับปัญหาสุขภาพทางจิตใจให้มีความสุข สอดคล้องกับ Teanthaworn (2023) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ความโดดเด่นด้านพุทธศาสนาว่ามีการผสมผสานกิจกรรมอันมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมทางพุทธศาสนาในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่เป็นองค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาที่มีความโดดเด่น ความหลากหลาย และสามารถตอบสนองต่อความต้องการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อาจเป็นเพราะการดำเนินกิจกรรมการฝึกสมาธิและสถานที่ฝึกสมาธิส่วนใหญ่เป็นรูปแบบวัดทางพุทธศาสนาที่เน้นการเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องสมาธิได้ง่าย เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีนโยบายส่งเสริมความโดดเด่น

ทางด้านวัฒนธรรมและพุทธศาสนา เป็นปัจจัยหลักทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงการฝึกสมาธิที่แฝงด้วยพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฝึกสมาธิศาสนามากที่สุด ได้แก่ ด้านความถี่ในการเดินทาง ด้านวิธีการเดินทาง ด้านช่องทางรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว และด้านอุปสรรคปัญหาที่พบในระหว่างการฝึกสมาธิ สอดคล้องกับการศึกษาของ Suwannaphong (2021) ที่พบว่าข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความถี่ในการเดินทาง วิธีการเดินทาง และการเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางพุทธศาสนา ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และยังสอดคล้องกับ Chen and Scott (2024) ที่กล่าวว่า การฝึกสติสัมพันธ์ตามแนวทางพุทธศาสนามีผลทำให้ได้รับรู้ถึงความสงบสุข ซึ่งมีประโยชน์ในการรักษาปัญหาทางสภาพจิตใจและมีส่วนสัมพันธ์กับการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยได้รับรู้ถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีจากการเดินทางไปฝึกสมาธิ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมีความสนใจในเรื่องการฝึกสมาธิ และมีความประสงค์ท่องเที่ยวเพื่อการฝึกสมาธิเป็นหลัก ซึ่งการฝึกสมาธิมีความเชื่อมโยงกับพุทธศาสนาโดยตรงส่งผลสะท้อนให้ปัจจัยทางด้านศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรนำเอาผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบาย แผนการบริหาร การจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีการฝึกสมาธิ หน่วยงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสมาธิในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องตามบริบทการท่องเที่ยวในปัจจุบันอย่างแท้จริง

2. ควรทำการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพของมิติการท่องเที่ยวที่มีการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในประเด็นของผู้บริหารจัดการ

หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา ซึ่งช่วยให้เกิดมุมมองที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

3. ควรทำการศึกษาต่อยอดการวิจัยเรื่องสมาธิในระดับจังหวัดเชียงใหม่ หรือทำการศึกษาบริบทพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่กว้างขวางและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

### กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีโดยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ เพื่อให้การวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- Bangkokbiznews. (2023). Meditation: *The Power of Change for Physical and Mental Health*. <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1088414> (in Thai)
- Chanajunta, V. Faengkot, P. & Thiposot, S. (2023). Meditation Using to Improve the Mental Level for Tourist in Case Study Monk Chat Program of Samakkhivithayathan School, Mueang District, Chiang Mai Province. *Journal of Chaiphaphum Review*, 6(3), 1-11. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcr/article/view/263206> (in Thai)
- Chen, L. I. L., & Scott, N. (2024). Mindfulness and Tourism. *Tourism Social Science Series*, 27, 227–236. Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1571-504320240000027018>

- Chen, Z. (2017). *The Expectations and Perceptions of Chinese Tourists in Mueang Chiangmai District, Chiangmai Province* (Master's thesis). Chiang Mai Rajabhat University, Thailand.
- Chiangmai provincial office of Buddhism. (2022). *Meditation Center in Chiang Mai Province*. <https://cmi.onab.go.th/th/content/category/detail/id/20/iid/2495>
- Choe, J. (2019). *Spiritual Tourism and Meditation in Chiang Mai, Thailand: A Washing Machine for the Mind*.
- Chutagoon, A. Larping, U. & Khuenphet, T. (2020). Guidelines for Promotion of Dhamma Practice of Foreigners in Wat Ram Poeng (Tapotaram) Suthep Sub-District, Muang District, Chiang Mai Province. *Journal of Buddhist Studies*, 11(2), 514-525. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JBS/article/view/243466> (in Thai)
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3<sup>rd</sup> Edition). John Wiley & Sons, New York.
- Department of Mental Health. (2018). *National Mental Health Development Plan B.E.2561-2580*. Bangkok: Ministry of Public Health, Thailand.
- Department of Religious Affairs. (2022). *Network of religious sites in Chiang Mai Province*. <https://catalog.dra.go.th/he/group/religious> (in Thai)
- Governor's Office of Chiang Mai. (2023). *Development Plan of Chiang Mai Province B.E.2566 - 2570*. <https://www.chiangmai.go.th/managing/public/D2/2D24Aug2022155450.pdf> (in Thai)

- Hacer, B. (2022). Fear of COVID-19 and Mental Health: The Role of Mindfulness in During Times of Crisis. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 20(1), 607–618. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00470-2>
- Hayes, A. (2022). *Demographics: How to Collect Analyze and Use Demographic Data*. <https://www.investopedia.com/terms/d/demographics.asp>
- Kaya, S. C., Sezerel, H. & Filimonau, V. (2024). How mindfulness training changes tourist experience: An exploratory study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 59(4), 166-179. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.04.007>
- Kittiponpaiboon, K. (2022). *The Creation of Tourism Experience with The Concept of Sense of Place for Pilgrimage Tourists* (Doctoral Thesis). Naresuan University.
- Kuvinitkun, J. (2022). *When the behavior of tourist changes, how should we adapt*. <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/999029>
- Lacob, V., de Jesus, S. N., & Carmo, C. (2024). An overview of mindfulness theories applied to tourism: systematic review update and bibliometric analysis. *Quality and Quantity*, 58(3), 2213–2235. <https://doi.org/10.1007/s11135-023-01736-2>
- Longley, R. (2020). *What is Demographic: Definition Usage and Examples in Advertising*. <https://www.thoughtco.com/what-are-demographics-and-how-arethey-used-38513>

- Managersonline. (2023). *Chiang Mai Is the Third Rank as the City with a Warm Climate and Economy*. <https://mgronline.com/travel/detail/9660000096095>
- Nilsonthi, C. (2016). *Wellness Tourism on Spiritual Retreat: Motivation that Influencing Tourist Satisfaction and Intention to Revisit Case Study Chiang Mai Province* ( Master's thesis) . National Institute of Development Administration, Thailand.
- Norman, A. & Pokorny, J. J. (2017). Meditation retreats: Spiritual tourism well-being interventions. *Journal of Tourism Management Perspectives*, 24(4), 201-207. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.012>
- Phrakruviladkanjanadham. ( 2022) . *Practicing Meditation and The Correct Practicing*. <https://www.facebook.com/watthakhanun/photos/a.229872150396807/5488117474572222/9872150396807/5488117474572222/>
- Poonsukcharoen, N. (2018). *Spiritual health promotion of tourism in Lanna through meditation practicing*. Ayutthaya: Mcu press,Thailand.
- Rajesh, R. (2013). Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. *Journal of Pasos*, 11(3), 67–78.<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.039>
- Saenkam, B. (2021). The Behavior of Thai Tourists After COVID 19 Situations. *Journal of Liberal Arts and Service Industry*, 4( 1 ) , 160 - 167 <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JLASI/article/view/246378> (in Thai)

- Sarakong, S., Laptaned, U. & Tiyapongphaphan, W. (2023). Spiritual Tourism. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 20(1), 102-107. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/sduhs/article/view/277335>
- Somdet Phra Buddhaghosacariya (Prayudh Payutto). (2019). *Buddhism Meditation* (31<sup>st</sup> Edition). Nakhon Pathom: Yanavetsakawan, Thailand.
- Somdet Phra Buddhaghosacariya (Prayudh Payutto). (2023). *Buddhist Meditation* (32<sup>nd</sup> Edition). Yanaves Press, Nakhon Pathom.
- Sumkham, P. (2022). *Marketing Mix Factors Affecting the Decision-Making Behavior of Tourists in Secondary Cities Tourism Nan Province* (Master's thesis), Bangkok University, Thailand.
- Suravichai, S., & Namwong, S. (2020). Destination Development for Spiritual Tourism and Tourist Behavior in Chiang Mai Province. *Journal of Dusit Thani College*, 14(1), 145-164. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/issue/view/16531> (in Thai)
- Suwannaphong, k. (2021). The Behavior of Thai Tourists Engaged in Buddhist Religious Tourism in Phuket Province. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 7(3), 113-128. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu/article/view/258088> (in Thai)

- Teanthaworn, Y. (2023). Foreign Tourists Behaviors for Religious Tourism Development Guidelines at City Municipal of Chaing Mai, Chiang Mai Province. *Journal of Dhammathas Academic*, 23(2), 17-35. <https://lib.rmutp.ac.th/bibitem?bibid=b00109321> (in Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (2023). *The Survey Project on Tourism Behavior of Thai Tourists in 2023 years*. <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/12311>
- Veerasopol, V. (2022). *A Study of the Behavior of Tourists Visiting Chiang Mai Province*. In The Academic Meeting of The Graduate School Suan Sunandha Rajabhat University Year 2022, Thailand, 318-325, (in Thai)
- Yanunboonsiri, M. (2021). *Administration Strategies for the Provincial Monastery Meditation Practice Centers* (Master's thesis), Dhurakij Pundit University, Thailand.