

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว วัด ในจังหวัดน่าน



นายธนิต บุตรทิพย์สกุล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

TOURIST'S BEHAVIORS ON RELIGION TOURISM AT BUDDHIST TEMPLES IN NAN
PROVINCE

Mr. Thanit Butthipsakul



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2015

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว วัด ในจังหวัดน่าน
โดย	นายธนิต บุตรทิพย์สกุล
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร. โสมฤทัย สุนธยาธร

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชนินทร์ชัย อินทிரากรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)
.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร. โสมฤทัย สุนธยาธร)
.....กรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ)
.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. กำโชค เผือกสุวรรณ)

ธนิต บุตรทิพย์สกุล : พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว วัด ในจังหวัดน่าน (TOURIST'S BEHAVIORS ON RELIGION TOURISM AT BUDDHIST TEMPLES IN NAN PROVINCE) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อ. ดร. โสมฤทัย สุนธยาธรรุ, 4 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในวัด จังหวัดน่าน โดยศึกษาข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว ร่วมกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา 5 ด้าน คือ ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา ด้านการหาซื้อเครื่องราง ของขลัง ด้านการทำบุญ สะเดาะเคราะห์ และด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด และใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั่วไป ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเจาะจงในการตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 400 คน แบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.93 และมีความเที่ยงแสดงด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.83 ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และใช้ไคสแควร์ (Chi - Square) เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงร้อยละ 58.1 เพศชายร้อยละ 41.9 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-40 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวไม่แน่นอน นิยมใช้สื่อ นิตยสาร/ สื่อทางออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดียในการประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว มักเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวในช่วงที่มีวันหยุดติดต่อกันเกิน 3 วัน ชอบเดินทางกับเพื่อน/คู่รัก และเลือกเข้าพักในโรงแรม สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ภูมิตันที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย และต้องการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีระยะเวลาส่วนใหญ่ในการท่องเที่ยว 3-4 วัน นอกจากนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เยี่ยมชมวัดในจังหวัดน่านเป็นครั้งแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชมสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม สักการะหรือขอพรตามความเชื่อเช่า/ซื้อเครื่องรางของขลังประเภทส่งเสริมให้รวย โดยใช้เวลาประมาณครึ่งชั่วโมงในการเยี่ยมชมวัด เสียค่าใช้จ่ายประมาณ 51-100 บาทต่อครั้ง และชอบมาที่วัดเมื่อมีงานประจำปี รวมทั้งมีความรู้สึกประทับใจและสบายใจ ผลทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาทั้ง 5 ด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการทำบุญและการสะเดาะเคราะห์ ($\text{sig} = .391$) และสถานภาพ (โสด, สมรส และ หม้าย/หย่าร้าง) ของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา ($\text{sig} = .196$) ซึ่งควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอื่นๆหรือภาคต่างๆ ของประเทศไทยในการศึกษาค้างต่อไป

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5678418639 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS: BEHAVIOR / RELIGIOUS TOURISM/ TOURISTS/ TEMPLES / NAN PROVINCE

THANIT BUTTHIPSAKUL: TOURIST'S BEHAVIORS ON RELIGION TOURISM AT BUDDHIST TEMPLES IN NAN PROVINCE.

ADVISOR: PROF. SOMRUTHAI SOONTAYATRON, Ph.D.†, 4 pp.

The objective of this research is to study the behaviors of Thai tourists visiting the temples in Nan Province for religion tourism. The research is based on demographic information, the conceptual framework of religion tourism, behaviors of Thai tourists and the five components of religion tourism: architecture and painting, Dharma discussion or meditation, purchasing of amulets, merit-making to removal of bad luck through ceremony and participation in activities organized by the temples. This research was conducted by taking purposive sampling from random tourists of Thai nationality, whereby 400 people were asked to take a questionnaire. The questionnaire's Index of Item Objective Congruence value (IOC) is equal to 0.93. The reliability of the questionnaire calculated by Cronbach's Alpha Coefficient is 0.83. Analysis from the data collected from the questionnaires by using frequency distribution, percentage and Chi-Square Statistic to estimate and find the relation between the variables which show a significant 0.05 level.

The study on demographic information of Thai tourists shows that 58.1 percent were female and 41.9 percent were male. Most of the respondents were between the ages of 21-40 years old, single, having bachelor's degree, working as employees in private companies, whose average income ranged between THB 5,000 to THB 30,000 per month, having their domicile in the central region of Thailand, having uncertain frequency of traveling, travelling by private vehicles during holidays of more than 3 days with friends/lovers and mostly staying at the hotels. Choices of travelling were based on the information obtained through the media/magazines/online media or social media. They were attracted to Nan province by its famous tourist attractions i.e. the beautiful landscape, various tourist attractions and local cultures with most of the travelling period is 3-4 days. Moreover, it was found that most questionnaire respondents had travelled to Nan Province for the first time for its architecture and painting. The reason for travelling to the temples was to worship or pray according to their faith and to buy amulets in the belief of becoming wealthy. They spent about half an hour on sightseeing at the temple, which cost between THB 51 to THB 100. They preferred travelling during the yearly temple fair with impressive and relaxed feelings. The relation between the variables calculated by using Chi Square Statistic shows that demographic information of the tourists, which are gender, age, education, occupation, income per month and domicile, have statistically significant relation with the five components of religion tourism ($P < 0.05$), except for the gender of the tourists, which is not related to merit-making to removal of bad luck through ceremony ($P > 0.05$, sig = .391), and marital status (single, married, widowed/divorced) of tourists is not related to Dharma discussion or meditation ($P > 0.05$, sig = .196), which should be studied in comparison with the behaviors of tourists who travel to other provinces or regions in Thailand for religious purposes in the future.

Field of Study: Sports Science

Academic Year: 2015

Student's Signature

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้เพราะได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากบุคคลหลายๆท่าน ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. โสมฤทัย สุนธยาธร ที่ได้เสียสละเวลาในการให้คำแนะนำ ปรึกษา รวมถึงให้ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นต่างๆในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ ดร. โสมฤทัย สุนธยาธร อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภโคยอุดม และอาจารย์ ดร.เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว ที่ได้ให้ความกรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณนักท่องเที่ยวยาวไทยทุกคนที่เสียสละเวลาในการท่องเที่ยวในการช่วยตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิสุทธิ์ ในการช่วยเหลือให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงยังให้คำแนะนำ และข้อมูลที่เป็นในการประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในขั้นตอนต่างๆ

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร. กำโชค เผือกสุวรรณ ในการช่วยเหลือให้คำแนะนำต่างๆในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงยังช่วยดูแล ให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์มหาศาลกับการทำวิจัยครั้งนี้ให้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คุณป้าลดาพรรณ แสงคล้าย ในการช่วยเหลือให้คำแนะนำต่างๆในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงยังช่วยดูแล ตลอดจนแนะนำวิธีการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการทำงานวิจัยชิ้นนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณน้องๆ จากโรงเรียนในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในการเป็นส่วนหนึ่งในทีมงานในการแจกแบบสอบถามและอธิบายข้อคำถามต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวยาวไทย รวมถึงให้การช่วยเหลือตลอดระยะเวลาดำเนินการ

ขอขอบพระคุณสำนักงานพระพุทธศาสนาในจังหวัดน่าน ในการให้ความช่วยเหลือและประสานงานกับวัดๆต่างๆ รวมถึงให้ข้อมูลที่จำเป็นที่ใช้ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยต้องกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ ในการให้การสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ในทุกๆด้าน เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ออกมาสำเร็จและลุล่วงไปได้ด้วยดี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	1
สารบัญรูปภาพ.....	1
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
คำถามวิจัย.....	5
คำสำคัญ.....	5
คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไป	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	28
บริบทพื้นที่	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40

กรอบแนวคิดในการวิจัย	44
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
การวิเคราะห์ข้อมูล	50
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	52
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป.....	56
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดใน จังหวัดน่าน.....	63
ตอนที่ 4 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในจังหวัดน่าน.....	70
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	71
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	134
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านข้อมูลลักษณะทั่วไปทุกด้านของนักท่องเที่ยวที่ตอบ แบบสอบถาม	134
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป	135
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัด ในจังหวัด น่าน.....	138
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย.....	140
การอภิปรายผลการวิจัย	141
ข้อเสนอแนะ	150
รายการอ้างอิง	152

ภาคผนวก.....	159
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	160
ภาคผนวก ข เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณา	162
ภาคผนวก ค เครื่องมือในการทำวิจัย.....	165
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	174



สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยววัด ในจังหวัดน่าน รวม 6 วัด.....	46
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันและช่วงเวลา	50
ตารางที่ 3 แสดงแจกแจงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละของ ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป.....	56
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัดในจังหวัดน่าน.....	63
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตอบคำถามปลายเปิด	70
ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามเพศ	71
ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามอายุ	72
ตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามสถานภาพ	74
ตารางที่ 10 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	75
ตารางที่ 11 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามอาชีพ	76
ตารางที่ 12 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามเฉลี่ยต่อเดือน	78
ตารางที่ 13 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามภูมิภาค(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)	79

ตารางที่ 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	102
ตารางที่ 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามภูมิลำเนา (ที่อยู่ อาศัยในปัจจุบัน)	104
ตารางที่ 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของ ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามเพศ	106
ตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามอายุ	108
ตารางที่ 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามสถานภาพ.....	110
ตารางที่ 31 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามระดับการศึกษา	112
ตารางที่ 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามอาชีพ.....	114
ตารางที่ 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	116
ตารางที่ 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามภูมิลำเนา (ที่อยู่อาศัย ในปัจจุบัน)	118
ตารางที่ 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองาน ประจำปีต่างๆ จำแนกตามเพศ.....	120
ตารางที่ 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองาน ประจำปีต่างๆ จำแนกตามอายุ	122

ตารางที่ 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองาน ประจำปีต่างๆ จำแนกตามสถานภาพ.....	124
ตารางที่ 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองาน ประจำปีต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา	126
ตารางที่ 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองาน ประจำปีต่างๆ จำแนกตามอาชีพ.....	128
ตารางที่ 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองาน ประจำปีต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	130
ตารางที่ 41 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองาน ประจำปีต่างๆ จำแนกตามภูมิลำเนา (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)	132

สารบัญรูปภาพ

รูปที่ 1 ภาพวัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร.....	34
รูปที่ 2 ภาพเจดีย์วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร	34
รูปที่ 3 ภาพวัดพระธาตุแช่แห้ง	35
รูปที่ 4 ภาพองค์เจดีย์วัดพระธาตุแช่แห้ง.....	35
รูปที่ 5 ภาพวัดสวนตาล	36
รูปที่ 6 ภาพองค์พระเจ้าทองทิพย์.....	36
รูปที่ 7 ภาพวัดหัวข่วง	37
รูปที่ 8 ภาพหอไตรเก่า วัดหัวข่วง	37
รูปที่ 9 ภาพวัดภูมินทร์.....	38
รูปที่ 10 ภาพรูปวาด “ปู่มาน ย่ามาน”	38
รูปที่ 11 ภาพวัดมิ่งเมือง.....	39
รูปที่ 12 ภาพจิตรกรรมภายในวัดมิ่งเมือง	39

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หากกล่าวเปรียบเทียบในระดับโลก การท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุด ทำให้เกิดการจ้างงานสูงถึง 192.3 ล้านคน (World Tourism Organization, 2010) ในระดับประเทศไทย การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศประมาณร้อยละ 5 ของรายได้ประชาชาติ โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและระยะเวลาที่อยู่ในประเทศไทย (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, 2537) และมีส่วนส่งเสริมระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยทำให้เกิดกระแสหมุนเวียนของรายได้ในระบบ และก่อให้เกิดการจ้างงานในแหล่งท่องเที่ยว (สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค, 2558) รายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างรายได้ดังกล่าว ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศรวม 22,971,395 คนก่อให้เกิดรายได้ 163,701.04 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.2 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด (กรมการท่องเที่ยว, 2557) การท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกได้ตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาจัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ถือว่าเป็นมุมมองของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และมีแนวโน้มในการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544) การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเริ่มเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นับถือศาสนาพุทธ เพราะเป็นการเดินทางเพื่อทัศนศึกษาพร้อมกับการเรียนรู้ทางด้านพุทธศาสนารวมถึงวัฒนธรรมในท้องถิ่น การเข้าร่วมกิจกรรมทางพุทธศาสนาภายในวัดในเทศกาลต่างๆ ตามประเพณีปฏิบัติของผู้คนในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้กับชุมชนและผู้คนในท้องถิ่นนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า ทิวไร้วัดพระทำบุญ ณ วัดสำคัญต่างๆ หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า ทิวไร้วัดพระแก้ววัด เริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความป็นสิริมงคลกับตนเอง (ศุนย์วิจัยกสิกรไทย, 2486)

จังหวัดในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย มีศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ที่เรียกว่าศิลปวัฒนธรรมแบบล้านนา และทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และวัฒนธรรม จังหวัดน่านก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่ในเขตภาคเหนือตอนบน ถึงแม้ว่า โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวอาจมองว่าจังหวัดน่านเป็นเพียงจังหวัดเล็กๆ ที่ไม่น่าสนใจนักเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นในภูมิภาคเดียวกันที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว เช่นจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย อย่างไรก็ตาม เป็น

ที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่ยังคงรักษาวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นไว้ได้อย่างดี มาก รวมทั้งวัดและโบราณสถานส่วนใหญ่ ก็ยังคงรักษาศิลปะแบบดั้งเดิมของเมืองน่านไว้ได้ การคงอยู่ของวัดในจังหวัดน่านจนถึงยุคปัจจุบัน ทำให้สามารถทราบถึงประวัติศาสตร์และความเป็นมาของจังหวัดน่านได้เป็นอย่างดี อีกทั้งสถานที่ตั้งของวัดที่มีความสำคัญด้านพุทธศาสนาไม่ได้กระจุกกระจายตัวอยู่ห่างไกลกัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจไปเที่ยววัดในจังหวัดน่าน มีความสะดวกในการเดินทางไปเยี่ยมชมได้หลายวัดในคราวเดียวกัน (สำนักงานจังหวัดน่าน, 2558) ในปัจจุบัน หน่วยงานต่างๆในจังหวัดน่านได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ตัวอย่างเช่น ในปี 2558 องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การเพิ่มมูลค่าฐานเศรษฐกิจเดิม โดยกำหนดให้มีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยเน้นการท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาและวัฒนธรรม (องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน, 2558) ที่รวมแหล่งโบราณสถาน วัดวาอาราม และงานประเพณีล้านนาต่างๆ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ หากมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยววัดในจังหวัดน่าน ในเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จะทำให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปสนับสนุนการกำหนดกิจกรรมที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในปีต่อไปได้

ในภาพรวมของประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้วยการนำเสนอข้อมูลและสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและเชิงวัฒนธรรม อาทิเช่น การเชิญชวนประชาชนเข้าร่วมพิธีการถวายผ้ากฐินพระราชทาน ซึ่งจะจัด ณ วัดพระอารามหลวงของจังหวัดน่าน นอกจากนี้ ยังมีการเชิญชวนให้ไปท่องเที่ยวและสัมผัสกิจกรรมในงาน “ปั่นผ้าฝ้าย สายบุญ จุลกฐิน ถิ่นเมืองน่าน” (ผู้จัดการออนไลน์, 2557) ซึ่งถือว่าเป็นงานประจำปี ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสถึงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมของจังหวัดน่านได้เป็นอย่างดี ในโอกาสเดียวกันก็เป็นการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของจังหวัดน่านด้วย เพราะงานเหล่านี้จัดขึ้นภายในวัด จังหวัดน่าน นอกจากนี้ หากเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านกับจังหวัดในภาคเหนือตอนบนที่มีศิลปะ วัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน เช่น จังหวัดเชียงใหม่ หรือ เชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมีจำนวนน้อยกว่าจังหวัดดังกล่าวมาก โดยอ้างอิงตามฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี 2557 ซึ่งรายงานว่าจังหวัดน่านมีนักท่องเที่ยวจำนวน 499,960 คน ในขณะที่จังหวัดเชียงใหม่และเชียงรายมี 5,590,080 คน และ 2,549,554 คน ตามลำดับ การจัดการท่องเที่ยวพร้อมกิจกรรมทางพุทธศาสนาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นับถือศาสนาพุทธ จะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมากขึ้น เป็นผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดน่านสูงขึ้น ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยี่ยมชมวัดในจังหวัดน่าน โดยอาศัยข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ฯลฯ ร่วมกับข้อมูล

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาต่างๆ เช่น องค์ประกอบด้านสถาปัตยกรรม องค์ประกอบด้านการทำบุญ สะเดาะเคราะห์ ก็จะทำให้ได้ข้อมูลที่อาจใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการปรับแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมต่างๆที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปจังหวัดน่านมากขึ้น

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่า ถึงแม้จังหวัดน่านจะถูกจัดเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางมรดกวัฒนธรรมล้านนาตามข้อมูลของ กระทรวงวัฒนธรรม (2557) และจังหวัดน่านมีความสามารถในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยได้ด้วยศิลปะวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีอยู่แล้ว แต่การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลด้านการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดรูปแบบส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากการสืบค้นข้อมูล ผู้วิจัยพบว่ายังมีข้อมูลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดน่านน้อยมากหรืออาจไม่มีเลย เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นเอกสารอ้างอิงเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัด จังหวัดน่าน แต่ไม่พบงานวิจัยใดๆ พบเพียงแต่การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน” (ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ, 2554) แต่ก็ยังไม่มีข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาใน จังหวัดน่าน ที่ครอบคลุมถึงองค์ประกอบด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม กิจกรรมทางพุทธศาสนา เช่น การนั่งวิปัสสนา สันทนาธรรม หรือ การทำบุญสะเดาะเคราะห์ ด้านความสนใจด้านวัตถุมงคลและเครื่องรางของขลัง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยววัดในจังหวัดน่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัด จังหวัดน่าน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่างๆที่ต้องการพัฒนาจังหวัดน่านให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวด้านพุทธศาสนาที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยวในวัด จังหวัดน่าน

สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมมีความสัมพันธ์กัน

2. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนาที่มีความสัมพันธ์กัน
3. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการหาซื้อ เครื่องราง ของขลังมีความสัมพันธ์กัน
4. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ที่มีความสัมพันธ์กัน
5. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด เช่น การจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ มีความสัมพันธ์กัน

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยคือพื้นที่ในบริเวณวัด จำนวน 6 วัด ของจังหวัดน่าน ได้แก่ วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดสวนตาล วัดหัวข่วง วัดภูมินทร์ และวัดมิ่งเมือง ผู้วิจัยได้เลือกวัดเหล่านี้ เพราะได้ข้อมูลจากการสอบถามโดยตรงกับเจ้าหน้าที่ของสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดน่าน และเจ้าหน้าที่ได้แนะนำให้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาจำนวน 6 วัด ดังกล่าว เนื่องจากวัดเหล่านี้เป็นวัดสำคัญทางประวัติศาสตร์ และ แสดงวัฒนธรรม ของจังหวัดน่านได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสถานที่ตั้งของแต่ละวัดไม่ห่างไกลกัน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเยี่ยมชมวัดเหล่านี้ได้อย่างสะดวกและต่อเนื่องกัน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว วัด ในจังหวัดน่าน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดให้มี 5 ด้านดังนี้

- 2.1 ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม (ยวลักษณ์ เสงี่ยม & สุชาติพิทย์ นิลม่วง, 2550)
- 2.2 ด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา (สมชาย ฐานวุฑโฒ, 2557)
- 2.3 ด้านการหาซื้อ เครื่องราง ของขลัง (ทวิ มหาบุญโญป, 2557)
- 2.4 ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ (แก้ว ชิตตะขบ, 2553)
- 2.5 ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด เช่น การจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ (ดวงกมล อุ๋นจิตติ, 2553)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่าง เดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2558

4. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาใน วัดจังหวัดน่าน จำนวน 420 คน

คำถามวิจัย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดน่านเป็นอย่างไร

คำสำคัญ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา นักท่องเที่ยว วัด จังหวัดน่าน

คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกทางร่างกาย ทางความคิด และทางความรู้สึก ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศชายและหญิง ทุกระดับอายุ สถานภาพ การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ไม่มีรายได้จนถึงมากกว่า 50,000 บาท มีภูมิลำเนา ในทุกภูมิภาค

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมของวัด ด้านการสนทนาธรรม ด้านการหาซื้อ เครื่องราง ของขลัง ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด เช่นกิจกรรม หรืองาน ประจำปีต่างๆ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในวัด ของ จังหวัดน่าน
2. หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำข้อมูลพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวจากการวิจัยนี้ ไปใช้ในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของจังหวัด น่าน

3. ผู้วิจัยด้านการท่องเที่ยวสามารถใช้ข้อมูลจากการศึกษานี้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับงานวิจัยอื่น ๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาทั้งใน จังหวัดน่าน และจังหวัดอื่น ๆ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไป
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
5. บริบทพื้นที่
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไป

ความหมายของข้อมูลลักษณะทั่วไป

องค์ประกอบทางประชากรศาสตร์ หรือ ข้อมูลลักษณะทั่วไป หมายถึง ลักษณะต่างๆของคนหรือประชากร ทั้งทางด้านชีววิทยาและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ สถานภาพสมรส การศึกษาศาสนา อาชีพ เศรษฐกิจ รายได้ และ ที่อยู่อาศัย เป็นต้น (ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงษ์, 2543)

โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. องค์ประกอบหรือลักษณะที่ติดตัวมาโดยกำเนิด (Ascribed Characteristics) เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ สัญชาติ ภาษาพูด ศาสนา
2. องค์ประกอบหรือลักษณะที่หามาได้จากสังคมในภายหลัง (Achieved Characteristics) ได้แก่ ลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม ประชากร สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งบุคคลสามารถหามาได้ โดยแสดงความสามารถตามที่สังคมกำหนด

ทั้งนี้ ยังมีผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านได้ให้ความหมายของข้อมูลลักษณะทั่วไป ดังนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) กล่าวว่าความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์หรือข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล (Demographic Factor) หมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับ รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้ว จะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์ และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

สุรสา ชัยสุรัตน์ (2537) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demographic) หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้นๆ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษาอาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัวศาสนา เชื้อชาติสัญชาติ และสถานภาพทางสังคม (Social class)

Hanna and Wozniak (2001) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากร (Demographic) เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา เชื้อชาติ นั้น เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาเพื่อแบ่งส่วนตลาด โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบ และอัตราการใช้จ่ายสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีหน่วยงานจำนวนมากได้รวบรวมไว้ การนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ประโยชน์จึงทำได้โดยง่าย อีกทั้งยังสะดวกต่อการวัดและประเมินผลอีกด้วย

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านข้อมูลลักษณะทั่วไปมีส่วนในการทำให้การตัดสินใจบริโภคที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นในด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิฐานะ โดยปัจจัยเหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทางด้านสภาพแวดล้อม สังคมความเป็นอยู่ และแนวทางในการดำเนินชีวิต

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบสำคัญในการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สามารถบอกได้ถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันออกไปแต่ละกลุ่มหรือบุคคล มีผู้ทรงคุณวุฒิให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ที่สำคัญดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

Davidson (1993) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะเวลาสั้นเพื่อไปเยี่ยมญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ ทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุม สัมมนา ฯลฯ

กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยว มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อไปพักผ่อน

สมบัติ กาญจนกิจ (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้าง ทั้งนี้มีได้หมายเฉพาะเพียงเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและความสนุกสนานบันเทิงเท่านั้น ยังมีวัตถุประสงค์ใน

ด้านอื่นอีกเช่น เพื่อการสัมมนา เพื่อหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนเพื่อการเยี่ยมชม ญาติ พี่น้องโดยมีการจัดการเงื่อนไข 3 ประการคือ เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เดินทางด้วยความสมัครใจ และ เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามต้องไม่เป็นการประกอบอาชีพ

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางชั่วคราว จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งด้วยความสมัครใจ โดยนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ เพื่อพักผ่อน เพื่อการสัมมนา เพื่อหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ และเพื่อแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ เช่น เดินทางไปชมการแข่งขัน การศึกษาประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และผู้เดินทางไปด้วยความสมัครใจ ไม่ถูกบังคับ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจเข้ามาเยี่ยมชม และเพื่อเพิ่มความสะดวกให้นักท่องเที่ยวทำให้สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย องค์ประกอบของการท่องเที่ยวจึงจัดว่าเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) ได้ให้ความหมายขององค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยว ว่าควรมีองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ หรือ 3A'S คือ

สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนสถานที่นั้น ๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของการท่องเที่ยว โดยแต่ละกลุ่มจะสนใจสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวแต่ละประเภทแตกต่างกันไป เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ภูเขาหรือหาดทราย หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น ชอบที่จะเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้นนอกจากนี้แล้วภาพลักษณ์และราคาในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวก็มีส่วนสำคัญในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวด้วยเช่นเดียวกัน

เส้นทางขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ตลอดจน สามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกที่หนึ่งซึ่งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงอีกทั้งต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าเรือ หรือท่าอากาศยานเพื่อให้ธุรกิจการขนส่ง สามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากอยู่ท่องเที่ยวได้นานขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึง สรรพสิ่งทีรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุด เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความรุ่งเรืองของสถานที่นั้น ๆ ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการต้อนรับ (Accommodation) ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท Beds & Breakfast เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรม ประเภทต่างๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในระดับต่างๆ กันซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกันเช่นภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ พิทเนสเซ็นเตอร์ ชาวน่า บิสซิเนสเซ็นเตอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

กิจกรรม (Activities) ถือเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมซึ่งกิจกรรมอาจเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เช่น การดำนา การทอผ้า การจับปลา การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการต่างๆ เช่น การพายเรือ ดำน้ำดูปะการัง เดินป่า ดูนก หรือกิจกรรมผจญภัย เช่น การปีนหน้าผา การล่องแก่ง การขี่ช้าง เป็นต้น

บริการต่างๆ (Ancillary) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีบริการด้านต่างๆเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร ATM โรงพยาบาล สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในด้านต่างๆล้วนแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวดำเนินไปได้อย่างราบรื่น องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวยังถือเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาปรับใช้กับการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ รวมถึงยังเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และตัดสินใจ เลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆตามความสนใจของตนเองได้อย่างถูกต้อง

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จำแนกประเภทแหล่งท่องเที่ยวตามความสำคัญ และสภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544) ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco - tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง โดย การจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริม ให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุดังกิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายๆ แห่ง ตัวอย่าง เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์ สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่นโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ (Natural Attraction) ในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน ธรรมชาติอย่างชัดเจน โดยเน้นในด้านการกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่างๆ

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุก และสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดง ศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็น ทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและ นันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่งการดูนก และการตกปลา เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความ เพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหา ความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชม บรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยใน ถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ สามารถแบ่งได้ เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด 47 ตัวชี้วัด โดยแต่ละตัวชี้วัดมีค่าคะแนนสูงสุด เท่ากับ 5 คะแนน จึงมีค่าคะแนนรวมทั้งสิ้น 235 คะแนน โดยการให้คะแนนจะให้ความสำคัญกับ องค์ประกอบคุณค่าด้านการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นแรง ดึงดูดใจสำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบด้านการบริหาร จัดการมีความสำคัญของคะแนนรองลงมา และองค์ประกอบด้านศักยภาพในการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวมีความสำคัญของคะแนน น้อยที่สุด

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมี

วัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการ ท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อ การศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น

12. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ประเภทหนึ่ง เกิดจากปรากฏการณ์ของธรรมชาติบริเวณที่เป็นแหล่งน้ำอุ่นหรือน้ำร้อนใต้ดินไหลผ่าน แล้วโผล่ขึ้นมาจากชั้นใต้ดิน เมื่อน้ำใต้ดินได้รับการถ่ายเทความร้อนจากหินอัคนีที่ร้อนในระดับลึกจน ไหลย้อนกลับสู่ผิวดิน ถ้าบริเวณนั้นร้อนมากก็จะมีแรงกดดันสูงและจะปะทุระเบิดผิวดินออกมาเป็น น้ำพุร้อน ในปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติด้วยน้ำแร่ร้อนจากธรรมชาติ ได้รับความนิยมสูงขึ้น แหล่งน้ำพุร้อนหลายแห่งจึงมีบริการอาบน้ำแร่กันอย่างกว้างขวาง เนื่องจาก การอาบน้ำแร่ มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เพราะจะทำให้ระบบการไหลเวียนของโลหิตดีขึ้น ทำให้ผิวพรรณผ่องใส แก่ ปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ และบำบัดอาการทางกระดูกและไขข้อได้เป็นอย่างดี จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาว ไทยหันมาสนใจการอาบน้ำแร่มากขึ้น

สรุปได้ว่า ประเภทของการท่องเที่ยวทำให้เป็นข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้นำมา พิจารณาในการศึกษา หาข้อมูล และหาประสบการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ในลักษณะรูปแบบต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่มีจุดเด่นจุดด้อยแตกต่างกันไป รวมทั้งมี ความสุนทรีย์ในเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว มุ่งหวังไปหา ประสบการณ์ต่างๆ เพื่อผลในการพัฒนาชีวิตและจิตใจเป็นสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อให้เกิดความ สงบสุข มีสันติภาพ ของมวลมนุษยชาติ มีค่านิยมและเชื่อว่าการได้ทำบุญนั้นก่อให้เกิดสิริมงคลต่อตนเอง และครอบครัว ในการท่องเที่ยวนั้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมตามเป้าหมายอย่างสมบูรณ์ต้องได้สัมผัสกับ องค์ประกอบที่สำคัญ (สุรศักดิ์ ศิลาวรรณา, 2550) คือ

1. ความตั้งใจของนักท่องเที่ยว
2. ความศรัทธาในพุทธศาสนา
3. ความพร้อมทางด้านร่างกายและจิตใจในการร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ศาสนา

ปัจจุบันได้มีแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาซึ่งมีผู้ให้ความหมายกับการท่องเที่ยว ประเภทนี้ไว้หลายท่าน เช่น สุทธิชัย อากาศโร (2553) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิง พุทธศาสนาไว้ดังนี้

1. เป็นการเดินทางเพื่อการศึกษา เรียนรู้ และปฏิบัติในแนวทางที่ถูกต้องตามหลักพุทธศาสนา
2. เป็นการเดินทางเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจของผู้เดินทางให้มีความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินชีวิตอย่างถูกต้อง
3. เป็นการเดินทางเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีงามระหว่างเพื่อนมนุษย์ หมู่สัตว์ สังคม และสิ่งแวดล่อม
4. เป็นการเดินทางเพื่อสร้างประโยชน์ ความสงบสุข สันติภาพ ต่อมวลมนุษย์และสรรพสิ่งอย่างเกื้อกูล

สำนักพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม (2557) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในหนังสือแนวทางการดำเนินงานโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในขณะนี้ โดยให้ความสนใจเป็นพิเศษ กับวัด แหล่งโบราณสถาน และสถานที่ปฏิบัติธรรม เนื่องจากวัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมาเป็นเวลาช้านานแล้ว ซึ่งเป็นไปตามคติความเชื่อที่ถือว่าการได้มาสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ร่วมทำ บุญ บริจาค ทาน ปฏิบัติบูชา จะนำความเป็นสิริมงคลมาสู่ชีวิตและครอบครัว และยังสามารสรสร้างเสริมกำลังใจให้เกิดขึ้น ทำให้จิตใจผ่องใส เพราะวัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรม และร่องรอยวิถีชีวิตในอดีตที่มีลักษณะกลมกลืน (Harmony) ระหว่างชุมชน วัด และสิ่งแวดล่อม รวมทั้งการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของความศรัทธาในพระพุทธศาสนา ความเชื่อของท้องถิ่น และยังเป็นแหล่งรวมข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ การศึกษา ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งเชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของชุมชน ล้วนมีคุณค่าต่อจิตใจและมีความศักดิ์สิทธิ์และงดงาม เป็นที่เลื่อมใสศรัทธาของชาวไทย วัดจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้น แต่มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นประเภทอื่น เนื่องจากมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม รวมถึงความผูกพันทางจิตใจต่อชนรุ่นหลัง มีความเป็นเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญในด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มุ่งหวังที่จะได้รับความเพลิดเพลินและได้บุญกุศลไปพร้อมกัน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ต่างๆ อันส่งผลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจเป็นสำคัญและนอกจากนั้น เป็นการสร้างความสงบสุข สันติภาพ ของมวลมนุษย์ และสรรพสิ่งอย่างเกื้อกูล และยังเป็นการจูงใจในด้านการแสวงบุญในมิติทางศาสนาและมีความเชื่อ ว่าการได้มาสักการะ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ได้ทำบุญ บริจาคทาน ปฏิบัติบูชาจะนำมาซึ่งความเป็นสิริมงคลต่อตนเองและครอบครัว

องค์ประกอบาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและได้นำเสนอรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม
2. ด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา
3. ด้านการหาซื้อเครื่องราง ของขลัง
4. ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์
5. ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด เช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ

ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม

พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายของ ศิลปะไว้ว่า ศิลปะคือ การแสดงออกให้ปรากฏขึ้นได้อย่าง งดงาม น่าพิงชม และเกิดอารมณ์สะท้อนใจ ซึ่งจะยังผลให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจซาบซึ้งและเห็นคุณค่าของศิลปะ การรับรู้ศิลปะเริ่มจากการรับสัมผัสด้วยประสาทจะด้วยตามองเห็น หูได้ยินเสียงหรือผิวหนังได้สัมผัส แล้วเกิดความรู้สึกตีความแปลความหมายจากสัมผัสว่าชอบไม่ชอบ ในศิลปะที่ได้รับสัมผัสนั้น จากนั้นจะเกิดจินตนาการ การคิด การวิเคราะห์ ซึ่งนำไปสู่การเข้าใจ มีความรู้เห็นคุณค่าเกิดความซาบซึ้ง และเกิดสุนทรีย์ในศิลปะนั้นๆ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2510) องค์ประกอบของศิลปะด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมเป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงผลงานทางศิลปะ ในการขีดเขียน การวาดรวมทั้งการก่อสร้างต่างๆ ที่แสดงถึงวัฒนธรรมความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา เป็นงานทัศนศิลปะซึ่งจำแนกเป็นรายละเอียดได้ดังนี้

ทัศนศิลป์ คือ กระบวนการถ่ายทอดผลงานทางศิลปะ การทำงานศิลปะอย่างมีจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์มีระบบระเบียบเป็นขั้นเป็นตอนการสร้างสรรค้งานอย่างมีประสิทธิภาพสวยงาม ไม่ว่าจะเป็นทั้งในด้าน ภาพวาด ภาพจิตรกรรมฝาผนัง งานปั้น หรือ งานแกะสลักต่างๆ ที่สร้างสรรค์จากฝีมือมนุษย์ที่ผ่านการฝึกฝนจนเชี่ยวชาญเพื่อให้เกิดความงามและสุนทรีย์ และมีการพัฒนาผลงานให้ดีขึ้นต่อเนื่อง ทัศนศิลป์ยังหมายถึงการรับรู้ทางจักขุประสาท โดยการมองเห็น สสาร วัตถุ และสรรพสิ่งต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบ รวมถึงมนุษย์ และสัตว์ จะด้วยการหยุดนิ่ง หรือเคลื่อนไหวก็ตาม หรือจะด้วยการปรุงแต่ง หรือไม่ปรุงแต่งก็ตาม ก่อให้เกิดปัจจัยสมมุติต่อจิตใจ และอารมณ์ของมนุษย์ (ภูษิต วันทา, 2544)

ยูวัลักษณ์ สิ้นหวาน และ สุธาทิพย์ นิลม่วง (2550) ได้ให้ความหมายของสถาปัตยกรรม (Architecture) หมายถึง ผลงานศิลปะที่แสดงออกด้วยสิ่งก่อสร้าง อาคาร ที่อยู่อาศัยต่างๆ การวางผังเมือง การจัดผังบริเวณการตกแต่งอาคาร การออกแบบก่อสร้าง ซึ่งเป็นงานศิลปะ ที่มีขนาดใหญ่ และเป็นงานศิลปะที่มีอายุยืนยาว และยังถือได้ว่า สถาปัตยกรรม เป็นวิธีการจัดสรรบริเวณที่วางให้

เกิดประโยชน์ใช้สอยตามความต้องการ ที่นำมาเพื่อตอบสนองความต้องการในด้าน วัตถุประสงค์และจิตใจ สถาปัตยกรรมแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สถาปัตยกรรมเปิด (Open Architecture) เป็นสิ่งก่อสร้างที่ประชาชนสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น อาคารบ้านเรือน โรงแรม โบสถ์ ฯลฯ จึงต้องจัดสภาพต่างๆ ให้เอื้ออำนวยต่อการอยู่อาศัยของมนุษย์ เช่น แสงสว่าง และการระบายอากาศ

2. สถาปัตยกรรมปิด (Closing Architecture) เป็นสิ่งก่อสร้างอันเนื่องมาจากความเชื่อถือต่างๆ จึงไม่ต้องการให้คนเข้าไปอาศัยอยู่ เช่น สุสาน อนุสาวรีย์ เจดีย์ต่างๆ สิ่งก่อสร้างแบบนี้จะประดับประดาให้มีความงามมากน้อยตามความศรัทธาเชื่อถือ สถาปัตยกรรมเป็นงานทัศนศิลป์ที่คงสภาพอยู่ได้นานที่สุด

อารี สุทธิพันธุ์ (2526) ได้กล่าวว่า จิตรกรรม (Painting) หมายถึง ผลงานศิลปะที่แสดงออกด้วยการขีดเขียน การวาด และระบายสี เพื่อให้เกิดภาพ เป็นงานศิลปะที่มี 2 มิติ สามารถเขียนลงตาให้เห็นว่ามีความลึกหรือขนุนได้ ความงามของจิตรกรรมเกิดจากการใช้สีในลักษณะต่างๆ กัน และงานจิตรกรรมเป็นงานศิลปะที่เก่าแก่ดั้งเดิมของมนุษย์ เริ่มตั้งแต่การขีดเขียนบนผนังถ้ำ บนร่างกายบนภาชนะเครื่องใช้ต่างๆ จนพัฒนามาเป็นภาพวาดที่ใช้ประดับตกแต่งในปัจจุบัน การวาดภาพเป็นพื้นฐานของงานศิลปะทุกชนิด ผู้สร้างสรรค์งานจิตรกรรม เรียกว่า จิตรกร (Painter)

ในประเทศไทย ศิลปกรรม ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม มีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและเชิงวัฒนธรรม เพราะจุดหมายปลายทางอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งสองประเภทนี้ คือ การเยี่ยมชม วัด เจดีย์ โบราณสถาน หรือสถานที่ที่เป็นมรดกด้านวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจและต้องการเข้าใจศิลปะและวัฒนธรรม โดยผ่านการชมหรือสัมผัสศิลปกรรมด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึง ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม ฯลฯ (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2548)

ความงดงามอันวิจิตรบรรจงของสถาปัตยกรรม และจิตรกรรมไทยในวัดหลายแห่ง มีความสำคัญในขั้นเป็นมรดกโลกที่มีเสน่ห์และมีเอกลักษณ์ อาทิ เช่น วัดในจังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย น่าน อุทยา และอีกหลายจังหวัด กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ งานฝีมือช่างไทยอันประณีตปรากฏอย่างงดงามให้เห็นบนหลังคาโบสถ์ และ วิหารภายในวัด ด้วยศิลปะที่สืบทอดกับมาแต่โบราณ อันสะท้อนให้เห็นความเป็นไทยอย่างชัดเจน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า วัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงความศรัทธาของประชาชนที่นับถือศาสนาพุทธในประเทศไทย ที่มีความหลากหลายด้านศิลปกรรม โดยมีจุดร่วมที่เหมือนกัน คือ เป็นสถานที่ที่นำมาซึ่งความสงบทางจิตใจ และช่วยเผยแผ่พระพุทธศาสนาทั้งทางตรงและทางอ้อม ผ่านศิลปกรรมด้านสถาปัตยกรรม จิตรกรรม การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาชมสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และความงดงามต่างๆ ของพุทธศิลป์ภายในวัด

จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้สิ่งต่างๆในพุทธศาสนา และหากนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ดีจากการเยี่ยมชมวัด ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้พุทธศาสนามากยิ่งขึ้นด้วย (สุรศักดิ์ เจริญวงศ์, 2533)

สิ่งปลูกสร้างภายในวัด อาจประกอบด้วยอาคารต่างๆ ดังต่อไปนี้ (กำธน สินธวานนท์, 2547)

1. วิหาร คือ อาคารที่ใช้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป ในสมัยพุทธกาล หมายถึงที่อยู่สำหรับพระพุทธเจ้า และพระสงฆ์สาวก ครั้นพระพุทธเจ้าดับขันธปรินิพพานแล้ว วิหารได้สร้างขึ้น สำหรับเป็นที่ประดิษฐาน “พระพุทธรูปปฏิมากร” คือ รูปแทนองค์พระพุทธเจ้า ดังนั้น คำว่า “วิหาร” ในความเข้าใจ โดยประเพณีนิยม จึงมีความหมายจำเพาะว่า “สถานที่ประดิษฐานพระพุทธรูป”

วัดไทยแต่ละแห่ง อาจมีวิหารได้มากกว่า 1 หลัง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะใช้ประโยชน์และสนองคติความเชื่อ ฉะนั้นจึงมีสิ่งปลูกสร้างทำเป็นวิหารประเภทต่างๆ ที่สำคัญคือวิหารหลวงซึ่งหมายถึง วิหารหลังที่สร้างบนพื้นที่ที่อยู่ทางด้านหน้าพระอุโบสถเจดีย์ หรือมหาธาตุเจดีย์ ออกไปทางทิศตะวันออก มักทำให้มีขนาดกว้างยาวและสูงเป็นพิเศษ แต่ทั้งนี้มิได้อาศัยคำว่า “หลวง” ซึ่งแปลว่า “ใหญ่” เป็นเครื่องกำหนดความใหญ่โตของวิหาร คำว่า “วิหารหลวง” เป็นชื่อเฉพาะ หรือวิสามานนามของวิหารประเภทนี้เท่านั้น ตัวอย่างเช่น วิหารหลวงในวัดมหาธาตุ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

2. มณฑป คือ อาคารที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมเป็นอย่างไร้รูปร่างสี่เหลี่ยม มักทำหลังคาเป็นรูปทรงกรวยสี่เหลี่ยม ปลายเรียวแหลม ใช้เป็นสถานที่สำหรับประดิษฐาน พระพุทธรูป รอยพระพุทธบาท หรือพระไตรปิฎกที่สำคัญ ตัวอย่างเช่น พระมณฑป วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร และพระมณฑปวัดพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี

3. อุโบสถ คือ อาคารสำหรับพระสงฆ์ ใช้ประโยชน์ในการทำ “อุโบสถกรรม” เป็นประจำทุกๆ กึ่งเดือน สถานที่ประเภทนี้ จึงได้รับการขนานนามตามกิจของพระสงฆ์ดังกล่าวว่า “อุโบสถ” หรือเรียกโดยย่อว่า โบสถ์ การทำอุโบสถกรรม หมายถึง การที่พระสงฆ์มาประชุมร่วมกัน เพื่อสวดปาติโมกข์ อันได้แก่ พุทธบัญญัติว่าด้วยวินัยของสงฆ์ 227 ข้อ

4. หอพระธรรม หรือ หอไตร คือ อาคารสำหรับเก็บรักษา “พระไตรปิฎก” เปรียบเสมือน “หอสมุด” ของวัดแต่ละแห่ง เป็นที่เก็บรักษาคัมภีร์คำสอนของพระพุทธศาสนา ซึ่งพระสงฆ์ใช้สำหรับศึกษา และเผยแพร่แก่บรรดาพุทธศาสนิกชน หอพระธรรม หรือหอไตร วัดส่วนมากมีหอไตรเพียงหลังเดียว แต่วัดใหญ่ๆ โดยเฉพาะวัดที่เป็นพระอารามหลวง จะมีหอพระธรรม หรือหอไตรมากกว่า 1 หลัง

5. ระเบียง คือ สิ่งปลูกสร้างที่มีลักษณะอย่างโรงยาวๆ ด้านหน้าเปิดโล่งด้านหลังกั้นฝาทึบ มีหลังคาคลุมตลอด ระเบียง มักทำขึ้นล้อมพระอุโบสถเจดีย์ มหาธาตุเจดีย์ อุโบสถ และวิหาร อย่งใดอย่างหนึ่ง

6. กำแพงแก้ว คือ สิ่งก่อสร้างสำหรับกั้นเขตแดนออกเป็นสัดส่วน มีลักษณะเป็นกำแพงขนาดเตี้ยๆ ที่ทำขึ้น สำหรับล้อมเขตที่ตั้งอุโบสถ วิหาร อุโบสถเจดีย์ มหาธาตุเจดีย์

7. ศาลาราย คือ สิ่งปลูกสร้างที่มักทำเป็นศาลาโถง ไม่นิยมกั้นฝา ปลูกเรียงรายไปโดยรอบ อุโบสถ หรือวิหาร สำหรับพุทธศาสนิกชนใช้เป็นที่เตรียมการบำเพ็ญกุศล หรือนั่งพักผ่อน ขณะมาปฏิบัติธรรมในวัด

นอกจากนี้ กาญจนาศาสน์แสงลี้มสุวรรณ และ ศรัณยา แสงลี้มสุวรรณ (2549) ได้กล่าวว่า วัดในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ต่างมีสถาปัตยกรรม และจิตรกรรมที่แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น ในจังหวัดภาคเหนือตอนบน มีสถาปัตยกรรมแบบชาวล้านนา โดยมีพระพุทธศาสนาเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งของวิถีชีวิตของชาวล้านนามาเป็นเวลานาน ศิลปะของล้านนาจึงได้รับแรงบันดาลใจส่วนใหญ่มาจากศาสนาพุทธ หลักฐานสำคัญของประวัติศาสตร์ศิลปะล้านนา ได้ถูกจารึกไว้ในสถาปัตยกรรมและการตกแต่งวัด ไม่ว่าจะเป็นจิตรกรรมภาพวาดฝาผนัง ประติมากรรม และงานฝีมือหลากหลายชนิดที่ประดิษฐ์ขึ้นอย่างประณีตเพื่อเป็นพุทธบูชา สถาปัตยกรรมและจิตรกรรมเหล่านี้ นับเป็นมรดกด้านวัฒนธรรมที่มีคุณค่ายิ่ง การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่เป็นมรดกด้านวัฒนธรรม เป็นประโยชน์ด้านองค์ความรู้และการให้คุณค่าแก่สังคม

ด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา

องค์ประกอบด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา เป็นองค์ประกอบในกระบวนการท่องเที่ยวจัดสรรขึ้นมาเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในหลักธรรมะอีกทั้ง ได้มีการฝึกปฏิบัติ การวิปัสสนา เพื่อทบทวนหลักธรรมะ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ซึมซับโดยมุ่งเน้นพัฒนา จิตใจและอารมณ์เป็นสำคัญ

สมชาย ฐานวุฑโฒ (2557) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับคำว่าธรรมไว้ดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยววัดอาจมีความสนใจด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา ในพระพุทธศาสนา คำว่า “ธรรม” มีความหมายกว้างๆ อยู่ 2 ประการ คือ

1. ธรรม หมายถึง ความจริงตามธรรมชาติ เช่น คน ต้องเกิด ต้องแก่ ต้องเจ็บ ต้องตาย นั่นคือ ธรรมะคือความเป็นจริงตามธรรมชาติ

2. ธรรม หมายถึง ความดีความถูกต้อง เช่น การให้ทานเป็นความดี การรักษาศีล มีเมตตา กรุณาเป็นความดี ความกตัญญูกตเวทิต่อพ่อแม่เป็นความดี ใครปฏิบัติตามสิ่งเหล่านี้เรียกว่า ปฏิบัติธรรม

อนึ่ง พฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวในด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา ธรรมนี้ นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนความรู้ ได้ศึกษาได้ค้นคว้า จากการได้พูดคุยสนทนาธรรมะกับ พระสงฆ์ และ สุรวุฒิ ปรีชานนท์ (2545) กล่าวว่า การสนทนาธรรม คือ การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของกันและกันในเรื่องที่เกี่ยวกับธรรมะ วิธีการสนทนาธรรม สรุปรูปหลักในการสนทนาธรรม ได้เป็น 3 ประการ คือ

1. สนทนาในธรรม คือ เรื่องที่จะสนทนากันต้องเป็นเรื่องธรรมะ ให้อยู่ในวงธรรมะ อย่าออกนอกวง เช่น ถ้าจะพูดถึงเรื่องการป้องกันไม่ให้ความชั่ว ก็ให้สุดแค่ป้องกันการทำความชั่ว อย่าให้เลยไปถึงนินทาคนอื่น

2. สนทนาด้วยธรรม คือ ผู้ที่สนทนากันจะต้องไม่แสดงกิริยาว่าทำให้ผิดธรรมะ เช่น ทางกายก็มีการเคารพกัน ใช้ถ้อยคำสุภาพเรียบร้อย ไม่กล่าววาจาเหน็บแนมล่วงเกิน และถ้าพลาดพลั้งก็ขอโทษ ไม่ใช่สนทนากันด้วยกิเลส

3. สนทนาเพื่อธรรม คือ ผู้สนทนาต้องตั้งจุดมุ่งหมายไว้ในใจของตนให้แน่นอนว่า จะหาความรู้ความเข้าใจในธรรมะให้ยิ่งขึ้นไป

ซึ่งในการสนทนาธรรมในงานวิจัยนี้ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรูปแบบใดแบบหนึ่งหรือทั้งสามแบบเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม เพราะทั้งการสนทนาธรรมทั้งสามรูปแบบนี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลให้เกิดความสุขทางกายและจิตใจได้ทั้งสิ้น

การสนทนาธรรม เป็นพุทธกิจกรรมที่มีกระทำการ่วมกับการฟังธรรม ซึ่งเป็นประเพณีอย่างหนึ่งของคนไทย การฟังธรรม คือ การเรียนรู้หลักคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าที่พระภิกษุนำมาเทศปาฐกถา บรรยายหรือบอกเล่ากล่าวสอนในกาลเทศะต่างๆ การฟังธรรมจัดเป็นหนึ่งในบุญกิริยา 10 (บุญสำเร็จด้วยการฟัง) (แก้ว ชิตตะขบ, 2553) ซึ่งจะได้กล่าวต่อไปในหัวข้อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์

คชา ชินบัญชร (2553) ได้กล่าวว่า ผู้ที่มีความทุกข์ความเครียด ส่วนมากมักเลือกเข้าวัด เพื่อศึกษาธรรมะ โดยถือว่าเป็นที่พึ่งทางจิตใจ ปัจจุบันจึงมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่เรียกว่า "ทัวร์ธรรมะ" หรือ "ทัวร์บุญ" ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายเน้นกิจกรรมในวัด อาทิ การไปนั่งปฏิบัติธรรมในวัด ฟังเทศน์ การสนทนาธรรม และการนั่งวิปัสสนาที่เรียกว่า ธรรมทัวร์ โดยในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในลักษณะ ธรรมทัวร์นั้น บริษัททัวร์แทบทุกบริษัทจะต้องจัดโปรแกรมเกี่ยวกับการสนทนาธรรมและการนั่งวิปัสสนาไว้ในการเดินทางเสมอ เพื่อที่จะได้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านธรรมะ รวมถึงการฝึกสมาธิเพื่อให้ร่างกายและจิตใจได้ผ่อนคลายจากความเครียดโดยการนั่งวิปัสสนา และยังได้กล่าวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบทัวร์ธรรมะไว้ว่า "อยากให้หลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาปรับปรุงรูปแบบการจัดทัวร์ธรรมะให้มีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชนที่สนใจ เช่น การท่องเที่ยวทางธรรมแบบตามรอยพระดำรัสของในหลวงที่เป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนหรือชาวบ้าน การไปปฏิบัติธรรม สนทนาธรรม และมีวิถีคิดใหม่ๆ ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตจริงได้ อีกทั้งเพื่อสืบทอดเจตนารมณ์และความดีของพระพุทธศาสนาให้คนรุ่นหลังเก็บรักษาไว้ต่อไป

ด้านการหาซื้อเครื่องราง ของขลัง

วัตถุมงคล เป็นเรื่องของความเชื่อ ศรัทธาในสิ่งของซึ่งอาจเป็นทางด้านศาสนา หรืออาจเป็นตามสมัยนิยมก็ได้ วัตถุมงคลมีมากมายในสังคมไทย เช่น พระเครื่อง ปลัดขิก ผ้ายันต์ ตะกรุด มีดหมอ องค์เทพที่เป็นทางศาสนาอื่นๆ เช่น พระพรหม พระตรีมูรติ พระราหู สามารถแบ่งประเภทวัตถุมงคลได้อย่างกว้างๆ เป็น 2 ประเภท (ทวี มหาบุญ, 2557) คือ

1. ประเภทเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ

เป็นวัตถุมงคลที่ได้มาจากธรรมชาติ ไม่มีการสรรค์สร้างจากฝีมือมนุษย์ ซึ่งถือว่าวัตถุมงคลประเภทนี้มีดีในตัวและมีเทวารักษา ได้แก่ เหล็กไหล คดต่างๆ เขากวางคุด เขี้ยวหมูตัน เขี้ยวเสือกลาง เถาวัลย์ เป็นต้น

2. ประเภทที่มนุษย์ปรุงแต่งสร้างขึ้น

เป็นวัตถุมงคลที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยอาศัยวัตถุดิบต่างๆ ปรุงแต่งขึ้นมาตามความเชื่อเช่น พระเครื่อง ที่ถือเป็นเครื่องคุ้มครองป้องกันอันตราย เดิมเรียกว่าพระพิมพ์ โดยจะหมายรวมถึงเหรียญ พระเกจิอาจารย์ต่างๆ ผู้มีวัตรปฏิบัติเป็นที่เคารพศรัทธาของคนทั่วไป ที่จัดสร้างด้วยวัสดุต่างๆ เช่น ชินผง และว่าน เป็นต้น โดยการสร้างอาจมีจุดประสงค์ต่างๆ กันออกไป

เครื่องราง หมายถึง ของที่นับถือว่าเป็นสิ่งป้องกันอันตรายที่มนุษย์สร้างขึ้น และเชื่อว่ามีฤทธิ์ปาฏิหาริย์ สามารถดลบันดาลให้เกิดสิ่งที่ต้องการได้ เช่น ความอยู่ยงคงกระพัน มีเสน่ห์ มีโชคลาภ แคล้วคลาดจากภัยอันตราย เป็นต้น บางท่านหมายรวมถึงวัตถุต่างๆ ที่หายาก และนิยมกันว่าเป็นของกายสิทธิ์ เช่น เหล็กไหล ว่าเป็นเครื่องรางด้วย

ของขลัง หมายถึง ของที่มีอำนาจศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อกันว่าอาจดลบันดาลให้สำเร็จได้ดังประสงค์ เป็นวัตถุที่มีความศักดิ์สิทธิ์อยู่ในตัวแล้ว ไม่ต้องปลุกเสกอีก เช่น ไพรดำ ว่าน แร่ เป็นต้น (รอบทิศ ไวยสุศรี, 2555)

มีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อและศรัทธาในวัตถุมงคล ดังตัวอย่างต่อไปนี้

จรัส พัยคฆราชศักดิ์ (2543) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อไว้พอสรุปได้ว่า มนุษย์จำเป็นต้องผูกพันอยู่กับความเชื่อโดยมีอาจขาดความเชื่อได้ ชีวิตมนุษย์มีทั้งสิ่งที่มองเห็นได้ เข้าใจได้ และพิสูจน์ได้ ความเชื่อทำให้มนุษย์เกิดความมั่นใจทำให้เกิดความสบายใจ และความเชื่อทำให้มนุษย์บรรลุถึงความสำเร็จได้

บุญลือ วันทายนต์ (2525) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับความเชื่อไว้ สรุปได้ว่า ความเชื่อ มีความสัมพันธ์กลมกลืน เกื้อกูล สนับสนุน ควบคู่กับชีวิตมนุษย์มาเป็นเวลานาน แม้ปัจจุบันวิทยาศาสตร์จะเจริญก้าวหน้าและมีอิทธิพลต่อชีวิตมากขึ้น แต่มนุษย์ไม่อาจปฏิเสธความเชื่อทางไสยศาสตร์และคาถาอาคมที่มีอยู่ได้ จึงยอมรับค่านิยมในการปฏิบัติต่อความเชื่อในรูปแบบต่างๆ

วิทย์ พิณคันเงิน (2515) ได้กล่าวถึงความเชื่อไว้ว่า ความเชื่อของมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม มนุษย์โดยทั่วไปต้องการความปลอดภัยทั้งทางร่างกายและจิตใจมาตั้งแต่เด็กดำบรรพ์ ความเชื่อต่างๆ นั้นมักได้รับคำบอกเล่าจากคนรุ่นก่อนว่า มีอำนาจลึกลับที่จะช่วยคุ้มครองรักษาตน จึงมีการประกอบพิธีขึ้น เพื่อแสดงความเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้น และเชื่อว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะทำให้เกิดเหตุร้าย และช่วยให้เกิดผลดีได้ ความเชื่อเรื่องเทพเจ้า สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ภูตผีปีศาจ วิญญาณ บรรพบุรุษ ที่มีอยู่ในสังคมนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะปรับปรุงคนให้เจริญขึ้น

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และ อีรนุช พุศศักดิ์ศรีกิจ (2555) ได้กล่าวว่า ความศรัทธา (faith) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีต่อการบริโภควัตถุมงคลซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความเชื่อในด้านต่างๆ และการบอกเล่าประสบการณ์ตรงจากพลังพุทธคุณในวัตถุมงคลที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความศรัทธาและมั่นใจในวัตถุมงคลที่ครอบครอง อย่างไรก็ตามสิ่งที่สำคัญที่เป็นองค์ประกอบของความเชื่อและความศรัทธาของผู้บริโภคคือ การมีความคิดมีปัญญา วิจารณ์ญาณ รู้เหตุผล รู้จักวางท่าทีต่อสิ่งนั้น อันก่อให้เกิดมงคลผู้บริโภค

Holbrook and Hirschman (1982) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องรางและของขลังไว้ว่า การซื้อเครื่องรางของขลังนั้นถือเป็นความสุขทางจิตใจ มีความพอใจกับสินค้าเป็นสำคัญ เพราะผู้ให้บริการมีความเชื่อและประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องราง ของขลัง และวัตถุมงคล อีกทั้งยังมีสื่อรูปภาพของวัตถุมงคลต่างๆ นำเสนอให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ได้เห็น ซึ่งทำให้มีการเชื่อมโยงความรู้สึกและประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันเกี่ยวกับเครื่องรางและวัตถุมงคล

ความเชื่อไสยศาสตร์ เครื่องรางของขลัง เป็นเรื่องที่มีมาช้านานในประเทศไทยซึ่งมีพระพุทธศาสนาเป็นศาสนาหลัก และถือว่าเป็นเรื่องธรรมดาในสังคมไทยและไม่เสียหาย เพราะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในสังคมคนไทยที่เชื่อถือเครื่องรางของขลัง สอดคล้องไปตามลักษณะของสังคมในศาสนาพุทธ ที่ให้อิสระและเสรีภาพทางความคิดและความเชื่อของแต่ละบุคคล เครื่องรางของขลังที่ถูกปลุกเสกโดยเกจิอาจารย์ภายในวัดที่มีชื่อเสียง มักเป็นที่ต้องการของผู้ที่มีความเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ อิทธิพลของเครื่องรางของขลังที่มีต่อชาวพุทธในสังคมไทยปัจจุบัน (โรสิตา แสงสกุล, 2550)

ความเชื่อในเครื่องรางของขลัง ได้ถูกนำมาโยงกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีชื่อเสียงทางด้านไสยศาสตร์มากพอสมควร เครื่องราง ของขลัง ที่นิยมใช้ประกอบพิธีกรรมทางไสยศาสตร์ผ่านการปลุกเสก เช่น ลูกกรอก กุมารทอง มักกะสิผล รวมทั้งของขลังด้านเมตตามหานิยมอื่นๆ ทำให้วงจรธุรกิจท่องเที่ยวด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลังเติบโตอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันเครื่องรางของขลังเกี่ยวกับ กุมารทอง เป็นที่นิยมเป็นอย่างมากจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ สำหรับชาวไทยนั้นกุมารทองไม่เป็นเพียงแค่อุปบูชาหรือเครื่องรางของขลังเท่านั้นหากแต่ยังก่อปรด้วยความเชื่อและความศรัทธาที่ตกทอดมาตั้งแต่สมัยโบราณโดยสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้จากความเชื่อที่ว่ากุมารทองนั้นหากมีไว้ติดตัวแล้วจะช่วยในการเสริมเรื่องของ กำลังใจ และ

ปกป้องกันสิ่งชั่วร้ายให้เข้ามา รวมถึงการให้โชคลาภ แคล้วคลาด คும்ครองบ้านเรือน ฝ้าบ้าน และ บุตรหลานเด็กเล็กหรือสมาชิกทุกคนในบ้านได้อีกด้วย และยังสามารถเห็นได้จากการจัดจำหน่ายในวัด ทั่วๆไปเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาชมวัดอีกด้วย (ไทยรัฐออนไลน์, 2558) นอกจากนี้ ยังมี เครื่องราง ของขลัง ประเภทที่ได้จากอวัยวะบางส่วนของสัตว์บางชนิด และเป็นที่ยอมรับของนัก ท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ที่หมู่บ้านช้าง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการ เลี้ยงช้างมากที่สุดในประเทศไทย และมีเครื่องรางของขลัง ที่ทำจากหางช้าง เรียกว่า กำไลหางช้าง ซึ่ง มีผู้สนใจนับถือ และมาเช่าบูชาเป็นเครื่องรางของขลังประจำตัวกันเป็นจำนวนมาก กำไลหางช้าง ทำ เป็นกำไลข้อมือ ติเป็นเกลียวขนาดเท่าข้อมือ ซึ่งเป็นหางช้างจริง ที่มีการตัดมาจากหางช้าง หรือนำมา จากช้างที่ล้มตายไปแล้ว นำมาทำเป็นเครื่องรางของขลัง ซึ่งผู้ที่บูชาหรือซื้อไปแล้ว จะนำไปตกแต่งให้ สวยงาม โดยนำเครื่องเงินครอบไว้ หรือหุ้มด้วยทองคำ ซึ่งก็จะทำให้กำไลหางช้างมีราคาสูงขึ้น กำไล หางช้างถือเป็นสิ่งมงคล หรือ เครื่องรางของขลัง ที่เชื่อกันว่า สามารถเสริมสร้างบารมี และเสริมสิริ มงคลให้กับผู้ที่มิไว้ โดยเฉพาะการปิดเป่าสิ่งชั่วร้าย ปัดรังควาน และสิ่งไม่ดีไม่ให้เข้ามาใกล้ตัว ที่ หมู่บ้านช้าง ตำบลกระโพ จังหวัดสุรินทร์นี้ มีนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ เดินทางมาเที่ยว กันมาก และนิยมซื้อของที่ระลึกจากช้าง นอกจากกำไลหางช้างแล้ว ยังมีแหวนหางช้าง แหวนหางช้าง กำข้อมือกระดูกช้าง เป็นต้น (สำนักข่าว ไอ.เอ็น.เอ็น., 2557) สำหรับจังหวัดน่านจะมีเครื่องรางของ ขลัง มีวัตถุมงคลที่ทำจากต้นไม้โดยนำเนื้อไม้มาแกะสลักเป็นรูปเครื่องรางของขลังบ้าง พระพุทธรูป บ้าง และยังมีกำไลรางลักษณะต่างๆที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับเครื่องรางในจังหวัดสุรินทร์ และกุมาร ทองรูปแบบต่างๆ รวมถึงพระเครื่อง ซึ่งมีการจัดบริการให้กับนักท่องเที่ยวทุกวัดอีกด้วย (มาสุทธิ ตั้ง ภาวัตกุล, 2544)

ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์

การทำบุญสะเดาะเคราะห์ เป็นกิจกรรมที่แสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เชื่อว่าการ ทำบุญสะเดาะเคราะห์จะส่งผลให้ชีวิตของตนเองและครอบครัวมีความสุขสวัสดิ์ เจริญก้าวหน้าในการ ประกอบอาชีพต่างๆกันไป สามารถทำให้จิตใจสบาย เป็นการพัฒนาสุขภาพจิตได้อย่างหนึ่ง ความเชื่อ เหล่านี้ ทำให้ค่านิยมของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปมีมากยิ่งขึ้น ในหนังสือธรรมลีลา ฉบับที่ 117 เรียบเรียงโดย แก้ว ชิตตะขบ (2553) ได้กล่าวถึงการทำบุญในทางพระพุทธศาสนามีด้วยกัน 10 วิธี เรียกว่า “บุญกิริยาวัตถุ 10” หรือ สิ่งอันเป็นที่ตั้งแห่งการทำบุญ 10 ประการ ได้แก่

1. ให้ทาน หมายถึง การให้ การสละ หรือการเผื่อแผ่แบ่งปัน ไม่ว่าจะเป็นเงินทอง ข้าวของ เครื่องใช้หรือสิ่งอื่นใด และไม่ว่าจะให้แก่ใครก็ถือเป็นบุญทั้งสิ้น ผลการให้ทานดังกล่าวจะทำให้ผู้ ปฏิบัติเกิดความปิติอิ่มเอิบใจ

2. รักษาศีล คำว่า ศีล หมายถึง ข้อบัญญัติทางพระพุทธศาสนา ที่กำหนดการปฏิบัติทางกาย และวาจา เช่น ศีล 5 ศีล 8 หรืออาจจะหมายถึงการรักษากายวาจาให้เรียบร้อย การรักษาศีล เป็นการฝึกฝนมิให้ไปเบียดเบียนผู้อื่น ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการลด ละ เลิกความชั่ว มุ่งให้กระทำความดี
 3. เจริญภาวนา เป็นการทำบุญอีกรูปแบบ ที่มุ่งพัฒนาจิตใจและปัญญา ทำให้จิตใจสงบ เห็นคุณค่าสิ่งต่างๆ ตามความเป็นจริง ซึ่งในข้อนี้หลายคนอาจจะทำเป็นประจำอยู่แล้ว เช่น นั่งสมาธิ วิปัสสนา
 4. การอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่ว่าจะเป็นผู้มีอายุน้อยประพุดต่อผู้ใหญ่ และการที่ผู้ใหญ่แสดงตอบ ด้วยความเมตตา หรือการอ่อนน้อมต่อผู้มีคุณธรรม รวมถึงการให้เกียรติ ให้ความเคารพต่อความคิด ความเชื่อ และวิถีปฏิบัติของบุคคล หรือสังคมอื่นที่แตกต่างกันออกไป
 5. การช่วยขวนขวายทำในกิจที่ชอบ เป็นการให้ความช่วยเหลือแก่สังคมรอบข้าง ในการทำ กิจกรรมความดีต่างๆ ผลบุญในข้อนี้จะช่วยให้เกิดความรักความสามัคคีขึ้นด้วย
 6. การให้ผู้อื่นมาร่วมทำบุญกัน คือ ไม่ว่าจะทำบุญอะไร ก็เปิดโอกาสให้คนอื่นได้มาร่วม ทำบุญด้วย ไม่ขี้เหนียว หรืองกบุญเพราะอยากได้บุญใหญ่ไว้คนเดียว
 7. การอนุโมทนาส่วนบุญ คือ การยอมรับหรือยินดีในการทำความดีหรือทำบุญของผู้อื่น เมื่อใครไปทำบุญมาก็รู้สึกชื่นชมยินดีไปด้วย โดยไม่คิดอิจฉาหรือระแวงสงสัยในการทำความดีของผู้อื่น
 8. การฟังธรรม จะทำให้ได้ฟังเรื่องที่ดี มีประโยชน์ทั้งต่อสติปัญญา และการดำเนินชีวิต ผลบุญข้อนี้จะทำให้ผู้ฟังเกิดการรู้แจ้งเห็นจริงยิ่งขึ้น
 9. การแสดงธรรม คือ การให้ธรรมะหรือข้อคิดที่ดีๆ แก่ผู้อื่น ด้วยการนำธรรมะหรือเรื่องดีๆ ที่เป็นประโยชน์ไปบอกต่อ หรือให้คำแนะนำให้เขาได้รู้จักวิธีการดำเนินชีวิตที่ดี ผลบุญในข้อนี้ นอกจากจะทำให้ผู้อื่นได้รับรู้สิ่งที่เป็นประโยชน์แล้ว ยังทำให้ผู้บอกกล่าวได้รับการยกย่องสรรเสริญอีกด้วย
 10. การทำความเห็นให้ถูกต้องเหมาะสม คือ การไม่ถือทิฐิ เอาแต่ความคิดเห็นของตนเป็นใหญ่ แต่ให้รู้จักแก้ไข ปรับปรุงพัฒนาความคิดเห็น และความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ให้ถูกต้องตามธรรม อยู่เสมอ
- ก่อนขึ้นปีใหม่ทุกๆ ปีจะมีคำทำนายปีชง ตามความเชื่อของโหราศาสตร์ชาวจีน ที่มาจากการ จับสังเกตของกลุ่มดาว เชื่อว่าปีชงคือ การมีพลังที่มองไม่เห็นมากกระทบดวงชะตา ดังนั้นจึงต้องทำพิธี สะเดาะเคราะห์ “แก้ชง” การทำบุญสะเดาะเคราะห์มักกระทำภายในวัด โดยเฉพาะวัดที่เก่าแก่มี่ ชื่อเสียงจะเป็นที่นิยมของผู้ที่ต้องการทำบุญสะเดาะเคราะห์ นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไป ท่องเที่ยววัดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการทำบุญสะเดาะเคราะห์นอกเหนือจากการไปท่องเที่ยวตามปกติ (กิจมานิชย์ ไรจนทรัพย์, 2555)

การทำบุญสะเดาะเคราะห์ยังถือเป็นหนึ่งในหัวข้อที่สำคัญที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ใช้เป็นหัวข้อหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น งานลอยเรือสะเดาะเคราะห์ชาวมอญ กำหนดจัดในวันขึ้น 14 - 15 ค่ำ และวันแรม 1 ค่ำ เดือน 10 ของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการบูชาเทวดาที่อยู่ในน้ำ ในป่า และบนบก อีกทั้งเป็นการสืบสานประเพณีดั้งเดิมของกลุ่มชนตลอดทั้งเป็นการเผยแพร่ประเพณีลอยเรือสะเดาะเคราะห์ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ โดยประเพณีดังกล่าวมีกิจกรรมที่น่าสนใจ อาทิ การเจริญพระพุทธมนต์โดยพระสงฆ์ การบูชาเรือ โดยนำธงกระดาษ และอาหารคาวหวาน 9 อย่าง ไปบูชาเรือ การสะเดาะเคราะห์ต่ออายุ โดยการนำรูปเทียนตามกำลังวันเกิดไปไหว้และสะเดาะเคราะห์เพื่อจะมีการเผาธูปเทียนในวันสุดท้ายของงาน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) ในส่วนของจังหวัดน่านมีการจัดกิจกรรมการทำบุญสะเดาะเคราะห์เรียกว่าพิธีเฮ็ดเวียก โดยมีความเชื่อสืบต่อกันว่า พิธีเฮ็ดเวียกเป็นการทำบุญสะเดาะเคราะห์เพื่อกำจัดความชั่วร้าย หรือ เหตุการณ์ร้าย ๆ ที่เกิดขึ้นกับบุคคล เมื่อทำพิธีนี้แล้วสิ่งชั่วร้ายต่าง ๆ จะไม่เกิดขึ้น ซึ่งจัดทั้งในวัดและสถานที่ต่างๆนอกวัดจนกลายเป็นประเพณีซึ่งเป็นที่นิยมกับประชาชนโดยทั่วไป สำหรับวัดในจังหวัดน่านจะมีงานประเพณีประจำปีต่างๆ ทุกวัดซึ่งในงานประเพณีนั้นๆ จะมีการทำบุญสะเดาะเคราะห์ปรากฏอยู่ด้วย เช่นการรดน้ำมนต์ สวดมนต์ต่ออายุ และพิธีการอื่นๆซึ่งเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวและประชาชนโดยทั่วไปซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้บริษัทท่องเที่ยวจะจัดโปรแกรมการทำบุญสะเดาะเคราะห์ลงในรายละเอียดของรายการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งอีกด้วย (ก่อ สวัสดิพานิชย์, 2532)

ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด หรือ งานประจำปี

กิจกรรมต่างๆของวัดหรืองานประจำปีในวัด เป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งอยู่ในประเภทนันทนาการในโอกาสเทศกาลพิเศษ (Special Event) ที่ทางวัดจะจัดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวและประชาชนที่มาเยี่ยมชมวัดได้ร่วมกิจกรรม ทำให้เกิดความสุข สนุกสนาน พัฒนาจิตใจ อารมณ์ สังคมเป็นกระบวนการของการพัฒนาชีวิตอย่างหนึ่ง เช่น งานเทศกาล งานมหรสพ งานชุมนุม งานบุญประจำปี และงานวัด

ดวงกมล อุ่นจิตติ (2553) ได้กล่าวเกี่ยวกับงานวัด และงานบุญว่า วัดมีบทบาทต่อชุมชน และเป็นสถานที่ชุมนุมพบปะสังสรรค์กันในการทำบุญ การรื่นเริงในคราวเทศกาลทางศาสนา ในอดีตจะเห็นบทบาทด้านนี้ของวัดได้อย่างชัดเจนเพราะวัดมีสถานที่กว้างขวางและมักอยู่ในบริเวณย่านกลางของชุมชน ผู้คนในแถบนั้นจึงมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ผูกพันแน่นแฟ้นกับวัด งานวัด ถือได้ว่าเป็นงานบุญที่ชาวบ้านในท้องถิ่นร่วมแรงร่วมใจกันจัดขึ้นมาเพื่อเฉลิมฉลองเนื่องในเทศกาลงานประเพณีอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือไม่ก็เพื่อกราบไหว้บูชาพระพุทธรูปภายในถิ่นที่อยู่ เนื่องจากสมัยก่อนวัดจัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน ผู้คนกับวิถีชีวิตคนไทยมาตั้งแต่เกิดจนตายก็ว่าได้ เวลามาเที่ยวงานวัดก็ต้องมา

สักการบูชา ไหว้พระกันด้วย กล่าวโดยสรุปงานวัดก็คือ งานบุญประจำปี เช่น งานไหว้พระบรมสารีริกธาตุ งานปิดทองพระพุทธรูปจำลอง งานปิดทองพระพุทธรูปไสยาสน์ งานปิดทองรูปหล่อของหลวงพ่อดังๆ จนถึงงานฉลองโบสถ์ วิหาร และศาลาการเปรียญ รวมถึงงานตามเทศกาล เช่น วันปีใหม่ วันตรุษจีน และวันสงกรานต์ โดยนิยมจัดขึ้นทุกปีเพื่อเป็นที่ชุมนุมของผู้คนให้มาร่วมกันทำบุญและสนุกสนานไปกับกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในงาน แต่สิ่งที่เปลี่ยนไปคือ แนวคิดของการจัดงานมุ่งใช้ความสนุกเป็นหลักงานบุญ และนำรายได้เข้าสู่วัด

พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโน (2556) ได้ให้ความหมายและแบ่งประเภทงานวัด โดย งานวัดได้ถือกำเนิดขึ้น เมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงเริ่มสร้างวัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม เมื่อพ.ศ. 2442 ครั้นถึงเดือนธันวาคมปีรุ่งขึ้น คือ พ.ศ. 2443 จึงมีการฉลองเสนาสนะ หรือที่อยู่ของพระอันเพ็งสร้างแล้วเสร็จ มีการแห่พระสงฆ์สามเณรไปประจำวัดและฉลองพระพุทธรูปองค์หนึ่งชื่อพระพุทธรูปศรีห้าน้อย และมีการจัดงานออกร้าน มหรสพสนุกสนาน ถือเป็น การเริ่มต้นของงานวัดเบญจมบพิตร และแบ่งประเภทของงานวัด ดังต่อไปนี้

1. งานเทศกาล ได้แก่ งานนมัสการปูชนียวัตถุ ปูชนียสถาน หรืองานประเพณีที่มีการออกร้านและมหรสพซึ่งเป็นงานประจำปี
2. งานมหรสพ ได้แก่ งานฉลอง หรืองานกุศลที่มีการออกร้านและมหรสพ ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งคราว
3. งานชุมนุม ได้แก่ งานที่วัดจัดขึ้นเองหรือมีผู้ขอจัดขึ้นภายในวัด

กิจกรรมต่างๆ ที่ทางวัดได้จัดขึ้น ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมศาสนาให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาวัดมิใช่เพียงเพื่อการทำบุญเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มาวัดเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ทางวัดได้จัดขึ้น หากวัดสามารถจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวได้ โดยเป็นกิจกรรมที่ทำให้ นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงเอกลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ในพระพุทธศาสนา จะเป็นการช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมพระพุทธศาสนาได้อีกทางหนึ่ง เช่น การ การฟังธรรม การสนทนาธรรม และการปฏิบัติธรรม ในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เป็นต้น ดังนั้น วัดจึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่มีความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะวัดเป็นสถานที่ที่มีศิลปวัฒนธรรมของพระพุทธศาสนาที่สวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับ และ สัมผัสสิ่งต่างๆ ในพระพุทธศาสนา จึงถือได้ว่า วัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่สามารถช่วยจัดกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมพระพุทธศาสนาให้กับนักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง และเช่นเดียวกับวัดในจังหวัดน่านทุกวัด ต่างก็มีกิจกรรมอันเป็นประเพณีสืบเนื่องกันมาอย่างยาวนานเช่นงานลอยกระทง กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี งานทอดกฐิน งานประเพณีเนื่องในวัดสงกรานต์ และ งานประจำปีต่างๆ ของวัด

เทศกาลงานประเพณีในประเทศไทยนั้นถือได้ว่ามีรูปแบบของงานในหลากหลายลักษณะ ตั้งแต่งานที่เป็นการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นมารุ่นต่อรุ่น เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง ซึ่งหากกล่าวถึงวัดแล้วก็ยังมีการจัดงานประเพณีภายในวัดรวมทั้งการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับความศรัทธา เช่น งานทอดกฐิน งานประจำปีของวัด และ กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในการเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนานั้นมีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยแยกเป็นด้านต่างๆ 5 ด้าน คือ ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม เป็นการท่องเที่ยวชมผลงาน เกี่ยวกับการก่อสร้างตกแต่งในเชิงสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมในการก่อสร้างและการขีดเขียนวาดภาพเกี่ยวกับประวัติของพระพุทธเจ้า และกิจกรรมของพุทธศาสนา เป็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับพุทธศาสนาที่แสดงออกให้เห็นความงดงามและอารมณ์การรับรู้ในคุณค่าของศิลปะ

ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนาจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจในหลักธรรมะของศาสนาพุทธถือเป็นพุทธกิจกรรม ที่นักท่องเที่ยวได้มาปฏิบัติร่วมกันอันเป็นประเพณี สืบทอดกันมายาวนานและเชื่อว่าได้บุญสำเร็จด้วยการฟัง

ด้านการหาซื้อเครื่องราง ของขลัง นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความเชื่อว่า เครื่องรางของขลังเป็นตัวแทนทางด้านศาสนาที่มีความศรัทธาอันเป็นวัตถุมงคลประกอบไปด้วยพระเครื่อง เชื่อว่าเป็นประพุทธิรูปองค์เล็กๆถือเป็นเครื่องคุ้มครองป้องกันอันตราย เครื่องรางถือว่าเป็นสิ่งป้องกันตัว มีฤทธิ์สามารถดลบันดาลให้เกิดสิ่งที่ต้องการเช่น มีโชคลาภ แคล้วคลาด ของขลังเป็นสิ่งของที่เชื่อว่ามีอำนาจศักดิ์สิทธิ์ ดลบันดาลให้ผู้ยึดถือศรัทธา ประสบความสำเร็จตามปรารถนา

ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ นักท่องเที่ยวมีความเชื่อว่าการทำบุญสะเดาะเคราะห์เป็นกระบวนการหนึ่งในการท่องเที่ยวโดยมีความเชื่อว่าการให้ทาน การรักษาศีล การเจริญภาวนา การอนุโมทนา การแสดงธรรม เป็นต้น เป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงถึงบุญกิริยาวัตถุ อันเป็นที่ตั้งแห่งการเกิดบุญ ในเชิงธุรกิจการท่องเที่ยวถือว่า การทำบุญสะเดาะเคราะห์เป็นปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวในฤดูกาลต่างๆ นอกจากนั้นแหล่งท่องเที่ยวในวัดบางแห่งยังจัดกิจกรรมทำบุญสะเดาะเคราะห์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการบูชา เทวดา โดยทั่วไปจนเกิดเป็นประเพณีอันเป็นกำลังใจให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนผู้สนใจได้ชื่นชอบและถือปฏิบัติกันมาโดยต่อเนื่อง

ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด เช่น การจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ เป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะในกิจกรรมที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนานี้ทำให้สร้างจิตอาสา สร้างความรัก สามัคคี สร้างธรรมมงคล สร้างงานบุญ นักท่องเที่ยวได้ นมัสการ ปูชนียวัตถุ ปูชนียสถาน ได้ร่วมทำกุศล และยังได้ช่วยเผยแพร่พระพุทธศาสนาโดยอาศัยนักท่องเที่ยวเป็นสื่อ นำสารไปยังมวลมหาประชาชนทั่วโลกได้ กิจกรรมต่างๆ

ที่จัดมีทั้ง ประเภทการจูงใจเช่นการแสดงมหรสพ การออกร้านค้าต่างๆในงานวัด นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับถึงเอกลักษณ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ในกิจกรรมของวัดที่จัดขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาทั้ง 5 ด้านนี้เป็นการหลอมรวมกิจกรรมหลักๆทั้งหลายที่ครบถ้วนในการพัฒนา จิตใจ อารมณ์ สังคม สติปัญญาให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

กรมศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม (2557) ได้กล่าวถึงประโยชน์และคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ซึ่งมีต่อสังคมและประเทศชาติ และประชาชน ไว้ดังนี้

1. ประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

1.1 เป็นการใช้จ่ายเงินทางสังคมที่มีอยู่ในสังคมให้เกิดประโยชน์ต่อคนในชุมชน ทำให้วัดและ ศาสนสถานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชีวิตมีศักยภาพในการธำรงรักษาความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธรูปและวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของไทย ตลอดจนมีความพร้อมในด้านพื้นที่ บุคคล และกิจกรรมทางศาสนา ที่จะสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

1.2 เป็นการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย ให้เกิดทางเลือกตามรสนิยมใหม่ที่นักท่องเที่ยวต้องการความสุขทั้งทางกายและใจไปพร้อมกัน เกิดเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้มิติทางศาสนา มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณสถานและวัดเป็นฐานในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.3 ได้มีระบบการบริหารจัดการ เส้นทางท่องเที่ยวแสวงบุญต้นแบบที่มีประสิทธิภาพ รองรับความต้องการของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะของสังคม สร้างความเชื่อมโยง และสร้างความเท่าเทียมในการแสวงหาโอกาสบนพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติทางศาสนา

1.4 เกิดการบูรณาการความร่วมมือ และส่งเสริมสนับสนุนบทบาทภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนให้มีส่วนร่วมในการสืบสาน สร้างสรรค์ต่อยอดการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติทางศาสนา ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ คนในชุมชนมีอาชีพ มีรายได้

1.5 สร้างภูมิคุ้มกันให้กับคนในชุมชนและผู้แสวงบุญ จากการเตรียมความพร้อมที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวโดยวัดและชุมชน ก่อให้เกิดความรัก ความสามัคคี เอื้ออาทรต่อกัน ตลอดจนมีใจรักการบริการในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ

1.6 ทำให้แหล่งท่องเที่ยวของวัดบนเส้นทางแสวงบุญ เป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศและทั่วโลก เป็นการเผยแพร่ชื่อเสียง ทั้งระดับชุมชนท้องถิ่นและประเทศชาติ นอกจากนี้เป็นการเผยแพร่งิจกรรมปฏิบัติธรรมและวัฒนธรรมที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวด้วย

1.7 เป็นการสร้างวัดให้มีบทบาทต่อการท่องเที่ยว และมีความเข้มแข็ง

1.8 เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวแสวงบุญซึ่งเป็นพื้นฐานที่ศาสนิกชนต้องการ

2. ประโยชน์ต่อประชาชน

2.1 ได้ประกอบศาสนกิจที่มีคุณค่าต่อตนเองและสังคม ซึ่งจะเป็นความทรงจำที่ดีสำหรับตนเองและครอบครัว เป็นการสร้างบุญสร้างกุศลจากประสบการณ์ตรง ได้ประพาศธรรม (สวดมนต์ ไหว้พระ ถวายเทียน) ได้ฟังเทศน์ สนทนาธรรม ได้ทำบุญตามวัดต่างๆตามกำลังศรัทธา ที่จะร่วมทำนุบำรุงรักษา พัฒนาวัด เพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา ซึ่งถือเป็นมงคลของชีวิต

2.2 ได้พบบุคคลต้นแบบที่ดีงาม ได้บูชาคนที่ควรบูชา (พระคุณเจ้าพระสงฆ์) ได้ศึกษาแนวคิด การดำรงชีวิตที่ดีงามของผู้ทรงศีลซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตได้

2.3 ได้ฝึกจิตใจให้ไม่หวั่นไหว ทำให้จิตใจไม่เศร้าโศก ไม่มัวหมอง มีจิตใจเข้มแข็งผ่องใส ได้พบความสุข ที่แท้จริง

2.4 ได้ฝึกวินัยในตัวเองให้รู้จักระวังตัว รู้จักเชื่อฟังผู้ใหญ่ วางตัวได้เหมาะสมมีสัมมาคารวะ อุตสาหพยายาม อดทนต่อสิ่งต่างๆ ปฏิบัติตามระเบียบวินัยของหมู่คณะ

2.5 ได้พัฒนาคุณภาพชีวิต คือ รู้จักใช้ชีวิตและทรัพย์สินอย่างถูกต้องและคุ้มค่า พอเพียง รู้จักพัฒนาตัวเองและอาชีพ รู้จักคิด ปรับตัว แก้ปัญหา

2.6 เป็นการเดินทางท่องเที่ยวแสวงบุญที่พบแต่สิ่งสวยงามของวัดหรือศาสนสถาน พบธรรมะที่บริสุทธิ์และยังได้ช่วยกระจายรายได้ไปสู่ชาวบ้านในพื้นที่ต่างๆ ตามกำลังซื้อของผู้แสวงบุญ

2.7 ได้สัมผัสวิถีแห่งบุญ ผ่านคลายความเครียดต่างๆ บนเส้นทางแสวงบุญซึ่งเป็นกิจกรรมที่เชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน รวมทั้งเป็นกิจกรรมที่สร้างขวัญและกำลังใจ จากความเชื่อ ความศรัทธาที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัดนั้นๆ

2.8 ได้เปิดโลกทัศน์ ทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่กว้างไกล รวมทั้งได้ผ่อนคลายความเครียด เกิดความสนุกสนาน เป็นการพักผ่อนทั้งทางร่างกายและจิตใจ ทำให้มีความสุขทางใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความหมายของนักท่องเที่ยว

David and Melvin (1996) ได้กล่าวถึงความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่ใช้เวลาว่างชั่วคราวเพื่อที่จะเดินทางไปยังที่ต่างๆซึ่งไม่ใช่บ้านของตนเอง เพื่อพบกับสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิม นักท่องเที่ยวที่หมายถึงมนุษย์ จะสวมบทบาทเพียงชั่วคราว สัตว์เลี้ยงไม่อาจเป็นนักท่องเที่ยวได้ และการเป็นนักท่องเที่ยวก็ได้หมายถึงการเป็นมาโดยกำเนิด โดยเฉพาะในสังคมขนาดใหญ่สมัยใหม่ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆซึ่งห่างไกลจากบ้านของตน เขาหรือเธอก็จะกลายเป็นคนแปลกหน้า แต่มีโชคนอพยพ หรือคนย้ายถิ่นฐาน แต่นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่

จะเปลี่ยนที่อยู่ การท่องเที่ยวเพื่อค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่ อาจทำให้นักท่องเที่ยวแตกต่างจากผู้อพยพ หรือคนย้ายถิ่น อย่างไรก็ตามจุดประสงค์ของการไปเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมิใช่คนทำงาน มิใช่ทหาร มิใช่พนักงานเมือง มิใช่ผู้เผยแพร่ศาสนา หรือหมอรักษาโรค การเป็นนักท่องเที่ยวจึงเป็นผู้ที่มีการเคลื่อนย้ายในลักษณะชั่วคราว แต่การท่องเที่ยวก็คล้ายกับการเดินทางไปแสวงบุญ หรือการหาความสนุกสนาน องค์การสหประชาชาติ (United Nation, 2010) ได้ให้ความหมายของ “นักท่องเที่ยว” ไว้ดังนี้

ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำ ด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตามที่มีไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ ดังนั้น ผู้มาเยือน จึงหมายรวมถึง

ผู้เดินทางมี 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือน ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง
2. นักทัศนอาจร (Excursionist) ผู้ที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือน ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวก็คือ บุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆโดยใช้เวลาวางเป็นการชั่วคราว เพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ ทำให้เพิ่มศักยภาพของคุณภาพชีวิต ซึ่งนักท่องเที่ยวนั้นมีพฤติกรรมที่มาเยือนและพำนักในที่ไปเยือนนั้นไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงเรียกว่านักท่องเที่ยวสำหรับผู้มาเยือนเพียงชั่วคราวและอยู่ในพื้นที่ที่ไปเยือน ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงเรียกว่านักทัศนอาจร

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้สรุปเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และ บุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งใน สภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตเห็นได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการ ตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของ ธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นอยู่เสมอของนักท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินไปภายใต้ผลสะท้อนที่เกิด

จากภาวะแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิด และความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่แสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้ โดยนักท่องเที่ยวมีเงินทรัพยากรที่สามารถใช้แลกกับความพึงพอใจจากการใช้บริการที่เขา ต้องการ คือ เงิน เวลา และความพยายาม

ชวัลนุช อุทยาน (2552) กล่าวว่าองค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่สำคัญจะมี 7 องค์ประกอบ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง ทุกพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศ โดยการแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวที่ทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมไต่เขาปีนหน้าผา จะต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจและสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้ เป็นต้น

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรทำกิจกรรมในยามที่คลื่นลมสงบ ไม่ควรทำกิจกรรมในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง เป็นต้น

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาเที่ยงควรเป็นเวลาที่น่านักท่องเที่ยวจะต้องหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน เป็นต้น

5. การตอบสนอง หมายถึง การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้เลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เป็นต้น

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา หมายถึง ผลจากการกระทำหนึ่งๆอาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้หรืออาจไม่ได้ผลตามที่คาดหวังไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้กำหนดการเดินทางเพื่อพักผ่อนในวันหยุด ปรากฏว่าในเวลาอันเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ เป็นต้น

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมายและไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆมาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกล้มความต้องการ เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถเช่น

การเกิดจลาจลในแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้เกิดความผิดหวัง เพราะเกิดความกังวลเรื่องความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า เป็นต้น

สรุปได้ว่าในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะแสดงพฤติกรรมแบบต่างๆออกมาตามแต่ละบุคคล อาจมีพฤติกรรมแสดงออกเหมือนกันหรือต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับการรับรู้ข้อมูลได้ไม่เหมือนกัน ซึ่งพฤติกรรมต่างๆ นั้นจะแสดงให้เห็นเมื่อสัมผัสกับกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวมักจะเป็นรูปแบบของความพึงพอใจหรือไม่ และมากน้อยเพียงใดทั้งนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบปัจจัยที่สำคัญคือ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมา และ ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง

รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวหลายท่านได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (Diversionary Tourist) เป็น นักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวแบบมุ่งหาประสบการณ์ (Experiential Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์อย่างแท้จริง มักสนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (Experimental Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนในท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวแบบใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (Existential Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตกับคนท้องถิ่น จะใช้เวลาอยู่กับแหล่งท่องเที่ยว นั้นเป็นเวลานาน

Swarbrooke and Horner (1999) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบหลงใหลทะเล (Active Sea Lover) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวในทะเล
2. นักท่องเที่ยวแบบชอบผูกมิตร (Contact-minded Holiday Makers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีจิตใจชอบติดต่อกับปะผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น
3. นักท่องเที่ยวแบบชอบชมธรรมชาติ (Nature Viewers) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวแบบแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลากับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ
5. นักท่องเที่ยวแบบนักค้นหา (Discovers) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่
6. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวไปเป็นครอบครัว
7. นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ณัฐพงษ์ ชูทัย (2552) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ในแง่ของความหมาย และองค์ประกอบของแรงจูงใจไว้ดังนี้ แรงจูงใจ (Motives) คือ แรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการมากระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม เพื่อไปยังจุดหมายปลายทางหรือเป้าหมาย แรงจูงใจ มีลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. เป็นพลังงานที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม
2. เป็นตัวกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรม
3. เป็นตัวกำหนดระดับของความพยายามในการแสดงพฤติกรรม

องค์ประกอบสำคัญของแรงจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม คือ ความต้องการ (Needs) และ แรงขับ (Drives) ภายในตัวบุคคล (ขวัญหทัย ยิ้มละมัย, 2556)

การศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจ มีความสำคัญต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพราะทำให้ทราบถึงแรงจูงใจที่ทำให้มีความต้องการและมีแรงขับภายในตัวบุคคลให้เดินทางท่องเที่ยว หรือ เลือกรูปแบบของการท่องเที่ยว

ทฤษฎีการจูงใจที่เป็นที่รู้จักกันกว้างขวางมากที่สุดทฤษฎีหนึ่ง คือ “ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์” ทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow, 1970) ยึดถือข้อสมมติฐาน 4 ประการดังนี้

1. มนุษย์ทุกคนมีรูปแบบการรับแรงจูงใจคล้ายคลึงกัน โดยผ่านมาจากแหล่งกำเนิดภายในร่างกาย และจากการปฏิกริยาสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction)
2. แรงจูงใจบางอย่างมีความจำเป็นขั้นพื้นฐานและสำคัญมากกว่าแรงจูงใจอย่างอื่น
3. แรงจูงใจที่มีความจำเป็นขั้นพื้นฐานมากกว่า จำเป็นจะต้องได้รับการตอบสนองให้ได้รับความพอใจก่อนจนถึงระดับเป็นแรงจูงใจน้อยที่สุด ก่อนที่แรงจูงใจทางด้านอื่นจะได้รับแรงกระตุ้น
4. เมื่อแรงจูงใจขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองจนได้รับความพอใจแล้ว แรงจูงใจขั้นที่สูงกว่าก็จะเกิดขึ้นเข้ามาแทนที่

สรุปได้ว่า ทฤษฎีแรงจูงใจมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว เพราะสามารถทำให้ทราบแรงจูงใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางไป หรือ ไม่ไปในสถานที่ใด สถานที่หนึ่ง

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ (สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545)

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว หรือช่วงเวลาที่ยูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้
2. สิ่งกีดขวางความต้องการ คือ สิ่งต่างๆ ที่ทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลง เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยา
3. สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ ทัศนคติและมองภาพเหล่านั้นแตกต่างออกไป
4. บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจหรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไป เช่น นักท่องเที่ยว นักศึกษา หรือ นักท่องเที่ยวหัวหน้าครอบครัว

บริบทพื้นที่

จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่สวยงามทั้งในเรื่องของธรรมชาติ ผู้คน และวัฒนธรรม ที่สำคัญคือมีวัดที่อยู่ในจังหวัดมากกว่า 400 วัด (สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดน่าน, 2558) แต่ละวัดล้วนสวยงามสมบูรณ์แบบตามแบบศิลปะล้านนาตะวันออก ทั้งด้านสถาปัตยกรรม จิตรกรรมและประติมากรรม การเดินทางไปวัดต่างๆค่อนข้างสะดวก สามารถเดินเท้า ขี่จักรยาน หรือใช้รถรับจ้างได้ เนื่องจากแต่ละวัดมีระยะห่างกันไม่มาก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยววัดได้หลายๆวัด ในคราวเดียว และจากการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว วัดในจังหวัดน่าน” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหาข้อมูลของวัดต่างๆในจังหวัดน่าน และคัดเลือกวัดที่สำคัญด้านการท่องเที่ยว รวม 6 วัด ได้แก่ วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดสวนตาล วัดหัวข่วง วัดภูมินทร์ และวัดมิ่งเมือง

1. วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร



รูปที่ 1 ภาพวัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร



รูปที่ 2 ภาพเจดีย์วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร

พระธาตุช้างค้ำวรวิหาร อยู่ในถนนสุริยพงษ์ ตรงข้ามสำนักงานเทศบาลเมืองน่าน เดิมเรียก "วัดหลวง" หรือ "วัดหลวงกลางเวียง" สร้างขึ้นในสมัยเจ้าปู่แข็ง พ.ศ. 1949 เป็นวัดหลวงในเขตนครน่าน สำหรับเจ้าผู้ครองนครใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีสำคัญทางพุทธศาสนา และพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยาตามศิลาจารึกหลักที่ 74 ซึ่งถูกค้นพบภายในวัดกล่าวว่า พญาพลเทพฤาษี เจ้าเมืองน่านได้ปฏิสังขรณ์บูรณะวิหารหลวงเมื่อ พ.ศ. 2091

ลักษณะสถาปัตยกรรมของวัดพระธาตุช้างค้ำนี้ สะท้อนให้เห็นอิทธิพลของศิลปะสุโขทัย อาทิ เจดีย์ทรงลังกา (ทรงระฆัง) รอบฐานองค์พระเจดีย์ก่ออิฐถือปูนและปั้นเป็นรูปช้างครึ่งตัว ด้านละ 5 เชือก และที่มุมทั้งสี่อีก 4 เชือก ดูคล้ายจะเอาหลังหนุน หรือ "ค้ำ" องค์เจดีย์ไว้ ลักษณะคล้ายวัดช้างล้อม จังหวัดสุโขทัย ภายในวิหารประดิษฐาน พระพุทธนันทบุรีศรีศากยมุนี พระพุทธรูปสำริดปางประทานอภัย สูง 145 เซนติเมตร อายุราวครึ่งหลังพุทธศตวรรษที่ 19 ตรงกับสมัยสุโขทัยตอนปลาย

ส่วนผสมของทองคำ 65 % พระประธานเป็นปูนปั้นขนาดใหญ่ศิลปะเชียงแสน ฝีมือสกุลช่างน่านที่มีพุทธลักษณะงดงามยิ่ง (สำนักงานจังหวัดน่าน, 2552)

2. วัดพระธาตุแช่แห้ง



รูปที่ 3 ภาพวัดพระธาตุแช่แห้ง



รูปที่ 4 ภาพองค์เจดีย์วัดพระธาตุแช่แห้ง

วัดพระธาตุแช่แห้ง เป็นปูชนียสถานศักดิ์สิทธิ์ ตั้งอยู่บนเนินทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำน่าน บริเวณที่เป็นศูนย์กลางเมืองน่านเดิม หลังจากที่ย้ายมาจากเมืองปัว วัดพระบรมธาตุแช่แห้งสร้างในสมัยเจ้าพระยาการเมือง (เจ้าผู้ครองนครน่านระหว่าง พ.ศ. 1869-1902) เพื่อเป็นที่ประดิษฐานพระมหาชินธาตุเจ้า 7 พระองค์ พระพิมพ์เงินและพระพิมพ์ทอง ที่ได้รับพระราชทานจากพระมหาธรรมราชาลิไท เมื่อครั้งที่เจ้าพระยาการเมืองเสด็จไปช่วยสร้างวัดหลวงอภัย (วัดป่ามะม่วง จังหวัดสุโขทัย ในปัจจุบัน) ในปีพ.ศ. 1897

องค์พระธาตุเป็นเจดีย์ทรงระฆัง รูปแบบของ พระธาตุแช่แห้ง สันนิษฐานว่าได้รับอิทธิพลจากเจดีย์พระธาตุหริภุญไชย โดยรอบองค์บุด้วยทองจังโก (ทองดอกบวบ ทองเหลืองผสมทองแดง) ทางขึ้นสู่องค์พระธาตุเป็นต้วพญานาค หน้าบันเหนือประตูทางเข้าพระวิหารเป็นปูนปั้นลายนาคเกี่ยว ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของศิลปกรรมเมืองน่าน (สำนักงานจังหวัดน่าน, 2552)

3. วัดสวนตาล



รูปที่ 5 ภาพวัดสวนตาล



รูปที่ 6 ภาพองค์พระเจ้าทองทิพย์

วัดสวนตาล อยู่ที่ถนนมหายศ สร้างขึ้นโดยพระนางปทุมมาวดี เมื่อ พ.ศ.1770 เจดีย์มีสี่ฐาน งดงาม ชั้นล่างมีซุ้มประตูทั้งสี่ทิศ จากภาพถ่ายในหอจดหมายเหตุแห่งชาติ รูปเจดีย์วัดสวนตาลก่อนการบูรณะในสมัยพระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ (ตรงกับรัชกาลที่ 5) เป็นเจดีย์ฐานสี่เหลี่ยม องค์พระเจดีย์เป็นทรงดอกบัวตูมหรือทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ สะท้อนให้เห็นอิทธิพลศิลปะสมัยสุโขทัย

ภายในวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปที่สำคัญคือ “พระเจ้าทองทิพย์” ซึ่งพระเจ้าติโลกราชแห่งนครเชียงใหม่ โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นในปี พ.ศ.1992 เป็นพระพุทธรูปทองสำริดองค์ใหญ่ปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 10 ฟุต สูง 14 ฟุต 4 นิ้ว มีงานนมัสการและสงฆ์เป็นประจำทุกปี ในช่วงเทศกาลสงกรานต์และมีการเฉลิมฉลองทั้งกลางวันและกลางคืน (สำนักงานจังหวัดน่าน, 2552)

4. วัดหัวข่วง



รูปที่ 7 ภาพวัดหัวข่วง



รูปที่ 8 ภาพหอไตรเก่า วัดหัวข่วง

วัดหัวข่วง ตั้งอยู่ใกล้หอคำ หรือพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน มีวิหารและเจดีย์ ที่มีลักษณะศิลปกรรมแบบท้องถิ่นล้านนา สกุลช่างเมืองน่าน ฝีมือประณีตงดงาม วัดนี้ไม่ปรากฏว่าสร้างมาตั้งแต่สมัยใด มีเพียงหลักฐานว่าได้รับการบูรณะในราว พ.ศ. 2425 โดย เจ้าอนันตวรฤทธิเดช เจ้าเมืองน่าน และต่อมาราวปี พ.ศ.2472 ในสมัยเจ้ามหาพรหมสุรธาตาเจ้าผู้ครองน่านองค์สุดท้าย มีวิหารที่สวยงาม ปัจจุบันเป็นอาคารทรงจั่ว เด่นที่หน้าบันประดับลวดลายไม้จำหลักรูปพรรณพฤกษา อย่างประณีตและสวยงาม ชุ่มประตู่หน้าต่าง ประดับลายปูนปั้นรูปใบผักกาด อันเป็นศิลปะแบบตะวันตก เป็นวิหารฝีมือ

ช่างเมื่อน่านที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง นอกจากนี้ ในวัดยังมีหอไตรเก่า คล้ายวิหาร แต่มีขนาดเล็ก และทรงสูง หน้าบันและฝาผนังประดับลายแกะสลักสวยงาม ตั้งอยู่ใกล้องค์เจดีย์

เจดีย์วัดหัวข่วง ลักษณะเป็นเจดีย์ทรงประสาทหรือเรือนทอง อิทธิพลศิลปะล้านประติษฐาน พระพุทธรูปปางมารวิชัยสำริด ที่มุ่มผนังทั้งสองข้าง ปั้นเป็นรูปเทวดาทรงเครื่องยืนพนมมือ เหนือชั้นอัดงตอนสุดเรือนธาตุเป็นชั้นบัวกลีบซ้อนกัน 3 ชั้น องค์กระซัง มีขนาดเล็กไม่มีบัลลังก์ (สำนักงานจังหวัดน่าน, 2552)

5. วัดภูมินทร์



รูปที่ 9 ภาพวัดภูมินทร์



รูปที่ 10 ภาพรูปวาด “ปู่มาน ย่ามาน”

วัดภูมินทร์ เป็นวัดหลวง ตั้งอยู่ในเขตพระนครดังปรากฏชื่อตำบลในเวียงในปัจจุบัน อยู่ใกล้กับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจังหวัดน่าน ตามพงศาวดารของเมืองน่าน พระเจ้าเจตบุตรพรหมมินทร์ เจ้าผู้ครองนครน่านได้สร้างวัดภูมินทร์ขึ้นหลังจาก ที่ครองนครน่านได้ 6 ปี เมื่อ พ.ศ.2139 มีปรากฏในคัมภีร์เมืองเหนือว่าเดิมชื่อ "วัดพรหมมินทร์" แต่ตอนหลังชื่อวัดได้ เปลี่ยนไปจากเดิมเป็น วัดภูมินทร์

จุดเด่นของวัดนี้คือ เป็นวัดที่สร้างทรงจตุรมุข หนึ่งเดียวในประเทศไทยที่ดูคล้ายตั้งอยู่บนหลังพญานาค 2 ตัว อาคารนี้เป็นทั้งพระอุโบสถ พระวิหารและพระเจดีย์ประธาน โดยใช้อาคารในแนวตะวันออก-ตะวันตกเป็นพระวิหาร และอาคารแนวเหนือ-ใต้ เป็นพระอุโบสถ สามร้อยปีต่อมา วัดภูมินทร์ ได้รับการบูรณะครั้งใหญ่สมัยเจ้าอนันตวรฤทธิเดช เมื่อ พ.ศ.2410 (ปลายสมัยรัชกาลที่ 4) ใช้เวลาซ่อมนานถึง 7 ปี จิตรกรรมฝาผนังในวิหารหลวงก็เขียนขึ้นในช่วงนี้ ภาพจิตรกรรมหรือ "อุบแต้ม" ในวัดภูมินทร์เป็นชาดกในพุทธศาสนา (สำนักงานจังหวัดน่าน, 2552)

6. วัดมิ่งเมือง



รูปที่ 11 ภาพวัดมิ่งเมือง



รูปที่ 12 ภาพจิตรกรรมภายในวัดมิ่งเมือง

วัดมิ่งเมือง ตั้งอยู่ที่ถนนสุริยพงษ์ เป็นที่ประดิษฐานเสาหลักเมืองของจังหวัดน่าน ประวัติของวัดมิ่งเมือง คือ เดิมเป็นวัดร้าง มีเสาหลักเมืองที่เป็นท่อนซุงขนาดใหญ่สองคนโอบ พบที่ซากวิหาร ในราวปี 2400 เจ้านันทวรฤทธิเดช เจ้าครองนครน่านสถาปนาวัดใหม่ ตั้งชื่อว่า วัดมิ่งเมือง ตามชื่อที่เรียกเสาหลักเมืองว่า เสามิ่งเมือง ต่อมาปี 2527 ได้มีการรื้อถอนและสร้างอุโบสถหลังใหม่เป็นแบบล้านนาร่วมสมัยแบบในปัจจุบัน ลักษณะเด่นคือ ลายปูนปั้นที่ผนังด้านนอกของพระอุโบสถ มีความสวยงามวิจิตรบรรจงมาก เป็นฝีมือตระกูลช่างเชียงแสน มีความวิจิตรงดงามมาก ภายในมีภาพจิตรกรรมฝาผนังแสดงให้เห็นวิถีชีวิตของชาวเมืองน่าน ฝีมือช่างท้องถิ่นยุคปัจจุบัน และในบริเวณวัดยังเป็นที่ประดิษฐานเสาหลักเมือง ซึ่งอยู่ในศาลาจตุรมุข ด้านหน้าพระอุโบสถ เสาหลักเมืองสูงประมาณ 3 เมตร ฐานประดับด้วยไม้แกะสลักลายลงรักปิดทอง ยอดเสาแกะสลัก เป็นรูปพรหมพักตร์ มีชื่อ เมตตา กรุณา มุทิตา อุเบกขา (สำนักงานจังหวัดน่าน, 2552)

สรุปได้ว่า ศาสนสถานดังกล่าวนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดน่านอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวกันเป็นจำนวนมากตลอดทั้งปี ทั้งนี้มีกิจกรรมและสถาปัตยกรรม ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นอย่างยิ่งทุกวัดและในแต่ละวัดนี้ได้จัดกิจกรรม ประกอบเพื่อนักท่องเที่ยวในด้านสนทนาธรรม วิปัสสนา บริการเครื่องรางของขลัง ทำบุญสะเดาะเคราะห์ กิจกรรมประเพณีประจำปีในวัดและกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม ทุกวัดและทุกศาสนสถาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

กวิณ ลือยศ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเข้าชมวัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเยี่ยมชมวัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และความพึงพอใจต่อสิ่งต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้าชมวัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าวัดส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และเดินทางมาเที่ยววัดในเชียงใหม่เป็นครั้งแรก ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะมาพักที่จังหวัดเชียงใหม่ คือ 1-3 วัน ส่วนใหญ่เลือกพักโรงแรม เหตุผลที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยววัดคือ ทำบุญเป็นส่วนใหญ่ และพบว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจและสนใจอยากเที่ยววัดพระธาตุดอยสุเทพมากที่สุด ส่วนในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมในด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม และด้านศาสนาและความเชื่ออยู่ในระดับมาก และในด้านความสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

สุดาทิพย์ นันทโชค (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเขตจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Religious Tourism Behaviors at Singburi among the elder tourist) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเขตจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยวสูงอายุ และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ จังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน และ แหล่งที่มาของรายได้ในปัจจุบัน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเขตจังหวัดสิงห์บุรีของ นักท่องเที่ยวสูงอายุ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเขตจังหวัดสิงห์บุรี เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวเป็นเหตุผลหลักซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา นอกเหนือจากนั้นจากการศึกษา ยังพบว่าจังหวัดสิงห์บุรีควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของจังหวัดสิงห์บุรีอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งในจังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดใกล้เคียง เดินทางมาเที่ยวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา หรือทัวร์ไหว้พระทำบุญ ณ วัดสำคัญต่างๆ นับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มคนที่มีความสนใจพิเศษที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย ทั้งนี้เพราะตามคติความเชื่อที่ว่า การได้มาสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์จะนำความเป็นสิริมงคลมาสู่ชีวิต และนอกเหนือจากนี้ ยังพบว่า วัด เป็นทรัพยากรสำหรับการท่องเที่ยวที่สะท้อนอารยธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่นอันเป็นแหล่งรวมข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ การศึกษา ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งเชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนอีกด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงพุทธเป็นแนวทางในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพที่ดีและยังสามารถส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัดในจังหวัดสิงห์บุรีให้เป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่สำคัญของประเทศไทยอีกด้วย

สุวรรณ มุ่งเจริญ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา: กรณีศึกษา อุทยานศาสนาพระโพธิสัตว์กวนอิม จังหวัดเพชรบุรี (Religions Tourism Management: A case study at Bodhisativa Kuanyin Religious Park Phetchaburi Province) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา อุปสรรคของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และจากการศึกษาพบว่า อุปสรรคของการท่องเที่ยวเกิดจากศรัทธาในศาสนา น้อยลง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนามีเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดภาพทางศาสนาทั้งศรัทธาจริง และแบบกระแสนิยมจากการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการแก้ไขอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ควรที่จะทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางทำให้คนรู้จักมากขึ้น และควรจัดการกับทรัพยากรวัฒนธรรม อาทิเช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็นในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองแก่ความต้องการของ

นักท่องเที่ยว ในทางเดียวกันจะสามารถสื่อสารและลดอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

มาโนช พรหมปัญญา (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (Management Guideline for Religious Tourism Toward the Asean Community) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ในจังหวัดอุบลราชธานี และปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า จังหวัดอุบลราชธานี มีทั้งอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ที่โดดเด่น รวมทั้งยังมีภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่แหล่งท่องเที่ยวยังขาดเสน่ห์ ทั้งยังขาดการถ่ายทอดความรู้ทางศาสนาโดยมีคฤหบดี ดังนั้นจำเป็นต้องพัฒนากระบวนการสื่อสาร เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี

อารีย์ นัยพินิจ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ (The Study potentiality approaches in Religion Tourism of “Roi Kaen Sarn Sin” Cluster province) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเชิงพุทธศาสนาของวัด และศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ กลุ่มผู้ให้เป็นผู้แทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดและสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัด จำนวน 17 คน และกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ร้อยแก่นสารสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาในเทศกาลสำคัญทางพุทธศาสนา ได้แก่ เทศกาลลอยกระทง สงกรานต์ ปีใหม่ และเข้าพรรษา - ออกพรรษา ซึ่งกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเดินทางมามากที่สุด คือ เดินทางมาวัดเพื่อการตักบาตร ถวายทาน เวียนเทียน ในวันสำคัญต่างๆ ทางศาสนา นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมาวัดโดยรถยนต์ส่วนตัว สำหรับสิ่งที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนา คือ การได้รับความเพลิดเพลินกับภูมิทัศน์ และการได้เรียนรู้และเห็นคุณค่าของศิลปะต่างๆ ปัจจัยจูงใจหลัก คือ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว สภาพการเข้าถึง และกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยการพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาอย่างยั่งยืน ศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ได้แก่ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านความปลอดภัย ด้านกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว ด้านรายการนำเที่ยว และ ด้านสังคม

งานวิจัยต่างประเทศ

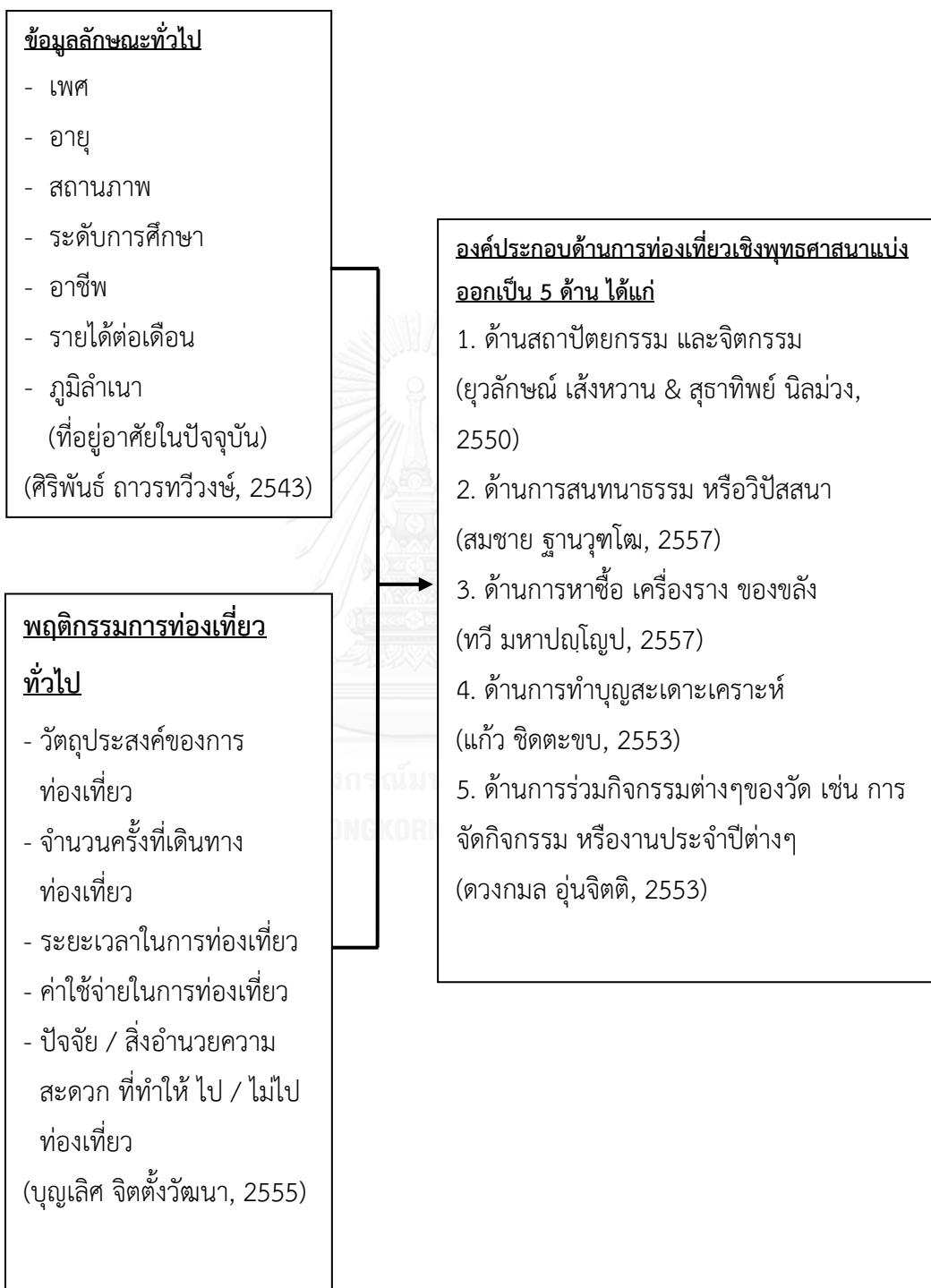
Isaree (2000) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะคติของผู้ที่อาศัยในพื้นที่บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลกระทบต่อ สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในวัด ในพุทธศาสนา ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพฯ วัดพระธาตุดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ และ วัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยเป็นอย่างมาก ยิ่งว่า การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาให้ประโยชน์อย่างมาก แก่ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม และยังพบว่า ทักษะคติของประชาชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาไม่ส่งผลกับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชน

Madhu (2010) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในประเทศอินเดีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเหตุผลสำคัญของการส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาในประเทศอินเดีย และเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาประเทศอินเดียให้เป็นปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเหมือนกับประเทศอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น ไทย และ จีน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ระดับการรับรู้และเข้าใจ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในประเทศอินเดีย ยังอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น ไทย และ จีน รวมถึงประเทศอินเดียยังขาดความตระหนักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในพื้นที่ต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

Matsui (2012) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจในการท่องเที่ยวแสวงบุญ พบว่า การท่องเที่ยวแสวงบุญมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก ประเทศใดที่มีการท่องเที่ยวแสวงบุญจะเป็นประเทศที่ได้เปรียบมาก เพราะสามารถเปลี่ยนเป็นเงินตราต่างประเทศได้ไม่ว่าจะเป็นการจ้างงานที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวแสวงบุญที่มีขนาดใหญ่ และมีความเห็นว่า การท่องเที่ยวมีบทบาทที่สามารถเพิ่มมาตรฐานการครองชีพในการลดความยากจนในชุมชนท้องถิ่นได้อีกด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพประกอบข้างล่าง



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัด จังหวัดน่าน ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยในหัวข้อและรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร

ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดน่านใน ปี พ.ศ. 2556 รวมทั้งสิ้น 100,356 คน (สำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่า น่าน, 2556)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่านและไปเยี่ยมชมวัดใดวัดหนึ่ง หรือทั้ง 6 วัด ได้แก่ วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดสวนตาล วัดหัวข่วง วัดภูมินทร์ และ วัดมิ่งเมือง จำนวน 420 คน ซึ่งจำนวนดังกล่าวผู้วิจัยได้มาจากการคำนวณจากสูตรของ ยามาเน (Yamane, 1976) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งมีความคลาดเคลื่อน 5 %

$$\begin{aligned} \text{สูตร} \quad n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ n &= \text{ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้} \\ N &= \text{จำนวนประชากรที่ทราบค่า} \\ e &= \text{ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ ในที่นี้ กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ดังนั้นค่า } e = 0.05 \\ N &= \frac{100356}{1 + (100356)(.05)^2} \\ &= \frac{100356}{251.89} = 398.41 \end{aligned}$$

นั่นคือ จำนวนตัวอย่างหรือจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยววัด ในจังหวัดน่าน จำนวน 6 วัด ที่กำหนดไว้ในขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 398.41 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและเพื่อความสมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 420 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการได้มาแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling Method) โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยวิธีการ ดังนี้

1. สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัดใดวัดหนึ่งที่เป็นวัดในขอบเขตของการวิจัยด้านพื้นที่ จำนวนรวม 6 วัด

2. สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) (เทียมจันทร์ พานิชย์ผลินไชย, 2539) เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในวัดกระจายตามแต่ละวัดเท่าๆกันทุกวัด โดยแบ่งจำนวนการเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละวัด ดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยววัด ในจังหวัดน่าน รวม 6 วัด

วัดในจังหวัดน่าน	นักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)
1. วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร	70
2. วัดพระธาตุแช่แห้ง	70
3. วัดสวนตาล	70
4. วัดหัวข่วง	70
5. วัดภูมินทร์	70
6. วัดมิ่งเมือง	70
รวม	420

3. สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความเต็มใจและยินดีให้ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้ได้จำนวนตัวอย่าง 70 คนต่อวัด จนครบจำนวน 420 คน

เกณฑ์การคัดเลือกและคัดออก

เกณฑ์คัดเลือก

1. มีสัญชาติไทย ทั้งเพศชายและเพศหญิง
2. ไม่จำกัดอายุ
3. เป็นผู้ที่มาท่องเที่ยวในวัดทั้ง 6 ได้แก่ วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดสวนตาล วัดหัวข่วง วัดภูมินทร์ และวัดมิ่งเมือง ผู้วิจัยได้เลือกวัดที่ใช้ในการวิจัยจากการสอบถามโดยตรงกับเจ้าหน้าที่ของสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน ซึ่งเจ้าหน้าที่ได้แนะนำให้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาจำนวน 6 วัดดังกล่าวข้างต้น วัดเหล่านี้เป็นวัดสำคัญทางประวัติศาสตร์ และบ่งบอกถึงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสถานที่ตั้งของแต่ละวัดไม่ห่างไกลกัน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเยี่ยมชมวัดเหล่านี้ได้อย่างสะดวกและต่อเนื่องกัน (สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดน่าน, 2558)
4. มีความสมัครใจและพร้อมให้ความร่วมมือในการวิจัย

เกณฑ์คัดออก

1. มีภูมิลำเนาในจังหวัดน่าน
2. ไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม

ขั้นตอนในการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ร่างแบบสอบถามโดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งหมด 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ ภูมิลำเนา ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดชนิดเลือกตอบ (Multiple Choice)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งหมด 11 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิดชนิดเลือกตอบ (Multiple Choice) ในรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
2. จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว
3. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว
4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
5. ปัจจัย / สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ทำให้ ไป / ไม่ไปท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัด จังหวัดน่าน รวม 5 ด้าน มีจำนวนทั้งหมด 11 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิดชนิดเลือกตอบ (Multiple Choice) ในองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม
2. องค์ประกอบด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา
3. องค์ประกอบด้านการหาซื้อ เครื่องราง หรือของขลัง
4. องค์ประกอบด้านการทำบุญ สะเดาะเคราะห์
5. องค์ประกอบด้านกิจกรรมต่างๆของวัด หรืองานประจำปี

การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Test)

เมื่อการสร้างแบบสอบถามเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวรวม 5 ท่านในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 4 ท่าน และ ผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตจำนวน 1 ท่าน การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา กระทำเพื่อพิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ของงานวิจัยกับเนื้อหาในแบบสอบถาม โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) ค่า IOC ที่เข้าใกล้ +1 แสดงว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์มาก (ยูทพงษ์ กัยวรรณ, 2543)

วิธีการประเมินความสอดคล้อง มีดังนี้

ถ้าผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่ารายการนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้ทำเครื่องหมาย / ที่ช่อง +1

ถ้าผู้ทรงคุณวุฒิไม่แน่ใจว่ารายการนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ ให้ทำเครื่องหมาย / ที่ช่อง 0

ถ้าผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่ารายการนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ให้ทำเครื่องหมาย / ที่ช่อง -1

จากนั้น นำข้อมูลที่รวบรวมจากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่านมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ค่าดัชนีในข้อใดของแบบสอบถามที่มีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่าข้อแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกันถือว่าใช้ได้ ในการศึกษาครั้งนี้ ผลการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของเครื่องมือที่ใช้ มีค่าเท่ากับ 0.93

การทดสอบความเที่ยง (Reliability Test)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างจริง โดยกลุ่มประชากรนี้มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 30 คน ที่ไปเยี่ยมชมวัดในกรุงเทพมหานครซึ่งมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับวัดในจังหวัดน่านที่ใช้เป็นสถานที่เก็บข้อมูลในการวิจัยนี้ แล้วนำผลจากแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดค่าสัมประสิทธิ์ไว้ที่ 0.8 ซึ่งถือเป็นค่าที่เหมาะสม (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543) ในการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาหรือความเที่ยงของแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.83 ดังนั้นเครื่องมือจึงมีความเที่ยงตามเกณฑ์ที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ติดต่อและได้รับอนุญาตจากเจ้าอาวาสหรือกรรมการของวัด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 420 ชุด กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 วัด ซึ่งผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทุกชุด โดยใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนมีนาคม 2558 โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันจันทร์ถึงวันศุกร์ จำนวน 25 คนต่อวัน ในช่วงเวลา 9:00 – 14:00 น. เก็บข้อมูล 2 วัดต่อวัน เนื่องจากเป็นวันธรรมดา มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยววัดน้อยกว่าในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และเก็บข้อมูลของวันเสาร์และวันอาทิตย์ จำนวน 50 คนต่อวัน และ 45 คนต่อวันในวันอาทิตย์สุดท้ายของการเก็บข้อมูล ในช่วงเวลา 9:00 – 16:00 น. โดยเก็บข้อมูล 3 วัดต่อวัน เนื่องจากวันเสาร์และวันอาทิตย์มีนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยทำงานและวัยกำลังศึกษาใช้เวลาในวันหยุดเดินทางมาเที่ยววัด ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าในวันธรรมดา โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง (รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันและช่วงเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูล	เดือน	กุมภาพันธ์					มีนาคม					รวม			
	วัน	จันทร์-ศุกร์		เสาร์และอาทิตย์			จันทร์-ศุกร์		เสาร์และอาทิตย์						
	ช่วงเวลา	9:00 - 14:00 น.		9:00 - 16:00 น.			9:00 - 14:00 น.		9:00 - 16:00 น.						
1. วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร	13				12		16			12			17		70
2. วัดพระธาตุแช่แห้ง	12				13		16			13			16		70
3. วัดสวนตาล			12				18	12			11		17		70
4. วัดหัวข่วง			13				16		13			14		14	70
5. วัดมิ่งเมือง				13			16		12			13		16	70
6. วัดภูมินทร์				12			18		13			12		15	70
รวม	25	25	25	25	50	50	25	25	25	25	25	50	45	420	

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนแบบสอบถามที่เก็บได้ในแต่ละเดือนจากวัดต่างๆ รวม 6 วัด โดยในช่วงเวลา 09.00-14.00 น. ของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามวันละ 25 คน และ ช่วงเวลา 09:00-16:00 น. ของวันเสาร์และวันอาทิตย์ ใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามวันละ 50 คน โดยวันสุดท้ายของการเก็บตัวอย่าง ทำการเก็บแบบสอบถามเพียง 45 คน เพื่อให้ครบจำนวน 420 คน ดังปรากฏรายละเอียดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อหาค่าตามสถิติที่ได้กำหนดไว้ ดังขั้นตอนต่างๆดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 ข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 4 วิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัด จังหวัดน่าน

โดยการวิเคราะห์หาค่า Chi-Square (X^2) กำหนดความนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยวในวัด จังหวัดน่าน สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นขั้นตอนต่างๆ ตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์และอักษรย่อในการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อความเข้าใจ ความสะดวกในการวิเคราะห์ และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีความสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

N	แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
X^2	แทน คาสถิติของการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)
sig	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบด้วย ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยววัด ในจังหวัดน่าน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัดจังหวัดน่านดังนี้

- ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป
- ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในจังหวัดน่าน
- ตอนที่ 4 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัดในจังหวัดน่าน
- ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

ผลการวิเคราะห์

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิภาค (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงแจกแจงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละของ ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	นักท่องเที่ยวชาวไทย	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
เพศชาย	176	41.9
เพศหญิง	244	58.1
รวม	420	100.0

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	นักท่องเที่ยวชาวไทย	
	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	61	14.5
21-40 ปี	185	44.1
41-60 ปี	150	35.7
61 ปี หรือ มากกว่า	24	5.7
รวม	420	100.0
3. สถานภาพ		
โสด	264	62.8
สมรส	146	34.8
หย่า	10	2.4
รวม	420	100.0
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา หรือ ต่ำกว่า	23	5.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย	87	20.7
ปริญญาตรี	252	60.0
อื่นๆ ได้แก่	58	13.8
ปวส	23	5.5
ศึกษาผู้ใหญ่	1	0.2
ปริญญาเอก	4	1.0
มัธยมต้น	30	7.1
รวม	420	100.0

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	นักท่องเที่ยวชาวไทย	
	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	87	20.7
ธุรกิจส่วนตัว / ร้านค้า	83	19.8
นักเรียน / นักศึกษา	90	21.4
พนักงานบริษัทเอกชน	121	28.8
อื่นๆ ได้แก่	39	9.3
แม่บ้าน	4	1.0
เกษียณ	25	5.9
อาชีพอิสระ	10	2.4
รวม	420	100.0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	86	20.5
5,000 – 30,000 บาท	171	40.7
30,001 – 50,000 บาท	73	17.4
มากกว่า 50,000 บาท	90	21.4
รวม	420	100.0
7. ภูมิลำเนา (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)		
ภาคเหนือ	155	36.9
ภาคกลาง	224	53.4
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	27	6.4
ภาคใต้	14	3.3
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 และเป็นเพศชาย จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9

จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มีช่วง 21-40 ปี มากที่สุดจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 41-60 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 ช่วงอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และช่วงอายุ 61 ปีหรือมากกว่า มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

จำแนกตามสถานภาพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และสถานภาพหย่าร้างน้อยที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา คือ ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และการศึกษา อื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ ปวส ศึกษาผู้ใหญ่ ปริญญาเอก มัธยมต้น และประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 23, 1, 4, 30 และ 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5, 0.2, 1.0, 7.1 และ 5.5 ตามลำดับ

จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา คือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ร้านค้า จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และ อาชีพ อื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ แม่บ้าน เกษียณ และอาชีพอิสระ จำนวน 4, 25 และ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0, 5.9 และ 2.4 ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 มากที่สุด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ไม่มีรายได้ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4

จำแนกตามภูมิลำเนา (ที่อยู่ปัจจุบัน) พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนา (ที่อยู่ปัจจุบัน) อยู่ในภาคกลางมากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมา คือ ภาคเหนือ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และภาคใต้ น้อยที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป	นักท่องเที่ยวชาวไทย	
	จำนวน	ร้อยละ
1. ความถี่ในการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย		
อย่างน้อยเดือนละหนึ่งครั้ง	101	24.1
2-3 เดือนครั้ง	114	27.1
ปีละครั้ง	42	10.0
ไม่แน่นอน	163	38.8
รวม	420	100.0
2. พาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ในการเดินทางไปท่องเที่ยว		
รถส่วนตัว	303	72.2
รถประจำทาง	70	16.6
อื่นๆ ได้แก่	47	11.2
เครื่องบิน	9	2.2
รถไฟ	38	9.1
รวม	420	100.0
3. ช่วงเวลาที่ชื่นชอบเดินทางไปท่องเที่ยว		
ช่วงวันหยุด เสาร์ อาทิตย์	146	34.8
ช่วงวันหยุดเทศกาล ที่หยุดติดกันมากกว่า 3 วัน	160	38.1
วันธรรมดา	95	22.6
อื่นๆ ได้แก่	19	4.5
ทุกครั้งที่ได้หยุดยาว	18	4.3
เมื่อมีเวลาว่าง	1	0.2
รวม	420	100.0

4. ระยะเวลาส่วนใหญ่ในการท่องเที่ยว		
1-2 วัน	135	32.1
3-4 วัน	222	52.9
มากกว่า 4 วันขึ้นไป	63	15.0
รวม	420	100.0
5. แหล่งข้อมูลสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด		
สื่อ นิตยสาร/ สื่อทางออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย	212	50.5
สถานที่จัดงานการท่องเที่ยว	55	13.1
ได้ข้อมูลจากคำบอกต่อของคนรอบข้าง / เพื่อน	118	28.1
เป็นสถานที่ ที่เคยไปท่องเที่ยวแล้วอยากกลับไปอีก	35	8.3
รวม	420	100.0
6. เดินทางท่องเที่ยวกับใครมากที่สุด		
เพื่อน/คู่รัก	212	50.5
ครอบครัว	185	44.0
เดินทางคนเดียว	23	5.5
รวม	420	100.0

7. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ภูมิทัศน์สวยงาม	259	33.2
แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย		
ความต้องการโดยส่วนตัว	147	18.9
ความต้องการโดยความคิดเห็นส่วนรวมของคนที่ไปด้วย	171	21.9
สถานที่พัก	115	14.8
สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว	85	10.9
อื่นๆ ได้แก่	3	0.3
ไปเที่ยวเพราะเบื่อบ้านปัจจุบัน	1	0.1
ไปเพราะมีความเครียด	1	0.1
ไปเพราะมีเวลาว่าง	1	0.1
รวม	780	100.0

8. ปัจจัยที่ทำให้ไม่อยากเดินทางท่องเที่ยว

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ระยะทางที่ไกลเกินไป / ใช้เวลาในการเดินทางนาน	199	28.4
ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่อาจจะสูงเกินไป	214	30.5
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก	134	19.1
ระบบด้านการรักษาความปลอดภัยที่ไม่มีคุณภาพ	146	20.8
อื่นๆ ได้แก่	8	1.2
คนเยอะเกินไป	2	0.3
สภาพอากาศที่ร้อนเกินไป	6	0.9
รวม	701	100.0

9. สถานที่พักสำหรับท่องเที่ยวครั้งนี้		
บ้านของตนเอง	39	9.3
บ้านของญาติ/เพื่อน	66	15.7
โรงแรม/รีสอร์ท	301	71.7
อื่นๆ ได้แก่	14	3.3
บ้านเช่า	7	1.6
บ้านแพน	3	0.7
หอพัก	4	1.0
รวม	420	100.0
10. วัตถุประสงค์โดยทั่วไปในการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	300	26.0
เพื่อเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	71	6.2
เพื่อการได้เปลี่ยนสถานที่ ทำให้รู้สึกดีขึ้น	181	15.7
เพื่อการได้ลิ้มลอง รสชาติ อาหาร จากสถานที่ๆไปเที่ยว	144	12.5
เพื่อการเรียนรู้ถึง วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียม ประเพณี	221	19.2
เพื่อเป็นการส่งเสริม หรือ สนับสนุนสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ	123	10.6
ต้องการให้เวลากับครอบครัว	106	9.2
อื่นๆ ได้แก่	6	0.6
คลายเครียด	3	0.3
ไปเที่ยวเพราะอยากสังสรรค์กับเพื่อนฝูง	2	0.2
ไปเพราะมาพบญาติพี่น้อง	1	0.1
รวม	1152	100.0

11. สาเหตุที่ทำให้ ต้องเดินทางไปท่องเที่ยว		
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
รู้สึกเครียด เรื่องงาน จึงอยากผ่อนคลาย	162	19.5
มีปัญหาเรื่องความรัก ทำให้อยากเดินทางไปพักผ่อน	45	5.4
เดินทางกลับภูมิลำเนา และ ถี้อโอกาส พักผ่อนในตัว	83	10.0
ลูกหรือคนในครอบครัว อยู่ในช่วงปิดเทอม จึงเดินทางมาพักผ่อน	117	14.0
เดินทางมาทำงานจึงถี้อโอกาส เที่ยงไปในตัว	96	11.6
เดินทางมาเพื่อศึกษา หาข้อมูล เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการศึกษา	79	9.5
เดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยว	241	29.0
อื่นๆ ได้แก่	8	1.0
เกษียณ	1	0.1
เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศ	1	0.1
มาเพราะต้องการทำบุญไหว้พระ	6	0.8
รวม	831	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ด้านความถี่ในการเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย มากที่สุด คือ อยู่ที่ ไม่นานจน จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ ความถี่ในการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย อยู่ที่ 2 - 3 เดือนครั้ง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 ความถี่ในการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย อยู่ที่ อย่างน้อยเดือนละหนึ่งครั้งคิดเป็น จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 และความถี่ในการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย อยู่ที่ ปีละครั้ง น้อยที่สุด จำนวน 42 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.0

ด้านพาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ในการเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า เดินทางไปท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมา คือ รถประจำทาง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และ พาหนะ อื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ รถไฟ เครื่องบิน จำนวน 9 และ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และ 9.1 ตามลำดับ

ด้านช่วงเวลาในการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงเวลาในการท่องเที่ยว คือ ช่วงวันหยุดตามเทศกาลที่หยุดติดกันมากกว่า 3 วัน มากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมา คือ ช่วงวันหยุด เสาร์ อาทิตย์ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 วันธรรมดา จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และ ช่วงเวลา อื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ ทุกครั้งที่ได้หยุดยาว เมื่อมีเวลาว่าง น้อยที่สุด จำนวน 18 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และ 0.2 ตามลำดับ

ด้านของระยะเวลาส่วนใหญ่ที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่า ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากที่สุดคือ 3-4 วัน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมา คือ 1-2 วัน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 และ น้อยที่สุด คือ มากกว่า 4 วันขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ด้านแหล่งข้อมูลสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า แหล่งข้อมูลสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สื่อ นิตยสาร/ สื่อทางออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา คือ ได้ข้อมูลจากคำบอกต่อของคนรอบข้าง/ เพื่อน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 สถานที่จัดงานท่องเที่ยว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 และ เป็นสถานที่ที่เคยไปท่องเที่ยวแล้วอยากกลับไปอีก น้อยที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ด้านผู้ร่วมเดินทางไปด้วยในการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยมากที่สุด คือ เพื่อน/คู่รัก จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา คือ ครอบครัว จำนวน 185 คิดเป็นร้อยละ 44.0 และ เดินทางคนเดียวน้อยที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ด้านการเหตุผลในการเลือกตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว ในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง โดยส่วนใหญ่ได้เลือกในข้อความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ภูมิทัศน์สวยงาม แหล่งท่องเที่ยว หลากหลาย มากที่สุด จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 259 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมา คือ ความต้องการโดยความคิดเห็นส่วนรวมของคนไปด้วย จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 171 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.9 ความต้องการโดยส่วนตัว จำนวนการผู้ที่เลือกทั้งหมด 147 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.9 สถานที่พัก จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 115 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.8 สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 85 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.9 และ เหตุผลอื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.3 ได้แก่ ไปเที่ยวเพราะเบื่อสังคมปัจจุบัน ไปเพราะมีความเครียด ไปเพราะมีเวลาว่าง มีจำนวน 1 ครั้งเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 0.1

ด้านปัจจัยที่ไม่อยากไปท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่อยากเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่อาจสูงเกินไป จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 214 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมา คือ ระยะเวลาที่ไกลเกินไป/ใช้เวลาในการเดินทางนาน จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 199 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.4 การไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนครั้งที่

ที่เลือกทั้งหมด 134 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.1 ระบบด้านการรักษาความปลอดภัยที่ไม่มีคุณภาพ จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 146 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ ปัจจัย อื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.2 โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ คนเยอะเกินไป สภาพอากาศที่ร้อนเกินไป มีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 2 และ 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.3 และ 0.9 ตามลำดับ

ด้านสถานที่พักสำหรับการท่องเที่ยวครั้งนี้ พบว่าสถานที่พักในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด คือ โรงแรม/รีสอร์ท คิดเป็นจำนวน 301 คน หรือ ร้อยละ 71.7 รองลงมา คือ บ้านของญาติ/เพื่อน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 บ้านของตนเองจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และ สถานที่พัก อื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ บ้านเช่า บ้านแพน หอพัก จำนวน 7,3 และ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6, 0.7 และ 1.0 ตามลำดับ

ด้านของ วัตถุประสงค์โดยทั่วไปของการไปท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางไปท่องเที่ยว มากที่สุด คือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 300 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ เพื่อการเรียนรู้ถึง วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 221 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.2 เพื่อการได้เปลี่ยนสถานที่ ทำให้รู้สึกดีขึ้น จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 181 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.7 เพื่อการได้ลิ้มลอง รสชาติ อาหาร จากสถานที่ไปเที่ยว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 144 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.5 เพื่อเป็นการส่งเสริม หรือ สนับสนุนสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 123 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.6 ต้องการให้เวลากับครอบครัว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 106 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.2 เพื่อเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 71 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.2 และ วัตถุประสงค์ อื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.6 โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ คลายเครียด ไปเที่ยวเพราะอยากสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ไปเพราะมาพบญาติพี่น้อง มีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 3, 2 และ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.3, 0.2 และ 0.1 ตามลำดับ

ด้านสาเหตุที่ทำให้ต้องเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุที่ทำให้ต้องเดินทางไปท่องเที่ยว มากที่สุดคือ เดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 241 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมา คือ รู้สึกเครียด เรื่องงาน จึงอยากผ่อนคลาย จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 162 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.5 ลูก หรือ คนในครอบครัวอยู่ในช่วงปิดเทอม จึงเดินทางมาพักผ่อน จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 117 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.0 เดินทางมาทำงาน จึง ถู้อโอกาสเที่ยวไปในตัว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 96 คิดเป็นร้อยละ 11.6 เดินทางกลับภูมิลำเนา และถู้อโอกาสพักผ่อนไปในตัว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 83 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.0 เดินทางมาเพื่อศึกษา หา ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 79 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.5 มีปัญหาเรื่องความรัก ทำให้อยากเดินทางไปพักผ่อน

จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 45 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4 และสาเหตุอื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1 โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ เกษียณ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เปลี่ยนบรรยากาศ มาเพราะต้องการทำบุญไหว้พระ มีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 1, 1 และ 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.1, 0.1 และ 0.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัดในจังหวัดน่าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัดในจังหวัดน่าน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัดในจังหวัดน่าน

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัดในจังหวัดน่าน	นักท่องเที่ยวชาวไทย	
	จำนวน	ร้อยละ
1. จำนวนครั้งที่ท่องเที่ยววัด ในจังหวัดน่าน		
มาเป็นครั้งแรก	205	48.8
มาเป็นครั้งที่ 2	66	15.7
มาเป็นครั้งที่ 3	41	9.7
มาเป็นครั้งที่ 4	8	2.0
มาแล้วมากกว่า 4 ครั้ง	100	23.8
รวม	420	100.0
2. วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาวัด ในจังหวัดน่าน (องค์ประกอบรวม 5 ด้าน)		
เพื่อชมสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม	285	67.9
เพื่อการสนทนาธรรม	22	5.2
เพื่อการซื้อ หรือ บูชา เครื่องรางของขลัง	17	4.1
เพื่อการ ทำบุญ สะเดาะเคราะห์ ปิ๊ง	35	8.3
เพื่อมาร่วมกิจกรรมที่วัดจัดขึ้น	18	4.3
เพื่อการศึกษาหาความรู้ หรือ ค้นหาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับวัด	43	10.2
รวม	420	100.0

3. เวลาในการสักการะและเยี่ยมชม หรือทำกิจกรรมต่างๆในวัด		
ครึ่งชั่วโมง	208	49.5
1 ชั่วโมง	149	35.5
มากกว่า 1 ชั่วโมง	63	15.0
รวม	420	100.0
4. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่ได้ใช้ไปกับการทำบุญ หรือบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ วัตถุมงคล ในแต่ละครั้งเฉลี่ยประมาณเท่าไร (องค์ประกอบด้านการทำบุญ สะเดาะเคราะห์ และ ด้านการหาซื้อ เครื่องราง หรือของขลัง)		
50 บาท หรือน้อยกว่า	75	17.9
51 – 100 บาท	154	36.7
101 – 300 บาท	111	26.4
มากกว่า 300 บาท	80	19.0
รวม	420	100.0
5. สถาปัตยกรรม หรือ จิตรกรรม ในวัด ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจมาก ที่สุด (องค์ประกอบด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม)		
องค์พระเจดีย์ประจำวัด	126	30.0
หอไตรภายในวัด	25	5.9
พระวิหารหลวงของวัด	147	35.0
จิตรกรรมฝาผนังในวัด	122	29.1
รวม	420	100.0

6. เหตุผลในการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรม หรือ จิตรกรรมในวัด		
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
(องค์ประกอบด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม)		
เพื่อการหาความรู้เพิ่มเติม	115	15.9
ชมความงดงามเพียงอย่างเดียว	183	25.3
เยี่ยมชมเพื่อการนำเสนองาน หรือ วิจัย	55	7.6
เพื่อสักการะ หรือ ขอพร ตามความเชื่อ	226	31.3
ศึกษาความเป็นมาของ สถาปัตยกรรม หรือจิตรกรรม ในวัด	141	19.5
อื่นๆ ได้แก่	3	0.4
เพื่อความผ่อนคลาย	2	0.3
เพื่อหาความสุนทรีย์ให้ตนเอง	1	0.1
รวม	723	100.0
7. เหตุผลที่ทำให้เดินทางมาสนทนาธรรม		
(องค์ประกอบด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา)		
มาเพื่อเป็นการทำบุญประจำปี	82	19.5
มา เพราะมีเรื่อง ไม่สบายใจ	35	8.3
มาเป็นปกติ ไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ	197	46.9
มาตามครอบครัว หรือ พ่อแม่แนะนำมา	63	15.0
มา เพราะอยากทราบว่า การสนทนาธรรม คืออะไร	43	10.3
รวม	420	100.0
8. เลือกซื้อ หรือ บูชา เครื่องราง ของขลัง ประเภทใด		
(องค์ประกอบด้านการหาซื้อ เครื่องราง หรือของขลัง)		
พระเครื่อง	98	23.3
เครื่องรางประจำวันเกิด	129	30.7
เครื่องรางเสริมดวงด้านความรัก	44	10.5
เครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย	149	35.5
รวม	420	100.0

9. สาเหตุในการมาทำบุญ สะเดาะเคราะห์ หรือแก้ปี่ขง		
(องค์ประกอบด้านการทำบุญ สะเดาะเคราะห์)		
รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ	41	9.8
มาทำบุญ เพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิด หรือ วันครบรอบ ต่างๆ	44	10.5
มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ	165	39.3
มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ	93	22.1
มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ	36	8.5
มา เพราะ ญาติ หรือ เพื่อน แนะนำมา	41	9.8
รวม	420	100.0
10. กิจกรรม ในวัดจัดที่จัดขึ้นเพื่อดึงดูดให้คนมาร่วมกิจกรรม มากขึ้น		
(องค์ประกอบด้านกิจกรรมต่างๆของวัด หรืองานประจำปี)		
งานวัด ที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิลอยกระทง	133	31.7
กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี	61	14.5
งานทอดกฐิน	47	11.2
งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์	24	5.7
งานประจำปี ของวัด	154	36.7
อื่นๆ ได้แก่ ประเพณีหกเป็ง	1	0.2
รวม	420	100.0
11. ความรู้สึกหลังจากเข้ามาสักการะ วัด		
ประทับใจและสบายใจ	287	68.3
ทำให้เข้าใจธรรมชาติของชีวิต	22	5.2
ทำให้รู้สึกเข้าถึงศาสนายิ่งขึ้น	49	11.7
รู้สึกธรรมดาเหมือนท่องเที่ยวในวัดอื่น	33	7.9
รู้สึกอยากกลับมาที่แห่งนี้อีก	26	6.2
อื่นๆ ได้แก่	3	0.7
วัดน่ามีความสวยงามมาก	1	0.2
อยากกลับมาสนทนาธรรมกับพระที่วัดน่านอีก	2	0.5
รวม	420	100.0

ข้อมูลในตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดน่านของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยวิเคราะห์จากจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มาเป็นครั้งแรก จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ มาแล้วมากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 มาเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 มาเป็นครั้งที่ 3 จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และ น้อยที่สุดคือ มาเป็นครั้งที่ 4 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ด้านวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาวัดในจังหวัดน่าน พบว่า วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาวัดในจังหวัดน่านของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด คือ เพื่อชมสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือเพื่อศึกษาหาความรู้ หรือ ค้นหาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับวัด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 เพื่อการทำบุญสะเดาะเคราะห์ปีชง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 เพื่อการสนทนาธรรม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 เพื่อมาร่วมกิจกรรมที่วัดจัดขึ้น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และเพื่อการซื้อ หรือ บูชาเครื่องราง ของขลัง น้อยที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

ด้านการใช้เวลาในการสักการะและเยี่ยมชม หรือ ทำกิจกรรมต่างๆในวัด มากที่สุด คือ ครั้งชั่วโมง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา คือ 1 ชั่วโมง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และน้อยที่สุด คือ มากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ด้านความรู้สึกเมื่อได้เข้ามาสักการะที่วัด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือก ประทับใจ และสบายใจ มากที่สุด จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมา คือ ทำให้รู้สึกเข้าถึงศาสนา ยิ่งขึ้น จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 รู้สึกธรรมดา เหมือนท่องเที่ยวในวัดอื่น จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 รู้สึกอยากกลับมาที่แห่งนี้อีก จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ทำให้เข้าใจธรรมชาติของชีวิต จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และ ความรู้สึก อื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ วัดน่านมีความสวยงามมากอยากกลับมาสนทนาธรรมกับพระที่วัดน่านอีก จำนวน 1 และ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 และ 0.5 ตามลำดับ

ด้านสถาปัตยกรรม หรือ จิตรกรรม ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจมากที่สุดเมื่อเดินทางมาวัด พบว่า สถาปัตยกรรมหรือจิตรกรรมที่ดึงดูดใจผู้ทำแบบสอบถาม มากที่สุด คือ ระวิหารหลวงของวัด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา คือ องค์พระเจดีย์ประจำวัด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 จิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 และน้อยที่สุดคือ หอไตรภายในวัด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9

ด้านเหตุผลในการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรม หรือ จิตรกรรมในวัด พบว่า โดยส่วนใหญ่ คือ เพื่อสักการะ หรือ ขอพรตามความเชื่อ มากที่สุด จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 226 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมา คือ ชมความงดงามอย่างเดียว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 183 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.3 ถัดมา คือ ศึกษาความเป็นมาของ สถาปัตยกรรม หรือจิตรกรรมในวัด จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 141 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.5 ถัดมา คือ เพื่อการหาความรู้เพิ่มเติม จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 115 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.9 เยี่ยมชมเพื่อการนำเสนองาน หรือ วิจัย จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 55 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ เหตุผล อื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ เพื่อความผ่อนคลาย เพื่อหาความสุนทรีย์ให้ตนเอง มีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 2 และ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.3 และ 0.1 ตามลำดับ

ด้านเหตุผลที่ทำให้เดินทางมาสนทนาธรรม มากที่สุด คือ มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมา คือ มาเพื่อเป็นการทำบุญประจำปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ถัดมา คือ มาตามครอบครัว หรือ พ่อแม่แนะนำมา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 มาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และน้อยที่สุด คือ มาเพราะมีเรื่อง ไม่สบายใจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ด้านการเลือกซื้อหรือ บูชา เครื่องราง ของขลัง ประเภทใดมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือก เครื่องรางหรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้รวย มากที่สุด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ เครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 129 คนคิดเป็นร้อยละ 30.7 ถัดมา คือ พระเครื่อง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุด คือ เครื่องรางเสริมดวงด้านความรัก จำนวน 44 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.5

ด้านค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่ได้ใช้ไปกับการทำบุญ หรือ บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์วัตถุมงคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายโดยประมาณ มากที่สุด คือ 51-100 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ 101-300 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 มากกว่า 300 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และน้อยที่สุด คือ 50 บาท หรือน้อยกว่า จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

ด้านสาเหตุในการมาทำบุญ สะเดาะเคราะห์ หรือ แก้ปิ้งง โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือก มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ มากที่สุดจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 ถัดมา คือ มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิด หรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 มาเพราะ ญาติหรือ เพื่อนแนะนำมา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 มาเพราะรู้สึกเสื่อมนิสัยศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และ มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ น้อยที่สุด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ด้านกิจกรรมใดที่วัดจัดขึ้นแล้วจะสามารถ ดึงดูดให้คนมาร่วมกิจกรรมกับทางวัดได้มากขึ้นมากที่สุด คือ งานประจำปีของวัด จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมา คือ งานวัด ที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาล ต่างๆ อาทิเช่นลอยกระทง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ถัดมา คือ กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 งานทอดกฐิน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 24 คน ร้อยละ 5.7 และ กิจกรรม อื่นๆ มีจำนวนน้อยที่สุด ได้แก่ ประเพณีทกเป็ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2



ตอนที่ 4 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลที่เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัตในจังหวัดน่าน

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตอบคำถามปลายเปิด

ข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัตในจังหวัดน่าน	ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบ คำถามปลายเปิด (n = 93) จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)
1. อยากให้รักษาสภาพปัจจุบันให้คงไว้ เพื่อความเป็นเอกลักษณ์ของวัดใน จังหวัดน่าน	6
2. เวลาจัดงานตามประเพณี พยายามอย่าให้มีวัฒนธรรมตะวันตกเข้าไปผสม	1
3. ควรจะประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เกี่ยวกับจังหวัดน่าน ให้มากกว่านี้ เช่น รายการโทรทัศน์ สื่อ หรือ Facebook	12
4. การเข้าถึงวัดบางวัดค่อนข้างเป็นไปได้ยาก	3
5. อยากให้ปรับแสงสีเกี่ยวกับวัด ตัวองค์พระธาตุให้สวยงามมากกว่านี้	10
6. อยากให้มีบริการมาจัดส่งที่วัดโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	9
7. ห้องน้ำควรปรับปรุงและพัฒนา ให้สวยงามและสะอาดน่าใช้	20
8. เพิ่มจุดวางถังขยะให้มากกว่านี้ รวมถึงที่วางรองเท้า	9
9. ที่จอดรถไม่เพียงพอ ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถให้มากกว่านี้	5
10. ควรมีเจ้าหน้าที่ มาดูแลสถานที่ และแนะนำข้อสงสัยต่างๆให้	18

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมมีความสัมพันธ์กัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์ของตัวแปรจะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ Pearson Chi-square

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามเพศ

ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม	เพศ				$X^2 = 20.27$
	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
องค์พระเจดีย์ประจำวัด	46	11.0	80	19.0	Pearson
หอไตรภายในวัด	3	0.7	22	5.2	Chi-Square
พระวิหารหลวงของวัด	80	19.0	67	16.0	SIG = .000*
จิตรกรรมฝาผนังในวัด	47	11.2	75	17.9	
รวม	176	41.9	244	58.1	

CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามเพศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 สรุปได้ว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับข้อมูลองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า เพศชายตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม โดยให้ความสนใจในการเยี่ยมชม องค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 46 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 3 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 80 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 47 คน สำหรับเพศหญิง ให้ความสนใจในการเยี่ยมชม องค์พระเจดีย์ประจำวัด

มีจำนวน 80 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 22 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 67 คน และ จิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 75 คน

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามอายุ

ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม	อายุ							
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 20		21 - 40 ปี		41 - 60 ปี		61 ปีหรือมากกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
องค์พระเจดีย์ประจำวัด	16	3.8	70	16.7	37	8.8	3	0.7
หอไตรภายในวัด	6	1.4	4	1.0	15	3.6	0	0.0
พระวิหารหลวงของวัด	8	1.9	66	15.7	60	14.3	13	3.1
จิตรกรรมฝาผนังในวัด	31	7.4	45	10.7	38	9.0	8	1.3
รวม	61	14.5	185	44.1	150	35.7	24	5.7

$\chi^2 = 43.71$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามอายุ ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างอายุ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 สรุปได้ว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม โดยให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 16 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 6 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 8 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 31 คน

ผู้ที่มีช่วงอายุ 21-40 ปี ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 70 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 4 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 66 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 45 คน

ผู้มีช่วงอายุ 41-60ปี ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 37 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 15 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 60 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 38 คน

ผู้มีช่วงอายุ 61ปี หรือมากกว่า ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 3 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 0 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 13 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 8 คน

ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 44.1 มีช่วงอายุ 21-40 ปี รองลงมาคือ อายุ 41-60 ปี มีร้อยละ 35.7



ตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามสถานภาพ

ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม	สถานภาพ					
	โสด		สมรส		หย่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
องค์พระเจดีย์ประจำวัด	93	22.1	32	7.6	1	0.2
หอไตรภายในวัด	9	2.1	16	3.8	0	0.0
พระวิหารหลวงของวัด	80	19.0	60	14.3	7	1.7
จิตรกรรมฝาผนังในวัด	82	19.5	38	9.0	2	0.5
รวม	264	62.9	146	34.7	10	2.4

$X^2 = 24.35$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามสถานภาพ โสด สมรส และหย่า

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง สถานภาพ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 สรุปได้ว่าสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีสถานภาพโสด ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม โดยให้ความสนใจเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 93 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 9 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 80 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 82 คน

ผู้มีสถานภาพสมรส ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 32 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 16 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 60 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 38 คน

ผู้มีสถานภาพหย่า ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 1 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 0 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 7 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 2 คน

ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 62.9 มีสถานภาพโสด รองลงมาคือ สถานภาพสมรส มีร้อยละ 34.8

ตารางที่ 10 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม	ระดับการศึกษาสูงสุด							
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษาตอนปลาย		ปริญญาตรี		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
องค์พระเจดีย์ประจำวัด	0	0.0	23	5.5	87	20.7	16	3.8
หอไตรภายในวัด	1	0.2	4	1.0	5	1.2	15	3.6
พระวิหารหลวงของวัด	13	3.1	24	5.7	96	22.9	14	3.3
จิตรกรรมฝาผนังในวัด	9	2.1	36	8.5	64	15.2	13	3.1
รวม	23	5.5	87	20.7	252	60.0	58	13.8

$\chi^2 = 69.20$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามระดับการศึกษา

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง ระดับการศึกษา กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม โดยให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 0 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 1 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 13 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 9 คน

ผู้มีระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 23 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 4 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 24 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 36 คน

ผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 87 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 5 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 96 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 64 คน

ผู้มีระดับการศึกษาอื่นๆ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม โดยให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 16 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 15 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 14 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 13 คน

ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 60.0 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีร้อยละ 20.7

ตารางที่ 11 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามอาชีพ

ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม	อาชีพ									
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว/ ร้านค้า		นักเรียน/ นักศึกษา		พนักงาน/ บริษัทเอกชน		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
องค์พระเจดีย์ประจำ วัด	16	3.8	26	6.2	28	6.7	48	11.4	8	1.9
หอไตรภายในวัด	14	3.3	3	0.7	6	1.4	1	0.2	1	0.2
พระวิหารหลวงของวัด	36	8.6	28	6.7	28	6.7	39	9.3	16	3.8
จิตรกรรมฝาผนังในวัด	21	5.0	26	6.2	28	6.5	33	7.9	14	3.3
รวม	87	20.7	83	19.8	90	21.4	121	28.8	39	9.3

$\chi^2 = 34.76$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามอาชีพ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง อาชีพ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม ได้ค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรมโดยให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 16 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 14 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 36 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 21 คน

ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ร้านค้า ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 26 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 3 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 28 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 26 คน

ผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 28 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 6 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 28 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 28 คน

ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 48 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 1 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 39 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 33 คน

ผู้มีอาชีพอื่นๆ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรมโดยให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 8 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 1 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 16 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 14 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 28.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา มีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 12 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามเฉลี่ยต่อเดือน

ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่มีรายได้		5,000 - 30,000		30,001 - 50,000		มากกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
องค์พระเจดีย์ประจำวัด	24	5.7	52	12.4	37	8.8	13	3.1
หอไตรภายในวัด	7	1.7	5	1.2	0	0.0	13	3.1
พระวิหารหลวงของวัด	27	6.4	61	14.5	30	7.1	29	6.9
จิตรกรรมฝาผนังในวัด	28	6.7	53	12.6	6	1.4	35	8.3
รวม	86	20.5	171	40.7	73	17.4	90	21.4

$\chi^2 = 52.18$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่มีรายได้ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม โดยให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 24 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 7 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 27 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 28 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 51 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 5 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 61 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 53 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 37 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 0 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 30 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 6 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 13 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 13 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 29 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 35 คน

โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 40.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 13 แสดงผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไป ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม	ภูมิลำเนา (ที่อยู่ปัจจุบัน)							
	ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
องค์พระเจดีย์ประจำวัด	50	11.9	58	13.8	16	3.8	2	0.5
หอไตรภายในวัด	57	1.7	13	3.1	5	1.2	0	0.0
พระวิหารหลวงของวัด	51	12.1	84	20.0	4	1.0	8	1.9
จิตรกรรมฝาผนังในวัด	47	11.2	69	16.4	2	0.5	4	1.0
รวม	155	36.9	224	53.3	27	6.5	14	3.3

$\chi^2 = 29.29$ Pearson Chi-Square SIG = .001*

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม จำแนกตามภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง ภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม ได้ค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ จิตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคเหนือ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และ

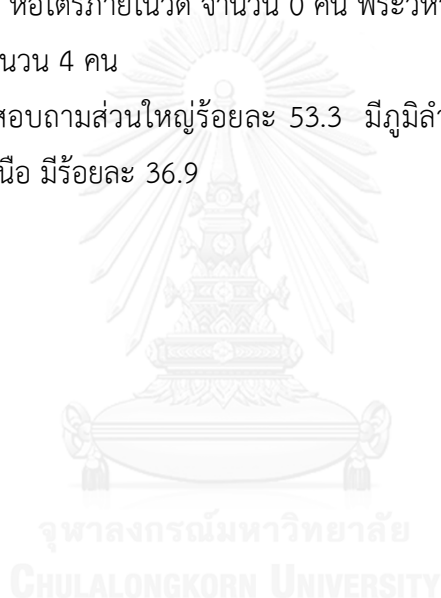
จิตรกรรมโดยให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 50 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 7 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 51 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 47 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคกลาง ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 58 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 13 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 84 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 69 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 16 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 5 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 0 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 2 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคใต้ ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมองค์พระเจดีย์ประจำวัด มีจำนวน 2 คน หอไตรภายในวัด จำนวน 0 คน พระวิหารหลวงของวัด จำนวน 8 คน และจิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 4 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 53.3 มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ที่ภาคกลาง รองลงมาคือภาคเหนือ มีร้อยละ 36.9



สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา มีความสัมพันธ์กัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรจะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ Pearson Chi-square

ตารางที่ 14 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา จำแนกตามเพศ

ด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา	เพศ				
	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
มาเพื่อการทำบุญประจำปี	30	7.1	52	12.4	$X^2 = 15.64$
มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ	22	5.2	13	3.1	Pearson
มาเป็นปกติ ไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ	70	16.7	127	30.2	Chi-Square
มาตามครอบครัว หรือ พ่อแม่แนะนำมา	29	6.9	34	8.1	SIG = .004
มาเพราะอยากทราบว่า การสนทนาธรรมคืออะไร	25	6.0	18	4.3	
รวม	176	41.9	244	58.1	

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนาจำแนกตามเพศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง เพศ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนาได้ค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่าเพศชาย ตอบแบบสอบถามกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 28 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 22 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 70 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 29 คน และมาเพราะอยากทราบว่า การสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 25 คน สำหรับเพศหญิง ให้ความสนใจในการ มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 52 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 13 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ

จำนวน 127 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 34 คน และมาเพราะอยากทราบว่า การสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 18 คน

ตารางที่ 15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการ ท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของ ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา จำแนกตามอายุ

ด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา	อายุ							
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 20		21 - 40 ปี		41 - 60 ปี		61 ปีหรือมากกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาเพื่อการทำบุญประจำปี	7	1.7	41	9.8	29	6.9	5	1.2
มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ	2	0.5	20	4.8	12	2.9	1	0.2
มาเป็นปกติ ไม่มีเป้า หมายเป็นพิเศษ	18	4.3	84	20.0	82	19.5	13	3.1
มาตามครอบครัว หรือ พ่อแม่แนะนำมา	18	4.3	27	6.4	15	3.6	3	0.7
มาเพราะอยากทราบว่า การสนทนาธรรม คืออะไร	16	3.8	13	3.1	12	2.9	2	0.5
รวม	61	14.5	185	44.1	150	35.7	24	5.7

$\chi^2 = 41.78$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบ ด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนาจำแนก ตามอายุ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง อายุ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนาได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการ สนทนาธรรมหรือวิปัสสนา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20ปี ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา โดยให้ ความสนใจในการเดินทาง มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 7 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ

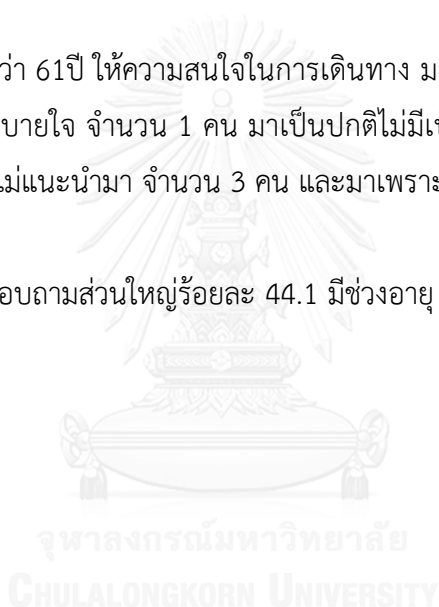
จำนวน 2 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 18 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่
แนะนำมา จำนวน 18 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 16 คน

ผู้มีช่วงอายุ 21 - 40ปี ให้ความสนใจในการเดินทาง มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 41
คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 20 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 84 คน
มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 27 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรม
คืออะไร จำนวน 13 คน

ผู้มีช่วงอายุ 41 - 60ปี ให้ความสนใจในการเดินทาง มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 29
คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 12 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 82 คน
มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 15 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรม
คืออะไร จำนวน 12 คน

ผู้มีช่วงอายุมากกว่า 61ปี ให้ความสนใจในการเดินทาง มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน
5 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 1 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 13 คน
มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 3 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคือ
อะไร จำนวน 2 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 44.1 มีช่วงอายุ 21-40 ปี รองลงมาคือ อายุ41-60
ปี มีร้อยละ 35.7



ตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของ ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา จำแนกตามสถานภาพ

ด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา	สถานภาพ					
	โสด		สมรส		หย่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาเพื่อการทำบุญประจำปี	48	11.4	31	7.4	3	0.7
มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ	24	5.7	11	2.6	0	0.0
มาเป็นปกติ ไม่มีเป้าหมายเป็น พิเศษ	118	28.1	74	17.6	5	1.2
มาตามครอบครัวหรือ พ่อแม่ แนะนำมา	43	10.2	18	4.3	2	0.5
มาเพราะอยากทราบว่ การสนทนาธรรม คืออะไร	31	7.4	12	2.9	0	0.0
รวม	264	62.9	146	34.8	10	2.4

$\chi^2 = 6.23$ Pearson Chi-Square SIG = .196

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนาจำแนกตามสถานภาพ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง สถานภาพ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม ได้ค่า Sig. เท่ากับ .196 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของ ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีสถานภาพโสด ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 48 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 24 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 118 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 43 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 31 คน

ผู้มีสถานภาพสมรส ให้ความสนใจในการเดินทางมาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 31 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 11 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 74 คน มาตาม

ครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 18 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 12 คน

ผู้มีสถานภาพหย่า ให้ความสนใจในการเดินทางมาสนทนาธรรมและวิปัสสนาว่า มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 3 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 0 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 5 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 2 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 0 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 62.9 มีสถานภาพโสด รองลงมาคือ สถานภาพสมรส มีร้อยละ 34.8



ตารางที่ 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา จำแนกตามระดับการศึกษาอื่นๆ

ด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา	ระดับการศึกษาสูงสุด							
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษาตอนปลาย		ปริญญาตรี		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาเพื่อการทำบุญประจำปี	5	1.2	15	3.6	49	11.7	13	3.1
มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ	4	1.0	6	1.4	22	5.2	3	0.7
มาเป็นปกติ ไม่มีเป้า								
หมายเป็นพิเศษ	5	1.2	33	7.9	125	29.8	34	8.1
มาตามครอบครัว หรือ พ่อแม่แนะนำมา	0	0.0	17	4.0	42	10.0	4	1.0
มาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร	9	2.1	16	3.8	14	3.3	4	1.0
รวม	23	5.5	87	20.7	252	60.0	58	13.8

$\chi^2 = 48.53$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา จำแนกตามระดับการศึกษา

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง ระดับการศึกษา กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาสนทนาธรรมและวิปัสสนาว่า มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 5 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 4 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 5 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 0 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 9 คน

ผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสนใจในการเดินทางมาสนทนาธรรมและ
วิปัสสนาว่า มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 15 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 6 คน มา
เป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 33 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 17
คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 16 คน

ผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสนใจในการเดินทางมาสนทนาธรรมและวิปัสสนาว่า
มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 49 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 22 คน มาเป็นปกติไม่
มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 125 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 42 คน และมา
เพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 14 คน

ผู้มีระดับการศึกษาอื่นๆ ให้ความสนใจในการเดินทางมาสนทนาธรรมและวิปัสสนาว่า มาเพื่อ
การทำบุญประจำปี มีจำนวน 13 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 3 คน มาเป็นปกติไม่มี
เป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 34 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 4 คน และมา
เพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 4 คน

ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 60.0 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา
คือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีร้อยละ 20.7

ตารางที่ 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา จำแนกตามอาชีพ

ด้านสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา	อาชีพ									
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว/ ร้านค้า		นักเรียน/ นักศึกษา		พนักงาน/ บริษัทเอกชน		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาเพื่อการทำบุญ ประจำปี	22	5.2	21	5.0	9	2.1	24	5.7	6	1.4
มาเพราะมีเรื่องไม่ สบายใจ	10	2.4	6	1.4	4	1.0	12	2.9	3	0.7
มาเป็นปกติ ไม่มีเป้า หมายเป็นพิเศษ	46	11.0	37	8.8	31	7.4	59	14.0	24	5.7
มาตามครอบครัว หรือ พ่อแม่แนะนำมา	6	1.4	12	2.9	29	6.9	15	3.6	1	0.2
มาเพราะอยากทราบว่า การสนทนาธรรม คือ อะไร	3	0.7	7	1.7	17	4.0	11	2.6	5	1.2
รวม	87	20.7	83	19.8	90	21.4	121	28.8	39	9.3

$\chi^2 = 53.57$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนาจำแนกตามอาชีพ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง อาชีพ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 22 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 10 คน

มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 46 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 6 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 3 คน

ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ร้านค้า ให้ความสนใจในการเดินทางมาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 21 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 6 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 37 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 12 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 7 คน

ผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสนใจในการเดินทางมาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 9 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 4 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 31 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 29 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 17 คน

ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสนใจในการเดินทางมาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 24 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 12 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 59 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 15 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 11 คน

ผู้มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสนใจในการเดินทาง มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 6 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 3 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 24 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 1 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 5 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 28.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา มีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่มีรายได้		5,000 - 30,000		30,001 - 50,000		มากกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาเพื่อการทำบุญประจำปี	9	2.1	42	10.0	15	3.6	16	3.8
มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ	2	0.5	17	4.00	4	1.0	12	2.9
มาเป็นปกติ ไม่มีเป้าหมายพิเศษ	29	6.9	83	19.8	40	9.5	45	10.7
มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่ แนะนำมา	27	6.4	17	4.0	13	3.1	6	1.4
มาเพราะอยากทราบว่าการ สนทนาธรรมคืออะไร	19	4.5	12	2.9	1	0.2	11	2.6
รวม	82	20.5	155	38.8	73	18.3	90	21.45

$\chi^2 = 60.49$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 สรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่มีรายได้ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 9 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 2 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 29 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 27 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 19 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท ให้ความสนใจในการเดินทาง มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 42 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 17 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 83 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 17 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 12 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสนใจในการเดินทาง มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 1 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 4 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 10 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 13 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 1 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสนใจในการเดินทาง มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 16 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 12 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 45 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 6 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 11 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 40.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา จำแนกตามภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

ด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา	ภูมิลำเนา (ที่อยู่ปัจจุบัน)							
	ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาเพื่อการทำบุญ ประจำปี	34	8.1	38	9.0	3	0.7	7	1.7
มาเพราะมีเรื่องไม่สบาย ใจ	12	2.9	20	4.8	3	0.7	0	0.0
มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมาย เป็นพิเศษ	58	13.8	117	27.9	16	3.8	6	1.4
มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่ แนะนำมา	32	9.6	28	6.7	3	0.7	0	0.0
มาเพราะอยากทราบว่ การสนทนาธรรมคืออะไร	19	4.5	21	5.0	2	0.5	1	0.2
รวม	155	36.9	224	53.4	27	6.4	14	3.3

$\chi^2 = 23.40$ Pearson Chi-Square SIG = .024*

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา จำแนกตามภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง ภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา ได้ค่า Sig. เท่ากับ .024 สรุปได้ว่า ภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคเหนือ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาสนทนาธรรมและวิปัสสนาว่า มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 34 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 12 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ

จำนวน 58 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 32 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 19 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคกลาง ให้ความสนใจในการเดินทางมาสนทนาธรรมและวิปัสสนาว่า มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 38 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 20 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 117 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 30 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 21 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสนใจในการเดินทางมาสนทนาธรรมและวิปัสสนาว่า มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 3 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 3 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 16 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 3 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 0 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคใต้ ให้ความสนใจในการเดินทางมาสนทนาธรรมและวิปัสสนาว่า มาเพื่อการทำบุญประจำปี มีจำนวน 7 คน มาเพราะมีเรื่องไม่สบายใจ จำนวน 0 คน มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 6 คน มาตามครอบครัวหรือพ่อแม่แนะนำมา จำนวน 0 คน และมาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 1 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 53.4 มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ที่ภาคกลาง รองลงมาคือภาคเหนือ มีร้อยละ 36.9

สมมติฐานที่ 3 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง มีความสัมพันธ์กัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรจะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ Pearson Chi-square

ตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามเพศ

ด้านการหาซื้อเครื่องราง และของขลัง	เพศ				$X^2 = 13.64$
	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
พระเครื่อง	50	11.9	48	11.4	Pearson
เครื่องรางประจำวันเกิด	56	13.3	73	17.4	Chi-Square
เครื่องรางเสริมดวงด้านความรัก	8	1.9	36	8.6	SIG = .003*
เครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย	62	14.8	87	20.7	
รวม	176	41.9	244	58.1	

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามเพศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง เพศ มีผลต่อองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลังได้ค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่าเพศของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า เพศชาย ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง โดยให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 50 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 56 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 8 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 62 คน สำหรับเพศหญิง ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 48 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 73 คน เลือกซื้อ

เครื่องรางเสริมดวง จำนวน 36 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 87 คน

ตารางที่ 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามอายุ

ด้านการหาซื้อ เครื่องรางและของขลัง	อายุ							
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 20		21 - 40 ปี		41 - 60 ปี		61 ปีหรือมากกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พระเครื่อง	6	1.4	52	12.4	34	8.1	6	1.4
เครื่องรางประจำวันเกิด	20	4.8	58	13.8	44	10.5	7	1.7
เครื่องรางเสริมดวงด้าน ความรัก	20	4.8	23	5.5	1	0.2	0	0.0
เครื่องรางหรือของขลังเพื่อ ส่งเสริมให้ร่ำรวย	15	3.6	52	12.4	71	16.9	11	2.6
รวม	61	14.5	185	44.1	150	35.7	24	5.7

$\chi^2 = 64.33$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามอายุ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง อายุ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20ปี ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง โดยให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 6 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 20 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 20 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 15 คน

ผู้มีช่วงอายุ 21-40ปี ให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 52 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 58 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 23 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 52 คน

ผู้มีช่วงอายุ 41-60ปี ให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 34 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 44 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 1 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 71 คน

ผู้ที่มีช่วงอายุ 61ปี ให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 6 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 7 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 0 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 11 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 44.1 มีช่วงอายุ 21-40 ปี รองลงมาคือ อายุ41-60 ปี มีร้อยละ 35.7



ตารางที่ 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามสถานภาพ

ด้านการหาซื้อเครื่องราง และของขลัง	สถานภาพ					
	โสด		สมรส		หย่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พระเครื่อง	65	15.5	30	7.1	3	0.7
เครื่องรางประจำวันเกิด	90	21.4	34	8.1	5	1.2
เครื่องรางเสริมดวงด้าน ความรัก	40	9.5	4	1.0	0	0.0
เครื่องราง หรือของขลังเพื่อ ส่งเสริมให้ร่ำรวย	69	16.4	78	18.6	2	0.5
รวม	264	62.9	146	34.8	10	2.4

$\chi^2 = 40.99$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามสถานภาพ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง สถานภาพ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีสถานภาพโสดตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง โดยให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 65 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 90 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 40 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 69 คน

ผู้มีสถานภาพสมรส ให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 30 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 34 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 4 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 78 คน

ผู้มีสถานภาพหย่า ให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 3 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 5 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 0 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 2 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 62.9 มีสถานภาพโสด รองลงมาคือ สถานภาพสมรส มีร้อยละ 34.8

ตารางที่ 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการหาซื้อ เครื่องรางและของขลัง	ระดับการศึกษาสูงสุด							
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษาตอนปลาย		ปริญญาตรี		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พระเครื่อง	9	2.1	15	3.6	66	15.7	8	1.9
เครื่องรางประจำวันเกิด	2	0.5	29	6.9	79	18.8	19	4.5
เครื่องรางเสริมดวงด้าน ความรัก	0	0.0	14	3.3	26	6.2	4	1.0
เครื่องรางหรือของขลังเพื่อ ส่งเสริมให้ร่ำรวย	12	2.9	29	6.9	81	19.3	27	6.4
รวม	23	5.5	87	20.7	252	60.0	58	13.8

$\chi^2 = 21.38$ Pearson Chi-Square SIG = .011*

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามระดับการศึกษา

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง ระดับการศึกษา กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง ได้ค่า Sig. เท่ากับ .011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของ

คลัง โดยให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 9 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 2 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 0 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของคลัง เพื่อส่งเสริมให้ ร่ำรวย จำนวน 12 คน

ผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 15 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 29 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 14 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของคลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 29 คน

ผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 66 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 79 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 26 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของคลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 81 คน

ผู้มีระดับการศึกษาอื่นๆ ให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 8 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 19 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 4 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของคลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 27 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 60.0 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีร้อยละ 20.7

ตารางที่ 25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามอาชีพ

ด้านการหาซื้อ เครื่องรางและของ ขลัง	อาชีพ									
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว/ ร้านค้า		นักเรียน/ นักศึกษา		พนักงาน/ บริษัทเอกชน		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พระเครื่อง	30	7.1	27	6.4	14	3.3	18	4.3	9	2.1
เครื่องรางประจำวันเกิด	27	6.4	24	5.7	25	6.0	43	10.2	10	2.4
เครื่องรางเสริมดวงด้าน ความรัก	1	0.2	7	1.7	32	7.6	4	1.0	0	0.0
เครื่องรางหรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย	29	6.9	25	6.0	19	4.5	56	13.3	20	4.8
รวม	87	20.7	83	19.8	90	21.4	121	28.8	39	9.3

$\chi^2 = 99.63$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามอาชีพ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง อาชีพ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง โดยให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 30 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 27 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 1 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 29 คน

ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 27 คน เลือกซื้อเครื่องราง ประจำวันเกิด จำนวน 24 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 7 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 25 คน

ผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 14 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 25 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 32 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 19 คน

ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 18 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 43 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 4 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 56 คน

ผู้มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 9 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 10 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 0 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 20 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 28.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา มีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการหาซื้อเครื่องราง และของขลัง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่มีรายได้		5,000 - 30,000		30,001 - 50,000		มากกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พระเครื่อง	13	3.1	41	9.8	26	6.2	18	4.3
เครื่องรางประจำวันเกิด	22	5.2	59	14.0	21	5.0	27	6.4
เครื่องรางเสริมดวงด้านความรัก	33	7.9	4	1.0	1	0.2	6	1.4
เครื่องรางหรือของขลังเพื่อ ส่งเสริมให้ร่ำรวย	18	4.3	67	16.0	25	6.0	39	9.3
รวม	86	20.5	171	40.7	73	17.4	90	21.4

$\chi^2 = 98.41$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 สรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่มีรายได้ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง โดยให้ความสนใจในการเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 13 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 22 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 33 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 18 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 41 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 59 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 4 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 67 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 26 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 21 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 1 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 25 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 18 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 27 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 6 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 39 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 40.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีร้อยละ 21.4



ตารางที่ 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามภูมิภาค (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

ด้านการหาซื้อเครื่องราง และของขลัง	ภูมิภาค (ที่อยู่ปัจจุบัน)							
	ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พระเครื่อง	33	7.9	59	14.0	3	0.7	3	0.7
เครื่องรางประจำวันเกิด	61	14.5	52	12.4	13	3.1	3	0.7
เครื่องรางเสริมดวงด้าน ความรัก	17	4.0	24	5.7	3	0.7	0	0.0
เครื่องรางหรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย	44	10.5	89	21.2	8	1.9	8	1.9
รวม	155	36.9	224	53.3	27	6.4	14	3.3

$\chi^2 = 20.80$ Pearson Chi-Square SIG = .014*

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง จำแนกตามภูมิภาค (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง ภูมิภาค (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง ได้ค่า Sig. เท่ากับ .014 สรุปได้ว่า ภูมิภาค (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีภูมิภาค (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคเหนือ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางและของขลัง โดยให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 33 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 61 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 17 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 44 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคกลาง ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 59 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 52 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 24 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 89 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 3 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 13 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 3 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 8 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคใต้ ให้ความสนใจเลือกซื้อพระเครื่อง มีจำนวน 3 คน เลือกซื้อเครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 3 คน เลือกซื้อเครื่องรางเสริมดวง จำนวน 0 คน และเลือกซื้อเครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย จำนวน 8 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 53.3 มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคกลาง รองลงมาคือภาคเหนือ มีร้อยละ 36.9



สมมติฐานที่ 4 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ มีความสัมพันธ์กัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์ของตัวแปรจะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์

Pearson Chi-square

ตารางที่ 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของ ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามเพศ

ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์	เพศ				
	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ	21	5.0	20	4.8	$X^2 = 5.20$
มาทำบุญ เพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิด หรือวันครบรอบต่างๆ	13	3.1	31	7.4	Pearson
มาทำบุญปกติ ไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ	66	15.7	99	23.6	Chi-Square
มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ	42	10.0	51	12.1	SIG = .391
มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ	15	3.6	21	5.0	
มาเพราะ ญาติ หรือ เพื่อนแนะนำให้มา	19	4.5	22	5.2	
รวม	176	41.9	232	58.1	

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามเพศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง เพศ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ได้ค่า Sig. เท่ากับ .391 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยเลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 21 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 13 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 66 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 42 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 15 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 19 คน สำหรับเพศหญิง เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 20 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 31 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 99 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 51 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 21 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 22 คน



ตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามอายุ

ด้านการทำบุญสะเดาะ เคราะห์	อายุ							
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 20		21 - 40 ปี		41 - 60 ปี		61 ปีหรือมากกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับ พระที่วัดนี้เป็นพิเศษ	3	0.7	15	3.6	19	4.5	4	1.0
มาทำบุญ เพราะวาระ พิเศษ เช่นวันเกิด หรือวัน ครบรอบต่างๆ	4	1.0	17	4.0	21	5.0	2	0.5
มาทำบุญ ปกติ ไม่มี เป้าหมายเป็นพิเศษ	18	4.3	67	16.0	68	16.2	12	2.9
มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์ เพื่อความสบายใจ	27	6.4	39	9.3	24	5.7	3	0.7
มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความ สบายใจ	2	0.5	25	6.0	8	1.9	1	0.2
มาเพราะ ญาติ หรือ เพื่อน แนะนำให้มา	7	1.7	22	5.2	10	2.4	2	0.5
รวม	61	14.6	185	44.0	150	35.7	24	5.7

$\chi^2 = 40.89$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามอายุ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง อายุ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20ปี ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยเลือก

เหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 3 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 4 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 18 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 27 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 2 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 7 คน

ผู้มีช่วงอายุ 21-40 ปี เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 15 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 17 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 67 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 39 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 25 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 22 คน

ผู้มีช่วงอายุ 41-60 ปี เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 19 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 21 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 68 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 24 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 8 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 10 คน

ผู้มีช่วงอายุ 61 ปี หรือมากกว่าเลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 4 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 2 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 12 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 3 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 1 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 2 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 44.0 มีช่วงอายุ 21-40 ปี รองลงมาคือ อายุ 41-60 ปี มีร้อยละ 35.7

ตารางที่ 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามสถานภาพ

ด้านการทำบุญสะเดาะ เคราะห์	สถานภาพ					
	โสด		สมรส		หย่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่ วัดนี้เป็นพิเศษ	25	6.0	14	3.3	2	0.5
มาทำบุญ เพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิด หรือวันครบรอบ ต่างๆ	20	4.8	24	5.7	0	0.0
มาทำบุญปกติ ไม่มีเป้าหมาย เป็นพิเศษ	94	22.4	65	15.5	6	1.4
มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อ ความสบายใจ	67	16.0	25	6.0	1	0.2
มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความ สบายใจ	26	6.2	10	2.4	0	0.0
มาเพราะ ญาติ หรือ เพื่อน แนะนำให้มา	32	7.6	8	1.9	1	0.2
รวม	264	62.9	146	34.8	10	2.4

$\chi^2 = 21.93$ Pearson Chi-Square SIG = .015*

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามสถานภาพ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง สถานภาพ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีสถานภาพโสด ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยเลือกเหตุผลในการทำบุญ

สะเดาะเคราะห์ คือ วัสดุที่นำมาใช้ ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 25 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 20 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 94 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 67 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 26 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 32 คน

ผู้มีสถานภาพสมรส เลือกลงเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ วัสดุที่นำมาใช้ ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 14 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 24 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 65 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 25 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 10 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 8 คน

ผู้มีสถานภาพหย่า เลือกลงเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ วัสดุที่นำมาใช้ ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 2 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 0 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 6 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 1 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 0 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 1 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 62.9 มีสถานภาพโสด รองลงมาคือ สถานภาพสมรส มีร้อยละ 34.8

ตารางที่ 31 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการทำบุญสะเดาะ เคราะห์	ระดับการศึกษาสูงสุด							
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษาตอนปลาย		ปริญญาตรี		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระ ที่วัดนี้เป็นพิเศษ	0	0.0	7	1.7	27	6.4	7	1.7
มาทำบุญ เพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิด หรือวันครบรอบ	1	0.2	3	0.7	19	4.5	21	5.0
มาทำบุญปกติ ไม่มีเป้าหมาย เป็นพิเศษ	10	2.4	25	6.0	109	26.0	21	5.0
มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อ ความสบายใจ	4	1.0	26	6.2	57	13.6	6	1.4
มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความ สบายใจ	0	0.0	6	1.4	29	6.9	1	0.2
มาเพราะ ญาติ หรือ เพื่อน แนะนำให้มา	8	1.9	20	4.8	11	2.6	2	0.5
รวม	23	5.5	87	20.7	252	60.0	58	13.8

$\chi^2 = 104.88$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง ระดับการศึกษา กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยเลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 0 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 1 คน มาทำบุญ

เป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 10 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 4 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 0 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 8 คน

ผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 7 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 3 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 25 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 26 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 6 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 20 คน

ผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 24 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 19 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 109 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 57 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 29 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 11 คน

ผู้มีระดับการศึกษาอื่นๆ เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 7 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 21 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 21 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 6 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 1 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 2 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 60.0 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีร้อยละ 20.7

ตารางที่ 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามอาชีพ

ด้านการทำบุญ สะเดาะเคราะห์	อาชีพ									
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว/ ร้านค้า		นักเรียน/ นักศึกษา		พนักงาน/ บริษัทเอกชน		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับ พระที่วัดนี้เป็นพิเศษ	13	3.1	9	21.5	5	1.2	14	3.3	0	0.0
มาทำบุญ เพราะวาระ พิเศษ เช่นวันเกิด หรือ วันครบรอบต่างๆ	25	6.0	7	1.7	8	1.9	3	0.7	1	0.2
มาทำบุญปกติ ไม่มี เป้าหมายเป็นพิเศษ	16	3.8	43	10.2	21	5.0	59	14.0	26	6.2
มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์ เพื่อความสบายใจ	6	1.4	13	3.1	34	7.4	34	8.1	9	2.1
มาไหว้พระแก้ขงเพื่อ ความสบายใจ	11	2.6	2	0.5	12	2.9	8	1.9	3	0.7
มาเพราะ ญาติ หรือ เพื่อนแนะนำให้มา	16	3.8	9	2.1	13	3.1	3	0.7	0	0.0
รวม	87	20.7	82	19.8	90	21.4	121	28.8	39	9.3

$\chi^2 = 121.57$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามอาชีพ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง อาชีพ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยเลือกเหตุผลในการ

ทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รุ่งสีกล้อมไส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 13 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 25 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 16 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 6 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 11 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 16 คน

ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ร้านค้า เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รุ่งสีกล้อมไส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 9 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 7 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 43 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 13 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 2 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 9 คน

ผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รุ่งสีกล้อมไส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 5 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 8 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 21 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 31 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 12 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 13 คน

ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รุ่งสีกล้อมไส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 14 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 3 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 59 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 34 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 8 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 3 คน

ผู้มีอาชีพอื่นๆ เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รุ่งสีกล้อมไส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 0 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 1 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 26 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 9 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 3 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 0 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 28.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา มีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการทำบุญสะเดาะ เคราะห์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่มีรายได้		5,000 - 30,000		30,001 - 50,000		มากกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่ วัดนี้เป็นพิเศษ	4	1.0	25	6.0	8	1.9	4	1.0
มาทำบุญ เพราะวาระพิเศษ เช่น วันเกิด หรือวันครบรอบต่างๆ	4	1.0	15	3.61	8	1.9	17	4.0
มาทำบุญปกติ ไม่มีเป้าหมาย เป็นพิเศษ	23	5.5	73	17.4	41	9.8	28	6.7
มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อ ความสบายใจ	30	7.1	37	8.8	8	1.9	18	4.3
มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความ สบายใจ	12	2.9	15	3.6	5	1.2	4	1.0
มาเพราะ ญาติ หรือ เพื่อน แนะนำให้มา	13	3.1	6	1.4	3	0.7	19	4.5
รวม	86	20.5	171	4.07	73	17.4	90	21.4

$\chi^2 = 68.50$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่มีรายได้ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยเลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะ

เคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 4 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 4 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 23 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 30 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 12 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 13 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 25 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 15 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 73 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 37 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 15 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 6 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 8 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 8 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 41 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 8 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 5 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 3 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 4 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 17 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 28 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 18 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 4 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 19 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 40.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามภูมิลำเนา (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

ด้านการทำบุญสะเดาะ เคราะห์	ภูมิลำเนา (ที่อยู่ปัจจุบัน)							
	ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับ พระที่วัดนี้เป็นพิเศษ	19	4.5	16	3.8	0	0.0	6	1.4
มาทำบุญ เพราะวาระ พิเศษ เช่นวันเกิด หรือวัน ครบรอบต่างๆ	19	4.5	23	5.5	2	0.5	0	0.0
มาทำบุญปกติ ไม่มี เป้าหมายเป็นพิเศษ	56	13.3	86	20.5	21	3.0	2	0.5
มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์ เพื่อความสบายใจ	36	8.6	55	13.1	1	0.2	1	0.2
มาไหว้พระแก้ขงเพื่อ ความสบายใจ	13	3.1	19	4.5	0	0.0	4	1.0
มาเพราะ ญาติ หรือ เพื่อนแนะนำให้มา	12	2.9	25	6.0	3	0.7	1	0.2
รวม	155	36.9	227	53.4	27	6.4	14	3.3

$\chi^2 = 52.28$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ จำแนกตามภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง ภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ภูมิลำเนา (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคเหนือ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยเลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 19 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 19 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 56 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 36 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 13 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 12 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคกลาง เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 16 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 23 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 86 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 55 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 19 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 25 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 0 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 2 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 21 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 1 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 0 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 3 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคใต้ เลือกเหตุผลในการทำบุญสะเดาะเคราะห์ คือ รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ มีจำนวน 6 คน มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่นวันเกิดหรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 0 คน มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ จำนวน 2 คน มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 1 คน มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 4 คน และมาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 1 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 53.4 มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ที่ภาคกลาง รองลงมาคือภาคเหนือ มีร้อยละ 36.5

สมมติฐานที่ 5 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์ของตัวแปรจะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ Pearson Chi-square

ตารางที่ 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามเพศ

ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรมหรืองานประจำปีต่างๆ	เพศ				
	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ เช่นลอยกระทง	51	12.1	82	31.7	$X^2 = 11.82$
กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี	25	6.0	36	14.5	Pearson
งานทอดกฐิน	29	6.9	18	11.2	Chi-Square
งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์	6	1.4	18	5.7	SIG = .037*
งานประจำปีของวัด	65	15.5	89	36.7	
อื่นๆ	0	0.0	1	0.2	
รวม	176	41.9	244	58.1	

จากตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามเพศ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง เพศ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .037 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า เพศชาย ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 51 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 24 คน งานทอดกฐิน จำนวน 29 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 6 คน งานประจำปีของวัด 65 คน และอื่นๆ 0 คน สำหรับเพศหญิง ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 82 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 36 คน งานทอดกฐิน จำนวน 18 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 18 คน งานประจำปีของวัด 89 คน และอื่นๆ 1 คน



ตารางที่ 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามอายุ

ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆ ของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ	อายุ							
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 20		21 - 40 ปี		41 - 60 ปี		61 ปีหรือมากกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับ เทศกาลต่างๆ เช่นลอย กระทง	29	6.9	82	19.5	18	4.3	4	1.0
กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี	8	1.9	29	6.9	18	4.3	6	1.4
งานทอดกฐิน	15	3.6	11	2.6	16	4.0	4	1.0
งานประเพณีเนื่องในวัน สงกรานต์	4	1.0	5	1.2	13	3.1	2	0.5
งานประจำปีของวัด	5	1.2	58	13.8	78	19.8	8	1.9
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	1	0.2	0	0.0
รวม	61	14.6	185	44.0	150	35.7	24	5.7

$\chi^2 = 88.57$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

X

จากตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามอายุ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง อายุ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20ปี ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 29 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 8

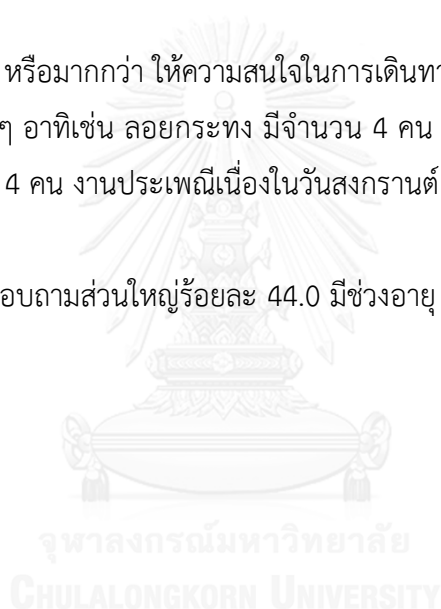
คน งานทอดกฐิน จำนวน 15 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 4 คน งานประจำปีของวัด 5 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีช่วงอายุ 21-40 ปี โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 82 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 29 คน งานทอดกฐิน จำนวน 11 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 5 คน งานประจำปีของวัด 58 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีช่วงอายุ 41-60ปี ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 18 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 18 คน งานทอดกฐิน จำนวน 16 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 13 คน งานประจำปีของวัด 78 คน และอื่นๆ 1 คน

ผู้มีช่วงอายุ 61ปี หรือมากกว่า ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 4 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 6 คน งานทอดกฐิน จำนวน 4 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 2 คน งานประจำปีของวัด 8 คน และอื่นๆ 0 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 44.0 มีช่วงอายุ 21-40 ปี รองลงมาคือ อายุ41-60 ปี มีร้อยละ 35.7



ตารางที่ 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามสถานภาพ

ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของ วัดเช่นการจัดกิจกรรมหรืองาน ประจำปีต่างๆ	สถานภาพ					
	โสด		สมรส		หย่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาล ต่างๆ เช่นลอยกระทง	110	26.2	20	4.8	3	0.7
กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี	34	8.1	25	6.0	2	0.5
งานทอดกฐิน	29	6.9	18	4.3	0	0.0
งานประเพณีเนื่องในวัน สงกรานต์	12	2.9	10	2.4	2	0.5
งานประจำปีของวัด	79	18.8	72	17.1	3	0.7
อื่นๆ	0	0.0	1	0.2	0	0.0
รวม	264	62.9	146	34.8	10	2.4

$\chi^2 = 42.07$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามสถานภาพ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง สถานภาพ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด เช่น การจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีสถานภาพโสด ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 110 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 34

คน งานทอดกฐิน จำนวน 29 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 12 คน งานประจำปีของวัด 79 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีสถานภาพสมรส ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 20 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 25 คน งานทอดกฐิน จำนวน 18 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 10 คน งานประจำปีของวัด 72 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีสถานภาพหย่า ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 3 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 2 คน งานทอดกฐิน จำนวน 0 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 2 คน งานประจำปีของวัด 3 คน และอื่นๆ 0 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 62.9 มีสถานภาพโสด รองลงมาคือ สถานภาพสมรส มีร้อยละ 34.8



ตารางที่ 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆ ของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ	ระดับการศึกษาสูงสุด							
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษาตอนปลาย		ปริญญาตรี		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับ เทศกาลต่างๆ เช่นลอย กระทง	0	0.0	29	6.9	89	21.2	15	3.6
กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี	3	0.7	14	3.3	36	8.6	8	1.9
งานทอดกฐิน	8	1.9	17	4.0	19	4.5	3	0.7
งานประเพณีเนื่องในวัน สงกรานต์	7	1.7	2	0.5	13	3.1	2	0.5
งานประจำปีของวัด	5	1.2	25	6.0	94	22.4	30	7.1
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	1	0.2	0	0.0
รวม	23	5.5	87	20.7	252	60.0	58	13.8

$\chi^2 = 65.19$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง ระดับการศึกษา กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 0 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้าม

ปี จำนวน 3 คน งานทอดกฐิน จำนวน 8 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 7 คน งานประจำปีของวัด 5 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 29 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 14 คน งานทอดกฐิน จำนวน 17 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 2 คน งานประจำปีของวัด 25 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 89 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 36 คน งานทอดกฐิน จำนวน 19 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 13 คน งานประจำปีของวัด 94 คน และอื่นๆ 1 คน

ผู้มีระดับการศึกษาอื่นๆ ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 15 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 8 คน งานทอดกฐิน จำนวน 3 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 2 คน งานประจำปีของวัด 30 คน และอื่นๆ 0 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 60.0 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 20.7

ตารางที่ 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามอาชีพ

ด้านการร่วมกิจกรรม ต่างๆของวัดเช่นการจัด กิจกรรมหรืองาน ประจำปีต่างๆ	อาชีพ									
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว/ ร้านค้า		นักเรียน/ นักศึกษา		พนักงาน/ บริษัทเอกชน		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับ เทศกาลต่างๆ เช่นลอย กระทง	25	6.0	10	2.4	50	11.9	42	10.0	6	1.4
กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี	6	1.4	25	6.0	11	2.6	17	4.0	2	1.5
งานทอดกฐิน	21	5.0	5	1.2	12	2.9	5	1.2	4	1.0
งานประเพณีเนื่องในวัน สงกรานต์	1	0.2	6	1.4	6	1.4	5	1.2	6	1.4
งานประจำปีของวัด	33	7.9	37	8.8	11	2.6	52	12.4	21	5.0
อื่นๆ	1	0.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	87	20.7	83	19.8	90	21.4	121	28.8	39	9.3

$\chi^2 = 106.02$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง อาชีพ กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม

หรืองานประจำปีต่างๆ โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 25 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 6 คน งานทอดกฐิน จำนวน 21 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 1 คน งานประจำปีของวัด 33 คน และอื่นๆ 1 คน

ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ร้านค้า ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 10 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 25 คน งานทอดกฐิน จำนวน 5 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 6 คน งานประจำปีของวัด 37 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 50 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 11 คน งานทอดกฐิน จำนวน 12 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 6 คน งานประจำปีของวัด 11 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 42 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 17 คน งานทอดกฐิน จำนวน 5 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 5 คน งานประจำปีของวัด 52 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 6 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 2 คน งานทอดกฐิน จำนวน 4 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 6 คน งานประจำปีของวัด 21 คน และอื่นๆ 0 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 28.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา มีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของ วัดเช่นการจัดกิจกรรมหรืองาน ประจำปีต่างๆ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่มีรายได้		5,000 - 30,000		30,001 - 50,000		มากกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาล ต่างๆ เช่นลอยกระทง	48	11.4	43	10.2	27	6.4	15	3.6
กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี	8	1.9	27	6.4	20	4.8	6	1.4
งานทอดกฐิน	11	2.6	10	2.4	7	1.7	19	4.5
งานประเพณีเนื่องในวัน สงกรานต์	8	1.9	7	1.7	1	0.2	8	1.9
งานประจำปีของวัด	11	2.6	84	20.0	17	4.0	42	10.0
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	1	0.2	0	0.0
รวม	86	20.5	171	40.7	73	17.4	90	21.4

$\chi^2 = 89.87$ Pearson Chi-Square SIG = .000*

จากตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่มีรายได้ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ

อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 48 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 8 คน งานทอดกฐิน จำนวน 11 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 8 คน งานประจำปีของวัด 11 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 43 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 27 คน งานทอดกฐิน จำนวน 10 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 7 คน งานประจำปีของวัด 84 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 27 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 20 คน งานทอดกฐิน จำนวน 7 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 1 คน งานประจำปีของวัด 17 คน และอื่นๆ 1 คน

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 15 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 6 คน งานทอดกฐิน จำนวน 19 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 8 คน งานประจำปีของวัด 42 คน และอื่นๆ 0 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 40.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีร้อยละ 21.4

ตารางที่ 41 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามภูมิลำเนา (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

ด้านการร่วมกิจกรรม ต่างๆของวัดเช่นการจัด กิจกรรมหรืองาน ประจำปีต่างๆ	ภูมิลำเนา (ที่อยู่ปัจจุบัน)							
	ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับ เทศกาลต่างๆ เช่นลอย กระทง	57	13.6	71	16.9	1	0.2	4	1.0
กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี	25	6.0	30	7.1	4	1.0	2	0.5
งานทอดกฐิน	23	5.5	21	5.0	1	0.2	2	0.5
งานประเพณีเนื่องในวัน สงกรานต์	8	1.9	12	2.9	2	0.5	2	0.5
งานประจำปีของวัด	41	9.8	90	21.4	19	4.5	4	1.0
อื่นๆ	1	0.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	155	37.0	224	53.3	27	6.4	14	3.3

$\chi^2 = 29.99$ Pearson Chi-Square SIG = .022*

จากตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ จำแนกตามภูมิลำเนา (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

ในการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง ภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคเหนือ ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัดเช่นการจัดกิจกรรม หรืองานประจำปีต่างๆ โดยให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 57 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 25 คน งานทอดกฐิน จำนวน 23 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 8 คน งานประจำปีของวัด 41 คน และอื่นๆ 1 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคกลาง ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 71 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 30 คน งานทอดกฐิน จำนวน 21 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 12 คน งานประจำปีของวัด 90 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 1 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 4 คน งานทอดกฐิน จำนวน 1 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 2 คน งานประจำปีของวัด 19 คน และอื่นๆ 0 คน

ผู้มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ในภาคใต้ ให้ความสนใจในการเดินทางมาร่วมงานของวัด ดังนี้ งานวัดที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง มีจำนวน 4 คน กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 2 คน งานทอดกฐิน จำนวน 2 คน งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 2 คน งานประจำปีของวัด 4 คน และอื่นๆ 0 คน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 53.3 มีภูมิลำเนา(ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) ที่ภาคกลาง รองลงมาคือภาคเหนือ มีร้อยละ 37.0

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว วัด ในจังหวัดน่าน โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยวในวัด จังหวัดน่าน

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว วัด ในจังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่านและไปเยี่ยมชมวัดใดวัดหนึ่ง หรือทั้ง 6 วัด ได้แก่ วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดสวนตาล วัดหัวขวง วัดภูมินทร์ และ วัดมิ่งเมือง จำนวน 420 คน ทำการสุ่มตัวอย่างโดยการเลือกสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling Method) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยข้อมูลลักษณะทั่วไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปด้วยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาใน วัด จังหวัดน่าน ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรจะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ Pearson Chi-square

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านข้อมูลลักษณะทั่วไปทุกด้านของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัดในจังหวัดน่าน

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านข้อมูลลักษณะทั่วไปทุกด้านของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 420 คน เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิงจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 และเพศชายจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9

2. อายุ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมา คือ อายุ 41 – 60 ปี มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และอายุ 61 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

3. สถานภาพ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และสถานภาพหย่า มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

4. ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา คือ ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายมีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และระดับการศึกษา อื่นๆ ได้แก่ ปวส ศึกษาผู้ใหญ่ ปริญญาเอก มัธยมต้น และระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 23, 1, 4, 30 และ 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5, 0.2, 1.0, 7.1 และ 5.5 ตามลำดับ

5. อาชีพ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 อาชีพรับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจมีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และอาชีพ อื่นๆ น้อยที่สุด ได้แก่ แม่บ้าน เกษียณ และอาชีพอิสระ จำนวน 4, 25 และ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0, 5.9 และ 2.4 ตามลำดับ

6. รายได้เฉลี่ย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 30,000 บาท มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 กลุ่มที่ไม่มีรายได้ มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4

7. ภูมิลำเนา (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน) นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคกลางมีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 ถัดมาคือ นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และภาคใต้ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั่วไป

1. ความถี่ในการเดินทาง จำนวนครั้งนี้นักท่องเที่ยวเดินทาง พบว่า ไม่แน่นอนมีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ 2 – 3 เดือนครั้ง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 อย่าง

น้อยเดือนละหนึ่งครั้ง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 และปีละครั้งน้อยที่สุด จำนวน 42 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.0

2. พาหนะ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด มีจำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมา คือ รถประจำทาง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และเดินทางด้วยวิธีอื่นๆ ได้แก่ รถไฟ เครื่องบิน จำนวน 9 และ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และ 9.1 ตามลำดับ

3. ช่วงเวลา ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาช่วงวันหยุดตามเทศกาลที่หยุดติดกันมากกว่า 3 วัน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมา คือ ช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 วันธรรมดา จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และเดินทางในช่วงเวลาอื่นๆ ได้แก่ ทุกครั้งที่ได้หยุดยาว และเมื่อมีเวลาว่าง จำนวน 18 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และ 0.2 ตามลำดับ

4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว จำนวนวันเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุดคือ 3-4 วัน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมา คือ 1-2 วัน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 4 วันขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

5. แหล่งข้อมูลสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเดินทาง พบว่า แหล่งข้อมูลสูงสุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง คือ สื่อ นิตยสาร/ สื่อทางออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา คือ ได้ข้อมูลจากคำบอกต่อของคนรอบข้าง/ เพื่อน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 สถานที่จัดงานท่องเที่ยว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 และน้อยที่สุดคือ เป็นสถานที่ที่เคยไปท่องเที่ยวแล้วอยากกลับไปอีก จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

6. ผู้ร่วมเดินทาง นักท่องเที่ยวเดินทางร่วมกับ เพื่อน/คู่รักมากที่สุด มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือครอบครัว จำนวน 185 คิดเป็นร้อยละ 44.0 และน้อยที่สุดคือ เดินทางคนเดียว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

7. สาเหตุในการตัดสินใจเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้เลือกในหัวข้อ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ภูมิทัศน์สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เป็นสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจในการเดินทาง โดยมีจำนวนครั้งที่เลือกรวมทั้งหมด 259 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมา คือ ความต้องการโดยความคิดเห็นส่วนรวมของคนที่ไปด้วย จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 171 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.9 ความต้องการโดยส่วนตัว จำนวนการผู้ที่เลือกทั้งหมด 147 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.9 สถานที่พัก จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 115 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.8 สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 85 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.9 และ สาเหตุอื่นๆ ได้แก่ ไปเที่ยวเพราะเบื่อสังคมปัจจุบัน ไปเพราะมีความเครียด ไปเพราะมีเวลาว่าง มีจำนวน 1 ครั้งเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 0.3

8. ปัจจัยที่ทำให้ไม่อยากเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเลือกตอบมากที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่อาจสูงเกินไป โดยมีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 214 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.5

รองลงมา คือ ระยะเวลาที่ไกลเกินไป/ใช้เวลาในการเดินทางนาน จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 199 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.4 ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 134 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.1 ระบบด้านการรักษาความปลอดภัยที่ไม่มีคุณภาพ จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 146 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.8 และปัจจัย อื่นๆ ได้แก่ คนเยอะเกินไป สภาพอากาศที่ร้อนเกินไป มีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 2 และ 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.3 และ 0.9 ตามลำดับ

9. สถานที่พัก นักท่องเที่ยวเลือกพักใน โรงแรม/รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 301 คน หรือ ร้อยละ 71.7 รองลงมาคือ บ้านของญาติ/เพื่อน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 บ้านของตนเองจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และ สถานที่พัก อื่นๆ ได้แก่ บ้านเช่า บ้านแพน หอพัก จำนวน 7, 3 และ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6, 0.7 และ 1.0 ตามลำดับ

10. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวสูงสุดคือ การพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 300 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมา คือ เพื่อการเรียนรู้ ถึง วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 221 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.2 ถัดมาคือ เพื่อการได้เปลี่ยนสถานที่ ทำให้รู้สึกดีขึ้น จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 181 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.7 เพื่อการได้ลิ้มลอง รสชาติ อาหาร จากสถานที่ไปเที่ยว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 144 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.5 เพื่อเป็นการส่งเสริม หรือ สนับสนุนสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 123 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.6 ต้องการให้เวลากับครอบครัว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 106 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.2 เพื่อเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 71 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.2 และ วัตถุประสงค์ อื่นๆ ได้แก่ คลายเครียด ไปเที่ยวเพราะอยากสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ไปเพราะมาพบญาติพี่น้อง มีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 3, 2 และ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.3, 0.2 และ 0.1 ตามลำดับ

11. สาเหตุที่ทำให้เดินทางไปท่องเที่ยว สาเหตุสูงสุดที่นักท่องเที่ยวเดินทางคือ ต้องการสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 241 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ รู้สึกเครียดเรื่องงาน จึงอยากผ่อนคลาย จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 162 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.5 ถัดมาคือ ลูก หรือ คนในครอบครัวอยู่ในช่วงปิดเทอม จึงเดินทางมาพักผ่อน จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 117 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.20 เดินทางมาทำงาน จึงถือโอกาสเที่ยวไปในตัว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 96 คิดเป็นร้อยละ 11.6 เดินทางกลับภูมิลำเนา และถือโอกาสพักผ่อนไปในตัว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 83 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.0 เดินทางมาเพื่อศึกษา หาข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 79 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.5 ถัดมาคือ มีปัญหาเรื่องความรัก ทำให้อยากเดินทางไปพักผ่อน จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 45 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4 และสาเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศ มาเพราะ

ต้องการทำบุญไหว้พระ มีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 1, 1 และ 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.1, 0.1 และ 0.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา วัด ในจังหวัดน่าน

1. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยววัด นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านเป็นครั้งแรก จำนวน 205 คน คิดเป็นจำนวน 48.8 รองลงมา คือ มาแล้วมากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 มาเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 มาเป็นครั้งที่ 3 จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และน้อยที่สุดคือ มาเป็นครั้งที่ 4 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

2. วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาวัด นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาวัดในจังหวัดน่าน เพื่อชมสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมมากที่สุด จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมา คือ เพื่อศึกษาหาความรู้ หรือ ค้นหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับวัด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ถัดมาคือ เพื่อการทำบุญสะเดาะเคราะห์ปีชง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 เพื่อการสนทนาธรรม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 เพื่อมาร่วมกิจกรรมที่วัดจัดขึ้น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และน้อยที่สุดคือ เพื่อการซื้อ หรือ บูชาเครื่องราง ของขลัง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

3. เวลาที่ใช้เยี่ยมชมวัด นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เวลาในการสักการะและเยี่ยมชม หรือ ทำกิจกรรมต่างๆ ในวัด มากที่สุดคือ ครึ่งชั่วโมง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา คือ 1 ชั่วโมง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

4. ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสักการะที่วัด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกรับประทับใจและสบายใจ จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมา คือ ทำให้รู้สึกเข้าถึงศาสน่ายิ่งขึ้น จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 รู้สึกธรรมดา เหมือนท่องเที่ยวในวัดอื่น จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 รู้สึกอยากกลับมาที่แห่งนี้อีก จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ทำให้เข้าใจธรรมชาติของชีวิต จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และความรู้สึก อื่นๆ ได้แก่ วัดในจังหวัดน่านมีความสวยงามมาก อยากกลับมาสนทนาธรรมกับพระที่วัดน่านอีก จำนวน 1 และ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 และ 0.5 ตามลำดับ

5. สิ่งดึงดูดใจด้านสถาปัตยกรรมหรือจิตรกรรม สิ่งดึงดูดใจด้านสถาปัตยกรรมหรือจิตรกรรมที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตอบมากที่สุด คือ พระวิหารหลวงของวัด มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ องค์พระเจดีย์ประจำวัด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ถัดมาคือ จิตรกรรมฝาผนังในวัด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 และน้อยที่สุดคือ หอไตรภายในวัด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9

6. เหตุผลในการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมหรือจิตรกรรม เหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมหรือจิตรกรรม คือ เพื่อสักการะ หรือ ขอพรตามความเชื่อ โดยมีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 226 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ ชมความงดงามอย่างเดียว จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 183 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.3 ถัดมาคือ ศึกษาความเป็นมาของสถาปัตยกรรมหรือจิตรกรรมในวัด จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 141 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.5 ถัดมาคือ เพื่อการหาความรู้เพิ่มเติม จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 115 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.9 เยี่ยมชมเพื่อการนำเสนองาน หรือ วิจัย จำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 55 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ เหตุผล อื่นๆ ได้แก่ เพื่อความผ่อนคลาย เพื่อหาความสุขหรือให้ตนเอง มีจำนวนครั้งที่เลือกทั้งหมด 2 และ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.3 และ 0.1 ตามลำดับ

7. เหตุผลในการเดินทางมาสนทนาธรรม เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาสนทนาธรรมในวัด จังหวัดน่าน คือ มาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมาคือ มาเพื่อเป็นการทำบุญประจำปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ถัดมาคือ มาตามครอบครัว หรือ พ่อแม่แนะนำมา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 มาเพราะอยากทราบว่าการสนทนาธรรมคืออะไร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และน้อยที่สุดคือ มาเพราะมีเรื่อง ไม่สบายใจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

8. การเลือกซื้อหรือ บูชา เครื่องราง ของขลัง นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อ เครื่องรางหรือของขลังประเภทที่ส่งเสริมให้รวยมากที่สุด มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ เครื่องรางประจำวันเกิด จำนวน 129 คนคิดเป็นร้อยละ 30.7 พระเครื่อง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุด คือ เครื่องรางเสริมดวงด้านความรัก จำนวน 44 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 10.5

9. ค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวชาวไทย มีการใช้จ่ายโดยประมาณในการทำบุญ หรือ บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์วัตถุมงคล โดยสูงที่สุดคือ 51-100 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ 101-300 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 ถัดมาคือ มากกว่า 300 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และน้อยที่สุดคือ 50 บาทหรือน้อยกว่า จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

10. สาเหตุในการมาทำบุญ สะเดาะเคราะห์ หรือแก้ปิ้ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จำนวน 165 คน หรือร้อยละ 39.3 เลือกมาทำบุญตามปกติ โดยไม่มีสาเหตุใดๆ เป็นพิเศษ รองลงมาคือ มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 มาทำบุญเพราะวาระพิเศษ เช่น วันเกิด หรือวันครบรอบต่างๆ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ถัดมาคือ มาเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำมา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 รู้สึกเสื่อมนใจ ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และ มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

11. กิจกรรมของวัดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว กิจกรรมของวัดที่นักท่องเที่ยวเข้ามาชมมากที่สุด คือ งานประจำปีของวัด จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมา คือ งานวัด ที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาล ต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ถัดมาคือ กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 งานทอดกฐิน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์ จำนวน 24 คน ร้อยละ 5.7 และกิจกรรม อื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

ผลทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระสองตัว คือ ข้อมูลลักษณะทั่วไป และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา 5 ด้าน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีดังนี้

1. ผลทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลลักษณะทั่วไป กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig = .000, .000, .000, .000, .001, .000 และ .001 ตามลำดับ)

2. ผลทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลลักษณะทั่วไป กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรม หรือ วิปัสสนา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรม หรือ วิปัสสนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig= .004, .000, .000, .000, .000, และ .024 ตามลำดับ) ขณะที่ สถานภาพ (โสด สมรส หย่า) ไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการสนทนาธรรม หรือ วิปัสสนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig= .621)

3. ผลทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลลักษณะทั่วไป กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางของขลัง พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการหาซื้อเครื่องรางของขลัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig = .003, .000, .000, .011, .000, .000, และ .014 ตามลำดับ)

4. ผลทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลลักษณะทั่วไปกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญ สะเดาะเคราะห์ พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญ สะเดาะเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig= .000,

.015, .000, .000, .000, .000 ตามลำดับ) ขณะที่ เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาการทำบุญ สะเดาะเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig= .391)

5. ผลทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลลักษณะทั่วไป กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆ ของวัด พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆ ของวัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig= .037, .000, .000, .000, .000, .000 และ .022 ตามลำดับ)

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัย เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในวัด จังหวัดน่าน สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปจากแบบสอบถามในการศึกษารั้ครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 62.8 มีสถานภาพโสด มาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัด จังหวัดน่าน อาจเนื่องมาจาก ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีความเป็นอิสระ มากกว่าผู้มีสถานภาพสมรสแล้ว นอกจากนั้น ยังสามารถทำสิ่งที่ต้องการได้ตลอดเวลาที่ว่างจากการทำงาน เป็นการใช้เวลาที่มีอยู่ได้อย่างอิสระมากกว่า อย่างไรก็ตาม ในเวลาเดียวกัน ผู้ที่มีสถานภาพโสดอาจมีความรู้สึกโดดเดี่ยว เหงา และว้าเหว่มากกว่า จึงจำเป็นต้องหาโอกาสทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อผ่อนคลายภาวะดังกล่าวนี้ ทางหนึ่งที่มีสถานภาพโสดกระทำก็คือ การไปหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ เช่นการเข้าวัดเพื่อทำกิจกรรมทางศาสนา เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สม สุจิร (2550) ที่ว่าบุคคลที่มีสถานภาพโสดมักหันหน้าเข้าวัด เพราะความเหงาและไม่มีคนดูแลจึงต้องอาศัยหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนาในการดำเนินชีวิต รวมถึงเพื่อการผ่อนคลายทางด้านจิตใจ ข้อค้นพบต่อมา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเที่ยววัดในจังหวัดน่านส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.4 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะภาคกลางเป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในส่วนกลางของประเทศไทย นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศได้ดีกว่าและสามารถเดินทางไปได้สะดวกกว่าผู้ที่อยู่ในภูมิภาคภาคอื่นๆ เช่น หากนักท่องเที่ยวจากภาคใต้ที่ต้องการไปเดินทางไปท่องเที่ยวที่ภาคเหนือ จำเป็นต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าผู้ที่เดินทางจากภาคกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลจากการศึกษาในครั้งนี้ ที่พบว่า นักท่องเที่ยวจากภาคใต้ที่เดินทางไปเที่ยววัด ในจังหวัดน่าน มีจำนวนน้อยที่สุดหากเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ คือ มีเพียงร้อยละ 3.3 เท่านั้น ผลการศึกษานี้ ยังสอดคล้องกับข้อมูลของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2555 ที่สรุปว่า ร้อยละ 71.6 ของจำนวนประชากรที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง มีอัตราการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สูงกว่าภาคอื่นๆ คือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคเหนือ ซึ่งมีร้อยละ 58.4, 47.6, 54.9 และ 56.0 ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลการศึกษา ยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยววัด ในจังหวัดน่าน เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 30,000 บาท และชอบเดินทางท่องเที่ยวไปสถานที่ที่ไกลจากที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน อาจเป็นเพราะ ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้สูงพอที่จะจ่ายเงินค่าเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ไกลๆ ได้ ผลการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริ ฮามสุโพธ (2543) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะหรือรูปแบบของนักท่องเที่ยวไว้ว่า ลักษณะหรือรูปแบบของนักท่องเที่ยวเป็นแง่ของสังคมวิทยา เพราะลักษณะหรือรูปแบบของการแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกัน เช่น การอบรมเลี้ยงดู การศึกษา เพศ รสนิยม วัย เชื้อชาติ รายได้ และประสบการณ์

ข้อค้นพบเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวไม่แน่นอน แสดงว่า นักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจที่จะเลือกเดินทางช่วงเวลาใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับวิถีชีวิต และภาระหน้าที่ที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชอบเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด อาจเป็นเพราะ มีความสะดวก เป็นส่วนตัว และสามารถตัดสินใจเลือกแวะพักหรือเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ได้เองตลอดระยะเวลาการเดินทาง และถ้าเดินทางเป็นกลุ่มหลายๆ คน การเดินทางด้วยรถยนต์คันเดียว อาจเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย มากกว่าใช้บริการรถโดยสาร หรือพาหนะที่ให้บริการอื่นๆ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมักเดินทางในช่วงวันหยุดตามเทศกาลที่หยุดติดกันมากกว่า 3 วัน และมีจำนวนวันเฉลี่ยต่อครั้ง 3-4 วัน โดยมีแหล่งข้อมูลสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางคือ สื่อ นิตยสาร/สื่อทางออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย และร่วมเดินทางกับเพื่อน/คู่รักมากที่สุด เลือกพักในโรงแรม / รีสอร์ท ทำให้สามารถสรุปผลการศึกษาเหล่านี้ได้ว่า นักท่องเที่ยวสามารถลาหยุดเรียนหรือลางานได้ตามระยะเวลาที่มีจำกัด มักนิยมการเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดเทศกาล ที่หยุดติดกันมากกว่า 3 วัน และมีจำนวนวันเฉลี่ยต่อครั้ง 3-4 วัน ซึ่งทำให้สามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งแห่งได้อย่างต่อเนื่อง และคุ้มกับเวลาที่ไปท่องเที่ยว อันรวมถึงเวลาทั้งหมดที่ใช้ไปในการเดินทางทั้งไปและกลับด้วย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวเลือกลงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักเป็นโรงแรม/รีสอร์ท ซึ่งถือว่ามีความปลอดภัยมากระดับหนึ่ง และนักท่องเที่ยวเลือกสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ จากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสารการท่องเที่ยว และจากสื่อออนไลน์ เช่น เพชบุ๊ค ทั้งนี้ก็เป็นเพราะ แหล่งข้อมูลต่างๆดังกล่าวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย เสียค่าใช้จ่ายน้อย และสามารถหาข้อมูลได้มากเท่าที่ต้องการ ผลการศึกษาที่กล่าวมานี้ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ถือเป็นการตัดสินใจตามความต้องการ ตามสิ่งจูงใจ และตามการตัดสินใจ รวมทั้ง การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว การเตรียมการเดินทาง เช่น ด้านยานพาหนะ สถานที่พักแรม และการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่

ท่องเที่ยว ทั้งหมดนั้น มาจากตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนนั้น นั่นเองข้อสรุปอื่นด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวพบว่า สาเหตุในการตัดสินใจเดินทางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์ สวยงามและมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และต้องการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่วนปัจจัยที่ทำให้ไม่อยากเดินทางไปท่องเที่ยวคือ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่อาจสูงเกินไป อาจกล่าวได้ว่า ความมีชื่อเสียงและวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดน่าน เป็นสาเหตุสำคัญ ในการทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง เพราะจังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่ยังคงรักษาวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นไว้ได้อย่างดีมา รวมทั้งวัดและโบราณสถานส่วนใหญ่ ยังคงรักษาศิลปะแบบดั้งเดิม ของเมืองน่านไว้ได้ และวัด เป็นศาสนสถานที่มีความเงียบสงบ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกผ่อนคลาย จิตใจสงบ อันเกิดจากความศรัทธา ทำให้เกิดความสุขกายสุขใจและช่วยผ่อนคลายความเครียด จากการปฏิบัติงานประจำ อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดด้านค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไป ก็มีผลทำให้ไม่สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ ข้อสรุปจากพฤติกรรมที่กล่าวมา สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ ที่ระบุในเอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2545) ซึ่งกล่าวถึงสิ่งกระตุ้นหรือแรงจูงใจที่ทำให้ความต้องการในการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งที่ทำให้ความต้องการถูกระงับหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกอยากเดินทางลดน้อยลง เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ระบุโดย เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538) ไว้ว่า สิ่งที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว มี 3 องค์ประกอบ คือ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว โดยทั้ง 3 องค์ประกอบนี้เป็นตัวกำหนดที่สำคัญมากต่อการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อสรุปของแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ในวัดของจังหวัดน่าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม การที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาท่องเที่ยววัดในจังหวัดน่านเป็นครั้งแรก อาจอธิบายได้ว่า การเดินทางครั้งแรกมักเกิดจากความสนใจเป็นพิเศษในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น จนเกิดความต้องการและตั้งใจที่จะไปได้เห็น ได้สัมผัสด้วยตัวเอง โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อชมสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมภายในวัด และสักการะ หรือ ขอพรตามความเชื่อ ซึ่งมีสิ่งดึงดูดใจสูงสุดในด้านสถาปัตยกรรม คือ พระวิหารหลวง มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกทั้งหมด 147 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 35.0 อาจเป็นเพราะ พระวิหารหลวงในจังหวัดน่าน มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน รวมถึงประกอบไปด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมโดยการสื่อออกมาทางภาพวาดต่างๆที่สื่อให้เห็นถึงความเป็นมาของพุทธศาสนา วิถีชีวิตของผู้คนในจังหวัดน่าน รวมถึงนิทานชาดกต่างๆ ภายในตัววิหาร ซึ่งเป็นสื่อกลางในการแสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญทางด้านประติมากรรมในพระวิหารหลวงในจังหวัดน่านได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมชนก คำแก้ว (2555) ซึ่งศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความพึง

พอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่า สิ่งดึงดูดใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวคือ ความมีเอกลักษณ์และความสวยงามของพระวิหารหลวงในอำเภอเมืองเชียงใหม่และสถาปัตยกรรมต่างๆ เช่น อุโบสถ เจดีย์ ภาพจิตรกรรมฝาผนัง รวมถึง ทัศนศิลป์ต่างๆในตัววัดไม่ว่าจะเป็นงานปูนปั้นต่างๆภายนอกซึ่ง ถือได้ว่าเป็นมรดกช่างศิลป์ไทยที่มีคุณค่าและมีความงาม ตามแบบอย่างทางศิลปะไทย

2. ด้านการสนทนาธรรมและนั่งวิปัสสนา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 46.9 เดินทางมาสนทนาธรรมที่วัดในจังหวัดน่านโดยให้เหตุผลคือ มาเป็นปกติ ไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการสนทนาธรรมนั้นเป็นความรู้สึกนึกคิดที่อาจเกิดขึ้นจากการได้พบปะ และสัมผัสกับกระบวนการการจัดกิจกรรมทางศาสนาในระหว่างเยี่ยมชมวัดและพบพระ จึงไม่ได้เตรียมตัวหรือตั้งใจที่จะไปร่วมการสนทนา ครั้นเมื่อพบเห็นหรือกระบวนการเป็นที่พอใจอาจเป็นสาเหตุทำให้เข้าร่วมสนทนาได้โดยทันที อีกประการหนึ่งการเข้าวัด หรือ ศาสนสถานใดๆ มักจะมีกระบวนการให้ความรู้ทางหลักธรรมะของพระสงฆ์ และในการนำเที่ยวมักคุเทศก์จะจัดขั้นตอนการเข้ารับฟังธรรมะไว้ในรายการ โดยทั่วไปจึงเป็นเหตุให้มีปริมาณมากในการเลือกประเด็นมาเป็นปกติไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ นอกจากนั้นมีความเชื่อว่าการได้รับฟังธรรมะหรือวิปัสสนาหรือสนทนาธรรมถือเป็นมงคลแก่ตนเองและครอบครัว ก็อาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งแต่ไม่ได้ตั้งใจเป็นพิเศษ นอกจากนั้นการสนทนาธรรมและนั่งวิปัสสนามีเหตุผลหลักคือลดความเครียด หรืออยากเข้าถึงหลักธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา แต่เป็นที่น่าสังเกตว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเพียงร้อยละ 8.3 เดินทางมาสนทนาธรรมโดยมีเหตุผลเพราะมีเรื่อง ไม่สบายใจ ทั้งนี้ยังขัดแย้งกับงานวิจัยของ ฉวีวรรณ สุวรรณภา (2537) ซึ่งกล่าวว่า คนไทยนิยมหันหน้าเข้าวัด รวมถึงทำนุ่งสมาธิ เพื่อให้หลุดพ้นจากความเครียด และปัญหาที่รุมเร้า

3. ด้านการเลือกซื้อหรือบูชา เครื่องราง ของขลัง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับเครื่องรางของขลังประเภทส่งเสริมให้ร่ำรวยมากที่สุด โดยมีค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการ ทำบุญหรือ บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์วัดถุมงคล ต่อครั้งอยู่ที่ 51-100 บาท ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ามูลค่าราคาของการเข้าซื้อเครื่องรางของขลังครั้งนี้ไม่แพงและไม่ถูกเกินไป ซึ่งพอที่จะทำให้นักท่องเที่ยวจัดสรรงบประมาณเพื่อจัดซื้อได้ อีกทั้งมีความเชื่อในเรื่องความศักดิ์สิทธิ์และศรัทธา ถ้าค่าราคาน้อยอาจทำให้ไม่ศักดิ์สิทธิ์ได้ และยังอาจกล่าวได้ว่า ถึงแม้นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจเครื่องรางของขลัง สิ่งศักดิ์สิทธิ์วัดถุมงคล แต่ก็ไม่ได้ใช้จ่ายในด้านนี้เท่าใดนัก โดยอาจตั้งใจมาเคารพ สักการะ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดเพื่อเสริมมงคลในชีวิต มากกว่ามาซื้อวัดถุมงคล หรือเครื่องรางของขลัง ข้อสรุปที่กล่าวมานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ โรสิตา แสงสกุล (2550) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลของเครื่องรางของขลังที่มีต่อชาวพุทธในสังคมไทยปัจจุบัน และได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของชาวพุทธในสังคมไทยที่มีต่อความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลังมีอยู่เป็นจำนวนมากและอย่างแพร่หลาย ชาวพุทธมักนิยมพกพา

เครื่องรางของขลังติดตัวตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ สร้างขวัญกำลังใจ ทำให้รู้สึกอุ่นใจ ปลอดภัยจากภัยอันตรายรอบตัวที่อาจจะเกิดขึ้น เพราะความเชื่อต่อเครื่องรางของขลังที่ว่าสามารถปกป้องคุ้มครองได้ และยังให้โชคลาภ โดยเฉพาะในด้านพาณิชย์ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากร้านค้าต่างๆ จะนิยมบูชานางกวัก หรือกุมารทอง เพื่อทำมาค้าขายให้เจริญรุ่งเรือง แม้กระทั่งพระสงฆ์หรือนักวิชาการเห็นว่าการเชื่อในเครื่องรางของขลังนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาแต่ละยุคสมัย นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อและศรัทธาในวัตถุมงคลและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดย วิทย์ พิณคันเงิน (2515) โดยได้กล่าวถึงความเชื่อไว้ว่า ความเชื่อของมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม มนุษย์โดยทั่วไปต้องการความสิ่งศักดิ์สิทธิ์ปลอดภัยทั้งทางร่างกายและจิตใจ จึงมีการประกอบพิธีขึ้น เพื่อแสดงความเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้น และเชื่อว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะทำให้เกิดเหตุร้าย และช่วยให้เกิดผลดีได้และทำให้เจริญขึ้น

4. ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ ประเด็นที่เป็นสาเหตุในการทำบุญสะเดาะเคราะห์หรือแก้ปีชง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมาทำบุญเป็นปกติไม่มีเหตุผลพิเศษจำนวน 165 คิดเป็นร้อยละ 39.3 ซึ่งเป็นอันดับสูงสุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่าความเข้าใจและความเชื่อเรื่องการทำบุญว่า เมื่อได้ทำบุญสะเดาะเคราะห์แล้วจะทำให้สบายใจ พ้นภัย มีความสุขสวัสดิ์ ไม่ว่าเวลาใด เมื่อใด ฉะนั้นจึงมีเวลาที่จะทำบุญได้ทุกโอกาส จึงเป็นเหตุให้มีความคิดเดียวกันเป็นส่วนมาก ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเที่ยววัดใน จังหวัดเชียงใหม่ของ ธัญวรรณ ใจวัง (2555) โดยผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเดินทางไปทำบุญสะเดาะเคราะห์โดยให้เหตุผลคือไม่มีเหตุผลใดเป็นพิเศษในการมาทำบุญสะเดาะเคราะห์ในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากมาทำบุญสะเดาะเคราะห์ที่วัดในจังหวัดเชียงใหม่เป็นประจำอยู่แล้ว และการทำบุญสะเดาะเคราะห์ในวัดจังหวัดเชียงใหม่ยังให้ความรู้สึกผ่อนคลายและสบายใจจากงานประจำที่ทำอยู่

5. ด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด หรืองานประจำปีต่างๆ พบว่า ในประเด็นหัวข้อแบบสอบถามโดยมีการเลือกมากที่สุดคือ 154 คนคิดเป็นร้อยละ 36.7 ทั้งนี้เป็นเพราะว่างานประจำปีเป็นกิจกรรมในวัดที่จัดขึ้นเพื่อดึงดูดให้คนมาร่วมกิจกรรมมากขึ้น งานประจำปีของวัดเป็นประเพณีวัฒนธรรมถือกันมาตั้งแต่โบราณกาลทุกวัดทั่วประเทศ โดยถือว่าเป็นวันทำบุญใหญ่ ทำให้เกิดค่านิยมของประชาชนชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆมีความเชื่อและศรัทธาร่วมแรงร่วมใจกันจัดกิจกรรมประจำปี อนึ่งในการจัดงานประจำปีนั้นมักจะจัดรูปแบบกิจกรรมใหญ่โตคือ มีการฉลองสมโภชศาสนสถานและมีกิจกรรมรื่นเริงสนุกสนาน ล้วนเป็นที่ประทับใจกับคนที่ได้ไปพบเห็น จึงเป็นเหตุเป็นผลให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวพึงพอใจ เป็นวันสำคัญสอดคล้องกับความคิดของ พระยานรรัตน ราขมานิต (2521) ซึ่งกล่าวว่า งานวัดประจำปีเป็นงานสมโภชอันยิ่งใหญ่ที่วัดต่างๆได้ชุมนุมพุทธศาสนิกชนทุกหมู่เหล่า เป็น

สังคมที่เต็มไปด้วยความรัก ความสามัคคี การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ได้ทำบุญทำทานทุกรูปแบบ เป็นการพัฒนาสังคมส่งผลถึงความมั่นคงของชาติ

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

จากการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ มีประเด็นอภิปรายดังนี้

1. ผลการการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ทางสถิติ พบว่า ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว กับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้สึกรู้จัก สติปัญญา ปฏิภาณไหวพริบไม่แตกต่างกันมากนักไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชาย อายุแตกต่างกัน สถานภาพโสด สมรส หรือหย่า มีการศึกษาแตกต่างกัน มีรายได้ไม่ตัดเทียมกัน ต่างถิ่นที่อยู่ อาชีพต่างกันไป องค์ประกอบปัจจัยเหล่านี้อยู่ในความเป็นคนทุกคน ขณะเดียวกันจากข้อมูลการศึกษาในวิจัยนี้ นักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัดจังหวัดน่านแล้วแต่มีอายุที่มีวุฒิภาวะเป็นส่วนใหญ่ ชั้นต่ำอายุ 20 ปี มีจำนวนร้อยละ 14.5 อายุ 21-40 ปี มีจำนวนร้อยละ 44.1 อายุ 41-60 ปี มีจำนวนร้อยละ 35.7 อายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวนร้อยละ 5.7 เมื่อพิจารณาจากจำนวนอายุแล้วจะเห็นได้ว่าเป็นวัยกลางคนเป็นส่วนใหญ่ ล้วนแล้วแต่มีวุฒิภาวะ มีประสบการณ์ มีความเข้าใจ มีความรู้ที่พอจะเรียนรู้ในเรื่องสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมได้เป็นอย่างดี และในขณะเดียวกันลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่นๆเป็นปัจจัยเสริมการรับรู้และเรียนรู้ สถานภาพโสด สมรสหรือหย่า ภูมิลำเนา อาชีพและรายได้ ทั้งนี้อายุจะแสดงถึงการมีประสบการณ์เป็นส่วนใหญ่ในการที่สนใจไปเที่ยวชมและทำกิจศาสนาในวัด ดังนั้นการได้รับรู้ สัมผัสเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมในวัดหรือศาสนสถาน น่าจะมีผลกระทบโดยตรงต่อบุคคลทุกๆคนได้เหมือนกัน ไม่ว่าจะเป็นอายุหรือเพศ หรือระดับการศึกษา แต่อาจรับรู้ในส่วนลึกของความรู้ต่างกันเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการรับรู้เกี่ยวกับความมีสุนทรีย์ ความสง่างาม ความสมดุลทางสถาปัตยกรรม ความซาบซึ้งประทับใจ พอใจ รักหวนแทนต่อการมีวัฒนธรรมด้านศิลปะและหัตถกรรม อนึ่ง สถาปัตยกรรมและจิตรกรรมที่ได้แสดงไว้ในวัดตามสถานที่ต่างๆ เป็นการแสดงออกให้ปรากฏขึ้นได้อย่างงดงาม น่าพิงชม และก่อให้เกิดอารมณ์รัก สะเทือนใจ หวงแหน ปกป้องอนุรักษ์ได้ การรับรู้ในศิลปหัตถกรรมนั้นเริ่มจากการสัมผัสด้วยประสาทตามองเห็นเป็นสำคัญ และอีกประการหนึ่งนักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาส่วนใหญ่จะมีจิตใจลักษณะมีธรรมะ ใจอารี ใจดี ใจเย็น มีความตั้งใจและสนใจเป็นพื้นฐานเบื้องต้นที่จะแสวงหาเพื่อมาเที่ยววัด และหากมีการประชาสัมพันธ์หรือรับรู้ว่าการท่องเที่ยวจะได้พบเห็นสถาปัตยกรรมศิลปะในวัด และจัดทำการเล่นเป็นเรื่องราวพุทธศาสนาเชิงประวัติศาสตร์แล้ว จะเป็นแรงจูงใจให้อยากพบเห็น เมื่อมีแรงจูงใจเช่นนี้ ครั้นได้พบเห็นเป็นจริง ส่งเสริมให้เกิดความพึงใจ ชอบใจซาบซึ้งมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเพศ วัย อาชีพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา สถานภาพ รายได้ ความรู้สึก ความต้องการนั้นจัก

เหมือนกัน จึงส่งผลให้มีความสัมพันธ์ต่อกันกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาได้ ซึ่งสอดคล้องกับ สุทธิชัย อาภากรโร (2553) ที่ได้กล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ พัฒนาคุณภาพชีวิตพบความสุข ความสวยงามและศิลปวัฒนธรรม ซึ่งจะนำไปสู่ความสุขทางอารมณ์และจิตใจสามารถบังเกิดได้กับบุคคลทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกระดับ การศึกษาได้เป็นอย่างดีและสอดคล้องกับ ยุวลักษณ์ เสี่ยงหวาน และ สุธาทิพย์ นิลม่วง (2550) ได้กล่าวว่า การได้เข้าถึงงานสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมจะทำให้จิตใจ อารมณ์และสังคมดีขึ้น เพราะเป็นสิ่งงดงามและสุนทรีย์ที่ยั่งยืน จะส่งเสริมให้เกิดศรัทธาในตัวบุคคลต่อสถานที่เหล่านั้นเช่นเดียวกัน ถ้าเป็นในวัดหรือศาสนสถานส่งผลให้เกิดความผูกพันซึ่งกันและกันระหว่างคนกับสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมได้

2. ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 ทางสถิติ พบว่า ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวกับองค์ประกอบด้านท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านสถานภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การสนทนาธรรมหรือวิปัสสนาเป็นเรื่องต้องอาศัยความศรัทธา ความเชื่อ และความรู้ในหลักธรรม เป็นพื้นฐานในการสนทนาพูดคุยซึ่งกันและกันในระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกันเพราะสถานภาพในเรื่องโสด สมรสและหย่า เป็นพฤติกรรมที่กระทบต่อทางจิตใจ อาจมีส่วนลำเอียงหรืออารมณ์ขุ่นมัวได้ บุคคลที่อยู่ในสถานะนี้อาจจะมองเห็นเป็นภาพลบ เพราะจิตใจมีความลำเอียงเป็นพื้นฐานซึ่งตรงกับคำกล่าวของดวงกมล อุณจิตติ (2553) ที่ได้กล่าวว่า การสนทนาธรรมหรือนั่งวิปัสสนา ถ้าจิตใจไม่สงบมีความหม่นหมอง มีความลำเอียงเกิดขึ้นแล้ว ความปิติสุขอาจจะเกิดขึ้นได้น้อยโดยเฉพาะการกระทบกระเทือนมาจากความผิดหวังในเรื่องเพศตรงกันข้าม และในทำนองเดียวกันอาจจะมีคามสมหวังพึงพอใจเป็นที่สุดซึ่งเกิดขึ้นได้ในกรณีตัดสินใจด้วยการพึงธรรมะในการขัดเกลาจิตใจให้สงบ นอกจากนั้นบุคคลที่อยู่ในวัยรุ่นมีการศึกษา การได้รับพึงธรรมะโดยที่ผู้ให้ความรู้ (พระ) ไม่มีทักษะหรือเทคนิคในการถ่ายทอดและความเป็นจริงในเนื้อหาอย่างเป็นรูปธรรม อาจเป็นเหตุส่งผลให้เกิดความไม่เชื่อหรือความเชื่อที่แตกต่างกันได้ไม่ว่าที่สัมพันธ์กับสถานภาพได้สอดคล้องกับ สมชาย ฐานวุฑโฒ (2557) กล่าวว่า การสนทนาธรรมเป็นพุทธกิจกรรมที่มักจะกระทำร่วมกับการพึงธรรมะเป็นการเรียนรู้จากการบรรยาย จากการเทศน์ บุคคลที่รับฟังอาจจะถึงพร้อมด้วยสมาธิไม่เท่าเทียมกันได้ ทั้งนี้วิธีการถ่ายทอดธรรมะก็ด้วยการบอกเล่าและบรรยายนี้ทำให้ไม่น่าสนใจได้ และจะเป็นปัญหากับบุคคลที่มีปัญหาทางจิตซึ่งมาจากการหย่าร้างรวมถึงยังสอดคล้องกับ คชา ชินบัญญัติ (2553) ซึ่งได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวแบบทัวร์ธรรมะเพื่อรับฟังธรรมะและวิปัสสนามีผลให้เกิดน้อยกับบุคคลที่มีสมาธิจิตสั้น อารมณ์แปรปรวน เนื่องจากวัยรุ่นหรือคนหย่าร้างแล้วเป็นโสด หรือคนเป็นโสดในวัยสูงอายุ เพราะธรรมะไม่ใช่เรื่องแค่สนุกอย่างเดียวแต่เป็นเรื่องปรัชญาทางศาสนา สำหรับลักษณะปัจจัยอื่นๆ คือ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนานั้น ไม่มีผลกระทบอันจะก่อให้เกิดความไม่

สัมพันธ์ได้ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ เรียนรู้และทำความเข้าใจ เพราะบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจจะมาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาอันเป็นพื้นฐานพร้อมจะรับรู้ พร้อมจะนั่งวิปัสสนา พร้อมจะรับฟังธรรมะเป็นต้นทุนอยู่แล้ว ย่อมทำให้มีความชอบมีความพึงพอใจ เป็นผลทำให้มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านการสนทนาธรรมและวิปัสสนา ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ แก้ว ชิตตะขบ (2553) ที่ได้กล่าวว่า การสนทนาธรรมและฟังธรรมจะส่งผลให้ประโยชน์ต่อสติปัญญา มีบุญกุศลในภายภาคหน้า ใครพบใครเห็นได้รับการสรรเสริญ ส่งเสริมคุณลักษณะความเป็นผู้รู้ ผู้นำ ผู้บริหาร เป็นบุญกิริยาวัตถุ จะเห็นได้ว่าบริบทแห่งกิจกรรมนี้ไม่ได้แยกอายุ วัย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และสิ่งอื่นใดหมายถึงทุกลักษณะตัวแปรส่งผลให้เกิดการรับรู้เรียนรู้โดยทั่วถึงและสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีย์ นัยพินิจ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์พบว่าการสนทนาธรรมและวิปัสสนามีผลทำให้บุคคลสามารถพัฒนาจิตใจอารมณ์และสังคมได้เท่าเทียมกันและมีความทัดเทียมกันที่จะรับรู้หลักธรรมะดังเช่น เด็กสามารถนั่งสมาธิได้เช่นเดียวกับผู้ใหญ่หรือแม้แต่เพศชายกับเพศหญิงสามารถนั่งวิปัสสนาได้เท่าเทียมกัน

3. ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 3 ทางสถิติ พบว่า ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านเครื่องรางของขลัง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเป็นความเชื่อของบุคคลโดยเฉพาะคนไทยเชื่อว่าเป็นวัตถุมงคลหรืออุปกรณ์ในการปกป้องรักษาส่งเสริมให้ชีวิตเป็นสุข ปลอดภัย ร่ำรวยต่างๆ ทำให้เกิดศรัทธาและพยายามที่จะใฝ่หาซึ่งเป็นที่ทั้งด้านศาสนาและด้านอื่นๆที่ไม่ใช่ศาสนา เช่น พระเครื่อง ผ้ายันต์ ตะกรุด พระพรหม มิดหมอ เป็นต้น โดยเชื่อกันว่าเครื่องรางสามารถป้องกันอันตราย มิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ของขลังมีอำนาจศักดิ์สิทธิ์ดลบันดาลให้สัมฤทธิ์ผล จากความคิดอันนี้ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาที่ไปท่องเที่ยวในวัดมีความสนใจและอยากได้ไว้ครอบครองเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เพราะได้รับรู้จากคำร่ำลือจากสื่อสังคมอาจจะถูกบ้างผิดบ้าง แต่เป็นคำกล่าวที่ทำให้เชื่อได้เป็นต้นทุน ดังนั้นไม่ว่าบุคคลนั้นอยู่ในสถานะใด มีเงินมีทอง มีการศึกษาหรือไม่มีการศึกษา ทุกเพศวัย ต่างก็ยอมรับและเชื่อกันมานานว่ามีความเป็นไปได้ที่เป็นคุณต่อตัวเองดังคำกล่าวของ โรสิตา แสงสกุล (2550) ที่กล่าวว่า ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลังและไสยศาสตร์เป็นเรื่องธรรมดาในสังคมไทยและไม่เสียหาย เป็นที่ต้องการของความเชื่อถือ มีอิทธิพลต่อชาวพุทธในสังคมไทยในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สูดาทิพย์ นันทโชค (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเขตจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยวสูงอายุพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลเรื่องเพศและสถานภาพที่ความสนใจที่จะใฝ่หาเครื่องรางของขลังอยู่ในระดับสูงและมีความสนใจในศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมในระดับสูงด้วย

4. ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 4 ทางสถิติ พบว่า ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์ มีความสัมพันธ์กัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านเพศ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การทำบุญสะเดาะเคราะห์เป็นเรื่องความเชื่อมีทั้งคิดว่าเป็นความมั่งงายก็ได้ ไม่มั่งงายก็ได้ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาอาจจะเชื่อว่ามี ความมั่งงายค่อนข้างมาก จึงเป็นเหตุทำให้ปัจจัยลักษณะเกี่ยวกับเพศมีความคิดและเชื่อเรื่องผลลัพธ์จากการทำบุญสะเดาะเคราะห์ไม่สัมพันธ์กัน อาจจะเชื่อมากหรือเชื่อ น้อยหรือไม่เชื่อก็ได้ เพศหญิงมีความอ่อนโยนอ่อนไหวง่ายกว่าเพศชายและมักมีความเชื่อในการทำบุญ สะเดาะเคราะห์มากกว่าเพศชาย เช่นเชื่อเรื่องปีชง (เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ, 2538) ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม (2557) ที่กล่าวว่า การทำบุญสะเดาะเคราะห์เป็นเรื่องของจิตใจที่ไฝหาซึ่งความหวังช่วยขจัดจิตใจให้มั่นคงขึ้น ปรับสภาพอารมณ์และ ภูมิคุ้มกันให้กับตนเอง มีความคิดและความเชื่อแตกต่างกันในกลุ่มบุคคล อาจจะเป็นระหว่างกลุ่มอายุ กลุ่มอาชีพและกลุ่มเพศได้ และสอดคล้องกับการวิจัยของ มัทซุย เค (Matsui, 2012) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจในการท่องเที่ยวแสวงบุญ พบว่ามีความเชื่อเรื่องทำบุญกุศล เพื่อสะเดาะเคราะห์แตกต่างกันในระหว่างกลุ่มช่วงอายุและในกลุ่มเพศ สำหรับข้อมูลลักษณะทั่วไป อื่นๆคือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิฐานะ มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เพราะสังคมไทยนิยมจัดทำบุญสะเดาะเคราะห์ในสังคมทุกระดับให้มองเห็นเป็นตัวอย่างมากมาย อีกทั้งมีการเผยแพร่ทางสื่อต่างๆ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และสื่อ หนังสือพิมพ์ จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ไม่ว่าเด็ก ผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ ผู้มีการศึกษา ผู้มีรายได้ และ สถานภาพต่างๆกันไปได้รับรู้โดยทั่วถึงเท่าเทียมกัน อาจเป็นผลทำให้เป็นความน่าเชื่อถือ จึงเป็นเหตุ อันหนึ่งที่ทำให้เกิดมีความสัมพันธ์กันระหว่างลักษณะปัจจัย ลักษณะบุคคลดังกล่าวกับองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์

5. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ทางสถิติ พบว่า ข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวกับ องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาด้านการร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการจัดกิจกรรมต่างๆของวัดเป็น กิจกรรมเชิงนันทนาการ มีทั้งงานประจำปีและจัดนอกเทศกาลได้ วัดจะจัดแตกต่างกันไปตามฐานะ แต่ลักษณะรูปแบบของกิจกรรมจะมีความคล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่โดยมุ่งหวังให้บุคคลที่มาร่วมงาน หรือนักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรม มีความสุข สนุกสนาน เพลิดเพลินอารมณ์ รวมทั้งได้บุญกุศลในการ ทำทานทำบุญในศาสนกิจด้วย ฉะนั้นพฤติกรรมที่บังเกิดเหล่านี้เป็นความปรารถนาต้องการกับบุคคล ทุกเพศทุกวัย ทุกลักษณะได้ทัดเทียมกัน มีทั้งกิจกรรมของเด็ก ของวัยรุ่น ของวัยผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ มีลักษณะงานเป็น 3 ส่วน คือ งานเทศกาลเป็นประเพณีทางศาสนา เป็นส่วนการทำบุญกุศล งาน มหรสป เป็นการเล่นฉลองความสุขสนุกสนานและงานเบ็ดเตล็ดเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้เกิด ความพึงพอใจให้แก่ผู้ร่วมกิจกรรม จึงเป็นเหตุผลให้เกิดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้ ดังที่

พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโน (2556) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมต่างๆ ในวัดไม่ว่าประจำปีหรือทั่วไปเป็นที่นิยมชมชอบของชุมชนทำให้เกิดความสนุกสนานรื่นเริง แต่ต่างมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับศาสนพิธีด้วย บุคคลทุกเพศทุกวัยทุกศาสนาต่างพร้อมใจกันจัดงานอย่างหน้าชื่นตาบาน นอกจากนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่วัดจัดขึ้นนั้นเป็นสื่อในการเผยแผ่พุทธศาสนาแก่นักท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้กิจกรรมนี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงเอกลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ถือว่าเป็นรูปแบบการให้บริการธรรมะทางใจและอารมณ์ อีกทั้งเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นไปสู่รุ่นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการศึกษาวิจัย สาเหตุสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปเยี่ยมชมวัดในจังหวัดน่าน คือ ความมีชื่อเสียงด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมของโบราณสถานด้านพุทธศาสนา ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายของภาคเหนือ คือ การได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของไทย และได้ร่วมกิจกรรมทางศาสนา เช่น การสันทนาการ การทำบุญสะเดาะเคราะห์ เพราะมีสิ่งดึงดูดใจด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งยังมีกิจกรรมทางศาสนาที่หลากหลาย ดังนั้น หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดน่าน ด้วยการจัดให้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดน่านให้มากขึ้นผ่านระบบการสื่อสารต่างๆ เพราะข้อมูลจากงานวิจัยนี้ได้แสดงว่า แหล่งข้อมูลสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง คือ สื่อ นิตยสาร/ สื่อทางออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย

2. จากผลการศึกษาวิจัย นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางไปท่องเที่ยววัดในจังหวัดน่านด้วยรถยนต์ส่วนตัว หากต้องพักค้างคืนจะเลือกพักโรงแรมหรือรีสอร์ท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 21-40 ปี มีรายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 5,000 - 30,000 บาท และเดินทางร่วมกับเพื่อน/คู่รักมากที่สุด ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจนำเที่ยว ควรสร้างสรรค์สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่สอดคล้องกับข้อมูลของงานวิจัยนี้ เช่น การจัดให้มีที่พักประเภท โรงแรมหรือรีสอร์ท ที่มีห้องพักหลายรูปแบบและหลายราคา สำหรับผู้มั่งมีใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 5,000 - 30,000 บาท มีที่จอดรถส่วนตัวอย่างเพียงพอ และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบันเทิง หรือ การพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุในช่วง 21-40 ปี และไปกับกลุ่มเพื่อนหรือคู่รัก นอกจากนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว จึงควรให้มีที่จอดรถในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจนเกินไป และควรมีอย่างเพียงพอ พร้อมระบบจัดการที่ดี

3. จากผลการศึกษาวินิจฉัยนักท่องเที่ยวชาวไทย ทุกเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และ ภูมิสำเนา มีความสนใจไม่แตกต่างกัน ในด้านการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของวัด ในจังหวัดน่าน เช่น การเข้าร่วมงานบุญประจำปี หรือ งานตามช่วงเทศกาลต่างๆ ที่มีกิจกรรมด้านพุทธศาสนาประเภท การสนทนาธรรม การทำบุญสะเดาะเคราะห์ ฯ ดังนั้น เพื่อให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดน่าน ได้เข้าถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรจัดให้มีโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ร่วมกับสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน หรือ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านศาสนา ในวัด จังหวัดน่าน ให้แพร่หลายทั่วประเทศ รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจัดทัวร์นำเที่ยวเชิงพุทธศาสนาให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอื่นๆหรือภาคต่างๆ ของประเทศไทย
2. ควรศึกษาวินิจฉัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยวในกลุ่มเยาวชน
3. ศึกษาถึงความต้องการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนิสิต นักศึกษาในมหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง



ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. (2557). ท่องเที่ยวไทยปีหน้าสดใส จำนวนนักท่องเที่ยวเติบโตต่อเนื่อง. [ออนไลน์] แหล่งที่มา

<http://www.tourism.go.th/home/details/11/83/22952>

กรมศาสนา และกระทรวงวัฒนธรรม. (2557). ช่วงหนึ่งของชีวิตที่งดงาม บนเส้นทางบุญทั่วไทย: กรมศาสนาและกระทรวงวัฒนธรรม.

กระทรวงวัฒนธรรม. (2557). เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. [ออนไลน์] แหล่งที่มา

<http://www.thaiculture.in.th/thaiculturalroute/>

กวิน ลีอยศ. (2553). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเข้าชมวัดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ก่อ สวัสดิพานิชย์. (2532). เฮ็ดเวียก. มติชนสุดสัปดาห์.

กอบกาญจน์ เหริญทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. มหาวิทยาลัยสยาม.

กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ และศรัณยา แสงลี้มสุวรรณ. (2549). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน.

Executive Journal.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว, 20(4).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). ททท.กาญจน์ชวนไปชม "ประเพณีลอยเรือสะเดาะเคราะห์ชาวมอญ".

[ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.tiewpakklang.com/news/kanchanaburi/13863/>

กำธน สินธวานนท์. (2547). วัดไทย สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ (Vol. 28). กรุงเทพมหานคร: โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน.

กิงมาโนชญ์ โรจนทรัพย์. (2555). ปีขง. [ออนไลน์] แหล่งที่มา

<http://www.thairath.co.th/content/235437>

แก้ว ขิดตะขบ. (2553). 5 อานิสงส์ของการฟังธรรม. ธรรมลีลา, 117.

ขวัญหทัย ยี่มะละมัย. (2556). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ทางการศึกษา. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยพิษณุโลก จำกัด.

คชา ชินบัญญัติ. (2553). "ทัวร์ธรรมะ" ที่พึ่งทางใจยุคคนไทยสุดเครียด. [ออนไลน์] แหล่งที่มา

<http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9530000068090>

จรัส พยัคฆราชศักดิ์. (2543). อีสาน 1 ศาสนาและวรรณกรรมนิยมในท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉวีวรรณ สุวรรณภา. (2537). พระพุทธศาสนากับวัฒนธรรมไทย. โดยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ชวัลนุช อุทยาน. (2552, พฤษภาคม 2552). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. [ออนไลน์] แหล่งที่มา

<https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

- ณัฐพงศ์ ชูทัย. (2552). การจูงใจ และแรงจูงใจ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://nuttapong.wikispaces.com/หน่วยที่+3+การจูงใจ>
- ดวงกมล อุ่นจิตติ. (2553). งานวัด งานบุญ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา
www.uniserv.buu.ac.th/forum2/topic.asp?TOPIC_ID=4464
- ทวี มหาปัญญา. (2557). ความเป็นมาของวัดตุมงคล. [ออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://www.watkaokrailas.com/index.php?mo=3&art=41910709>
- เทียมจันทร์ พานิชย์ผลินไชย. (2539). ระเบียบวิธีวิจัย. พิษณุโลก: ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2558). เงินสะพัดวงจรรูทกิจ "กุมารทอง". [ออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://www.thairath.co.th/clip/15686>
- ธรรมชนก คำแก้ว. (2555). การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 ประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่
 โจ้.
- ธัญวรรณ ใจวัง. (2555). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเที่ยววัดใน จังหวัดเชียงใหม่.
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
 กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียนมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.
- บุญลือ วันทายนต์. (2525). สังคมวิทยาศาสนา (*Sociology of religion*). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย
 รามคำแหง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (1 ed.). เชียงใหม่:
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร:
 สำนักพิมพ์ซีพีบุ๊คแอสเตนดาร์ต.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. นนทบุรี: เพ็ชรข้าหลวง פרันตั้งแอนด์พับลิชชิง.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2557). ร่วมสัมผัสกิจกรรมทางวัฒนธรรมในงาน “ปั่นฝ้าย สายบุญ จุลกฐิน ถิ่นเมืองน่าน” .
 [ออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000109910>
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว. สถาบัน
 พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพมหานคร.
- พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโน. (2556). งานวัดกับการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีไทย. [ออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://www.cybervanaram.net/index.php/2009-12-17-14-44-23-14/921-2013-02-19-03-10-09>
- พระยานรรัตน ราชมานิต. (2521). พุทธศาสนากับสังคม. กรุงเทพมหานคร: รุ่งแสงการพิมพ์.

- ภูษิต วันทา. (2544). ความหมายทัศนศิลป์. [ออนไลน์] แหล่งที่มา
<https://sites.google.com/site/wbpthaidances/>
- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2548, 23 กันยายน 2548). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. [ออนไลน์] แหล่งที่มา
http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse/1010204/content/unit3/3_2.htm
- มาโนช พรหมปัญญา. (2555). แนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อ
 รองรับการแข่งขันประชาคมอาเซียน. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย(8).
- มาสุทธิ ตั้งภักดีกุล. (2544). ไหว้พระ ชมวัดเก่า รับผิดชอบที่น่าน. [ออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://www.amuletcenter.com/article-th-53801.html>
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. (2537). การส่งเสริมการท่องเที่ยว: เราได้อะไร? เสียอะไร? สมุดปกขาวที่ดิอาร์ไอ, 2.
- ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. (2543). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ยุวลักษณ์ เส้งหวาน และสุธาทิพย์ นิลม่วง. (2550). โครงการพัฒนาบทเรียน E-learning วิชาสุนทรียศาสตร์.
 [ออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://www.ipesk.ac.th/ipesk/ipesk/VISUAL%20ART/lesson3.html>
- รอบทิศ ไวยสุศรี. (2555). ตอบโจทย์พระเครื่องรู้เรื่องของขลัง. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2510). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2549 (9th ed.). กรุงเทพมหานคร:
 ราชบัณฑิตยสถาน.
- โรสิตา แสงสกุล. (2550). อิทธิพลของเครื่องรางของขลังที่มีต่อชาวพุทธในสังคมไทยปัจจุบัน. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิทย์ พิณคันเงิน. (2515). ความเป็นมาของมนุษยชาติ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ศรินทร์ทิพย์ ควาโนเบะ. (2554). แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัด
 น่าน. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). ประชากรกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต. กรุงเทพมหานคร: โอเอสพรีนติ้งเฮ้าส์.
- ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงษ์. (2543). ประชากรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และธีรณัฐ พุศศักดิ์ศรีกิจ. (2555). ความเชื่อและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องรางของขลังและ
 วัตถุมงคลของชาวไทย. วารสารสงขลานครินทร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2486). อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยสู่อาเซียน ... พลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่. กระแส
 ทรรศน์.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศไทย (ราย
 จังหวัด). [ออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://marketingdatabase.tat.or.th/main.php?filename=index#>
- สม สุจิระ. (2550). ชีวิตโสด. วารสารข่าวสารสัมพันธ์.

- สมชาย ฐานวุฒโฒ. (2557). มงคลชีวิต ฉบับ "ทางก้าวหน้า". บริษัท ฐานการพิมพ์ จำกัด: คณะกรรมการการศึกษา ศาสนา ศิลปะวัฒนธรรมวุฒิสภา.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2557). นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรมหาวิทยาลัย.
- สำนักงานจังหวัดน่าน. (2558). แผนพัฒนาจังหวัดน่าน พศ.2558 - 2561.
- สำนักข่าว ไอ.เอ็น.เอ็น. (2557). สุรินทร์กำไลทางช้างสุตยอดเครื่องราง. [ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.innnews.co.th/mobile/show?newscode=566664>
- สำนักงานจังหวัดน่าน. (2552). ศิลปะและโบราณสถาน. [ออนไลน์] แหล่งที่มา http://123.242.178.83/webjo/index.php?option=com_content&view=category&id=7&Itemid=6
- สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดน่าน. (2558). แนะนำวัดที่น่าสนใจท่องเที่ยว. [ออนไลน์] แหล่งที่มา http://nan.onab.go.th/index.php?option=com_content&view=section&id=16&Itemid=163
- สำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าเมืองน่าน. (2556). สถิตินักท่องเที่ยว ที่ใช้บริการ ณ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน ประจำปี 2552-2556.
- สำนักพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม. (2557). แนวทางการดำเนินงานโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา ปี ๒๕๕๗: กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม.
- สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค. (2558). ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สี่ ทั้งปี 2557และแนวโน้มปี 2558. *Economic Outlook*.
- สุดาทิพย์ นันทโชค. (2555). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเขตจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยวสูงอายุ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุทธิยศ อากาศโร. (2553). รูปแบบและเครือข่ายการเรียนรู้ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สุรวุฒิ ปริชานนท์. (2545). สนทนา-ธรรม. วิชียุทธจุลสาร, 21.
- สุรศักดิ์ เจริญวงศ์. (2533). ประติมากรรมไทย สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (Vol. 14). กรุงเทพมหานคร.
- สุรศักดิ์ ศิลาวรรณา. (2550). การท่องเที่ยวและการเผยแพร่พระพุทธศาสนา บทบาทของวัดในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา วัดบวรนิเวศวิหารและวัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม. มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร.
- สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ. (2545). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุวรรณ มุ่งเจริญ. (2555). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา: กรณีศึกษา อุทยานศาสนาพระโพธิสัตว์กวนอิมจังหวัดเพชรบุรี. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- สุสา ชัยสุรัตน์. (2537). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน. (2558). ยุทธศาสตร์องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน. [ออนไลน์] แหล่งที่มา http://www.nanpao.go.th/page.php?pagename=data_detail&id=182
- อารี สุทธิพันธุ์. (2526). เข้าใจจิตกรรม. กรุงเทพมหานคร: วัฒนาพานิช.
- อารีย์ นัยพินิจ. (2555). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ วารสารปัญญาภิวัฒน์. *Panyapiwat Journal*, 5.

ภาษาอังกฤษ

- Cohen, E. (1979). *A phenomenology of tourist experiences*.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing* (5th ed.). New York: HarpercollinsPublishers, Inc.
- David, L., & Melvin, E. (1996). *Encyclopedia of Cultural Anthropology*. New York: Henry Holt and Company.
- Davidson. (1993). *Tourism*. London: Pitman Publishing.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Customer behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasym Feeling and Fun. *Journal of Consumer Research*.
- Isaree, B. (2000). *Impacts of religious tourism in Thailand*. (Master of Tourism), University of Otago, New Zealand.
- Madhu, A. (2010). Enhancing Buddhist tourism in India: an exploratory study. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality* (2ed ed.). New York: Harper & Row.
- Matsui, K. (2012). *Socio-Economic impacts in pilgrimage tourism*. (Master Degree), Pondicherry university.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*. Great Britain: Butterworth-Heinemann.
- United Nation. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. New York: United Nations.
- World Tourism Organization. (2010). *UNWTO Annual Report year of recovery: World Tourism Organization*.

Yamane, T. (1976). *Essentials of Psychological Testing* (5th ed.). New York:
HarpercollinsPublishers, Inc.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. รองศาสตราจารย์ ดร. กำโชค เพ็ญสุวรรณ์
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. อาจารย์ ดร.เฉลิมเกียรติ เพ็ญแก้ว
คณะกรรมการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ภาคผนวก ข เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณา





บันทึกข้อความ

00957
14 มี.ค. 58 11.49

ส่วนงาน คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสถาบัน ชุดที่ 1 โทร.0-2218-8147
ที่ จว 2/2 /58 วันที่ 13 มีนาคม 2558
เรื่อง แจ้งผลผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณา

ตามที่นิสิต/บุคลากรในสังกัดของท่าน ได้เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย กลุ่มสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นั้น ในการนี้ กรรมการผู้ทบทวนหลักได้เห็นสมควรให้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยได้ ดังนี้

โครงการวิจัยที่ 023.1/58 เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว วัดในจังหวัดน่าน (TOURISTS' RELIGIOUS TOURISM BEHAVIORS AT TEMPLES IN NAN PROVINCE) ของ นายธนิต บุตรทิพย์สกุล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ศน. พิธมาต
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรี ชัยชนะวงศาโรจน์)
กรรมการและเลขานุการ
คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน
กลุ่มสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กมลย์ บันรองกมลย์ (พ.ศ. ๒๕๓๗) สังกัด (สสว.)

ส่งไปรษณีย์

ครอบคลุมสิทธิประโยชน์

ศึกษาราย

ควบคุม

อื่นๆ

ลงชื่อ

13 มี.ค. 2558

ชเรียน คณบดี

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศน. ๒

๑๐ มี.ค. ๕๘

รวม - ดัดคำแก้ไข

ศน. ๒

๑๐ มี.ค. ๕๘

AF 01-12



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาคารสถาบัน 2 ชั้น 4 ซอยจุฬาลงกรณ์ 62 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์: 0-2218-8147 โทรสาร: 0-2218-8147 E-mail: eccu@chula.ac.th

COA No. 048/2558

ใบรับรองโครงการวิจัย

โครงการวิจัยที่ 023.1/58 : พดดิกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว วัดในจังหวัด
น่าน
ผู้วิจัยหลัก : นายธนิต บุตรทิพย์สกุล
หน่วยงาน : คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ได้พิจารณา โดยใช้หลัก ของ The International Conference on Harmonization – Good Clinical Practice
(ICH-GCP) อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวได้

ลงนาม.....  ลงนาม..... 
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ปริดา ทักสินประดิษฐ์) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรี ชัยชนะวงศาโรจน์)
ประธาน กรรมการและเลขานุการ

วันที่รับรอง : 11 มีนาคม 2558

วันหมดอายุ : 10 มีนาคม 2559

เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

- 1) โครงการวิจัย
- 2) ข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
- 3) ผู้วิจัย เลขที่โครงการวิจัย..... 023.1/58
- 4) แบบสอบถาม * วันที่รับรอง..... 11 มี.ค. 2558
วันหมดอายุ..... 10 มี.ค. 2559



เงื่อนไข

1. ข้าพเจ้ารับทราบว่าเป็นการคิดจริยธรรม หากดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยฯ
2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องยุติ เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 1 เดือน หรือส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
4. ใช้เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น
5. หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลที่ขออนุมัติจากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณารับรองก่อนดำเนินการ
7. โครงการวิจัยไม่เกิน 1 ปี ส่งแบบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย (AF 03-12) และบทคัดย่อผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น สำหรับโครงการวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ให้ส่งบทคัดย่อผลการวิจัย ภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น



ภาคผนวก ค เครื่องมือในการทำวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

<p>รายชื่อวัดที่เก็บรวบรวมข้อมูล (สำหรับผู้วิจัย)</p> <p><input type="checkbox"/> วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร <input type="checkbox"/> วัดพระธาตุแช่แห้ง <input type="checkbox"/> วัดสวนตาล</p> <p><input type="checkbox"/> วัดหัวข่วง <input type="checkbox"/> วัดภูมินทร์ <input type="checkbox"/> วัดมิ่งเมือง</p>
--

แบบสอบถามสำหรับการวิจัย

เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัดในจังหวัดน่าน

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้
 - ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 11 ข้อ
 - ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาวัดในจังหวัดน่าน จำนวน 11 ข้อ
3. โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ เพราะคำตอบของท่านมีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในทางวิชาการ
4. ผู้วิจัยจะนำการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นภาพรวม โดยไม่แยกแยะว่าเป็นคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามท่านใดท่านหนึ่ง
5. ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณสำหรับความอนุเคราะห์ของท่านในครั้งนี้

นายณิศ บุตรทิพย์สกุล

นิสิตบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน และ / หรือเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความจริงของท่าน



1. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
2. อายุ
 - น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
 - 21 - 40 ปี
 - 41 - 60 ปี
 - 61 ปี หรือ มากกว่า
3. สถานภาพ
 - โสด
 - สมรส
 - หย่าร้าง
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
 - ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า
 - มัธยมศึกษาตอนปลาย
 - ปริญญาตรี
 - อื่นๆ
5. อาชีพ
 - รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 - ธุรกิจส่วนตัว / ร้านค้า
 - นักเรียน / นักศึกษา
 - พนักงานบริษัทเอกชน
 - อื่นๆ โปรดระบุ.....

ชื่อที่ออกเสียงจริง..... 023-1/55

จังหวัดรับรอง..... 11 ส.ค. 2558

วันหมดอายุ..... 10 ส.ค. 2559

2

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ไม่มีรายได้
- 5,000 – 30,000 บาท
- 30,001 – 50,000 บาท
- มากกว่า 50,000 บาท
7. ภูมิลำเนา (ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)
- ภาคเหนือ
- ภาคกลาง
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ภาคใต้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวทั่วไป

คำชี้แจง: กรุณาเขียนเครื่องหมาย ลงใน และ / หรือเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับพฤติกรรมของท่าน

1. ความถี่ในการเดินทางไปท่องเที่ยวของท่านโดยเฉลี่ย
- อย่างน้อยเดือนละหนึ่งครั้ง
- 2 – 3 เดือนครั้ง
- ปีละครั้ง
- ไม่นั่นอน
2. พาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ในการเดินทางไปท่องเที่ยวของท่าน คือข้อใด
- รถส่วนตัว
- รถประจำทาง
- อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. ส่วนใหญ่ท่านชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงใด
- ช่วงวันหยุด เสาร์ อาทิตย์
- ช่วงวันหยุดเทศกาล ที่หยุดติดกันมากกว่า 3 วัน
- วันธรรมดา
- อื่นๆ โปรดระบุ.....



เลขที่ใบผลการวิจัย..... 023.1/58

วันที่รับรอง..... 11 มี.ค. 2558

วันหมดอายุ..... 10 มี.ค. 2559

3



4. ระยะเวลาส่วนใหญ่ในการท่องเที่ยวของท่าน เฉลี่ยกี่วันต่อครั้ง
- 1 – 2 วัน
- 3 – 4 วัน
- มากกว่า 4 วันขึ้นไป (โปรดระบุ.....วัน)
5. แหล่งข้อมูลสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจไปท่องเที่ยวมากที่สุด
- สื่อ นิตยสาร / สื่อทางออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย
- สถานที่จัดงานการท่องเที่ยว
- ได้ข้อมูลจากคำบอกต่อของคนรอบข้าง / เพื่อน
- เป็นสถานที่ที่เคยไปท่องเที่ยวแล้วอยากกลับไปอีก
6. ในการเดินทางไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่ท่านเดินทางไปกับใครมากที่สุด
- เพื่อน/คู่รัก
- ครอบครัว
- เดินทางคนเดียว
7. ในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว ในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ท่านเลือกจากอะไรเป็นสำคัญ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว เช่นภูมิทัศน์สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย
- ความต้องการโดยส่วนตัว
- ความต้องการโดยความคิดเห็นส่วนรวมของคนทั่วไปด้วย
- สถานที่ที่ทัก
- สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว
- อื่นๆ โปรดระบุ.....
8. ปัจจัยในข้อใด ที่ทำให้ท่านไม่อยากเดินทางไปท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ระยะเวลาที่ไกลเกินไป / ใช้เวลาในการเดินทางนาน
- ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่อาจจะสูงเกินไป
- ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก
- ระบบด้านการรักษาความปลอดภัยที่ไม่มีคุณภาพ
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

ที่โครงการวิจัย..... 0๒3-1/๖๘

วันที่รับรอง..... 11 มี.ค. 2558

วันหมดอายุ..... 10 มี.ค. 2559

9. สถานที่พักสำหรับการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้
- บ้านของตนเอง
 - บ้านของญาติ / เพื่อน
 - โรงแรม / รีสอร์ท
 - อื่นๆ โปรดระบุ.....
10. วัตถุประสงค์โดยทั่วไปของการไปท่องเที่ยวของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
 - เพื่อเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
 - เพื่อการได้เปลี่ยนสถานที่ ทำให้รู้สึกดีขึ้น
 - เพื่อการได้ลิ้มลอง รสชาติ อาหาร จากสถานที่ๆไปเที่ยว
 - เพื่อการเรียนรู้ถึง วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียม ประเพณี
 - เพื่อเป็นการส่งเสริม หรือ สนับสนุนสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ
 - ต้องการให้เวลากับครอบครัว
 - อื่นๆ โปรดระบุ.....
11. สาเหตุที่ทำให้ท่าน ต้องเดินทางไปท่องเที่ยว คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- รู้สึกเครียด เรื่องงาน จึงอยากผ่อนคลาย
 - มีปัญหาเรื่องความรัก ทำให้อยากเดินทางไปพักผ่อน
 - เดินทางกลับภูมิลำเนา และ ถึงโอกาส พักผ่อนไปในตัว
 - ลูก หรือ คนในครอบครัว อยู่ในช่วงปิดเทอม จึงเดินทางมาพักผ่อน
 - เดินทางมาทำงาน จึงถือโอกาส เที่ยวไปในตัว
 - เดินทางมาเพื่อศึกษา หา ข้อมูล เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการศึกษา
 - เดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยว
 - อื่นๆ โปรดระบุ.....



เลขที่โครงการวิจัย..... 023-1/58
 วันที่รับรอง..... 11 ส.ค. 2558
 วันหมดอายุ..... 10 ส.ค. 2559

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาวัดในจังหวัดน่าน

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน และ / หรือเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับพฤติกรรมของท่าน

1. ท่านเคยมาท่องเที่ยวที่วัด ในจังหวัดน่านกี่ครั้งแล้ว
- มาเป็นครั้งแรก
- มาเป็นครั้งที่ 2
- มาเป็นครั้งที่ 3
- มาเป็นครั้งที่ 4
- มาแล้วมากกว่า 4 ครั้ง
2. วัดอุประสงฆ์ที่ท่านเดินทางมาวัด ในจังหวัดน่าน คือชื่อใด
- เพื่อชมสถาปัตยกรรม และจิตรกรรม
- เพื่อการสนทนาธรรม
- เพื่อการซื้อ หรือ บูชา เครื่องราง ของขลัง
- เพื่อการทำบุญ สะเดาะเคราะห์ ปิ๊ง
- เพื่อมาร่วมกิจกรรมที่วัดจัดขึ้น
- เพื่อการศึกษาหาความรู้ หรือ ค้นหาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับวัด
3. ท่านใช้เวลาในการสักการะและเยี่ยมชม หรือ ทำกิจกรรม ต่างๆ ในวัด นานแค่ไหน
- ครึ่งชั่วโมง
- 1 ชั่วโมง
- มากกว่า 1 ชั่วโมง
4. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่ได้ใช้ไปกับการทำบุญ หรือบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์วัดอุประสงฆ์ ในแต่ละครั้งเฉลี่ยประมาณเท่าไร
- 50 บาท หรือน้อยกว่า
- 51 - 100 บาท
- 101 - 300 บาท
- มากกว่า 300 บาท



เลขที่โครงการวิจัย..... 023.1/58
 วันที่รับรอง..... 11 ส.ค. 2558
 วันหมดอายุ..... 10 ส.ค. 2559

6

5. ท่านคิดว่า สถาปัตยกรรม หรือจิตรกรรมใด ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจมากที่สุดเมื่อเดินทางมาที่วัด
- องค์พระเจดีย์ประจำวัด
 - หอไตรภายในวัด
 - พระวิหารหลวงของวัด
 - จิตรกรรมฝาผนังในวัด
6. เหตุผลในการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรม หรือ จิตรกรรม ในวัด คือข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- เพื่อการหาความรู้เพิ่มเติม
 - ชมความงดงามอย่างเดียว
 - เยี่ยมชมเพื่อการนำเสนองาน หรือ วิจัย
 - เพื่อสักการะ หรือ ขอพร ตามความเชื่อ
 - ศึกษาความเป็นมาของ สถาปัตยกรรม หรือจิตรกรรม ในวัด
 - อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. เหตุผลที่ทำให้ท่านเดินทางมาสนทนาธรรม คืออะไร
- มาเพื่อเป็นการทำบุญประจำปี
 - มา เพราะมีเรื่อง ไม่สบายใจ
 - มาเป็นปกติ ไม่มีเป้าหมายเป็นพิเศษ
 - มาตามครอบครัว หรือ พ่อแม่แนะนำมา
 - มา เพราะอยากทราบว่า การสนทนาธรรม คืออะไร
8. ท่านคิดว่า คนส่วนมาก ทำการเลือกซื้อ หรือ บูชา เครื่องราง ของขลัง ประเภทใดมากที่สุด
- พระเครื่อง
 - เครื่องรางประจำวันเกิด
 - เครื่องรางเสริมดวงด้านความรัก
 - เครื่องราง หรือของขลัง เพื่อส่งเสริมให้ร่ำรวย



เลขที่ใบลงกรณวิจัย 023-1/58
 วันที่รับรอง 11 ส.ค. 2558
 วันหมดอายุ 10 ส.ค. 2559

9. สาเหตุ ในการมาทำบุญ สะเดาะเคราะห์ หรือแก้ปิ้ง คืออะไร
- รู้สึกเลื่อมใส ศรัทธา กับพระที่วัดนี้เป็นพิเศษ
 - มาทำบุญ เพราะวาระพิเศษ เช่น วันเกิด หรือ วันครบรอบ ต่างๆ
 - มาทำบุญเป็นปกติ ไม่มีเหตุผลพิเศษ
 - มาทำพิธีสะเดาะเคราะห์เพื่อความสบายใจ
 - มาไหว้พระแก้ขงเพื่อความสบายใจ
 - มา เพราะ ญาติ หรือ เพื่อน แนะนำให้มา
10. ท่านคิดว่า กิจกรรม ไตที่วัดจัดขึ้นแล้วจะสามารถ ดึงดูดให้คนมาร่วมกิจกรรมกับทางวัดได้มากน้อย
- งานวัด ที่จัดขึ้นร่วมกับเทศกาล ต่างๆ อาทิเช่น ลอยกระทง
 - กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี
 - งานทอดกฐิน
 - งานประเพณีเนื่องในวันสงกรานต์
 - งานประจำปี ของวัด
 - อื่นๆ โปรดระบุ.....
11. เมื่อท่านได้เข้ามาสักการะ วัด แล้วมีความรู้สึกอย่างไร
- ประทับใจและสบายใจ
 - ทำให้เข้าใจธรรมชาติของชีวิต
 - ทำให้รู้สึกเข้าถึงศาสนายิ่งขึ้น
 - รู้สึกธรรมดาเหมือนท่องเที่ยวในวัดอื่น
 - รู้สึกอยากกลับมาที่แห่งนี้อีก
 - อื่นๆ โปรดระบุ.....



เลขที่ใบสรวจ..... 023.1/58
 จำนวนรับรอง..... 11 ส.ค. 2558
 วันหมดอายุ..... 10 ส.ค. 2559

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ตอบแบบสอบถามทุกข้อ

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย นาย ธนิต บุตรทิพย์สกุล

วัน เดือน ปี เกิด 14 มีนาคม 2530

ประวัติการศึกษา - สำเร็จการศึกษาหลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คณะวิทยาลัยนานาชาติ เพื่อการศึกษาความยั่งยืน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในปีการศึกษา
2552

กำลังศึกษาในหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ 2 ภาคการเรียนพิเศษ

แขนงการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2557

กำลังศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัดพระธาตุแช่แห้ง จังหวัด
น่าน

ภาษาอังกฤษ TOURISTS'RELIGIOUS TOURISM BEHAVIORS AT TEMPLES IN NAN
PROVINCE

อาจารย์ ดร. โสมฤทัย สุนธยาธร

เบอร์โทรศัพท์ติดต่อผู้วิจัย 084-6800-761

อีเมลติดต่อผู้วิจัย Ou_B@hotmail.com

