

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

ทวีศักดิ์ อุ่ณทานนท์¹, ณพนันท์ คำมุงคุณ², ณรงค์ศักดิ์ ตัวคำ³, สิริรัชพงษ์ สุขโสภณจิต⁴ และ
ศิวัลย์ จงจิรภัทร⁵

^{1,2,3,4,5} อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

MOTIVATION OF RELIGIOUS TOURISM IN BANG PHLI YAI SUBDISTRICT, BANG PHLI DISTRICT, SAMUT PRAKAN PROVINCE

Thaweesak Unthanon¹, Nopnanat Kammoongkoon², Narongsak Taocome³,

Siriratchaphong Suksoponjit⁴ and Siwalai Jongjiraphat⁵

^{1,2,3,4,5} Lecture of School of Business Administration, Suvarnabhumi Institute of Technology

*Corresponding author e-mail: thaweesak.unt@svit.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 2 กุมภาพันธ์ 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 20 กุมภาพันธ์ 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 25 มิถุนายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรม และแรงจูงใจและเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ วิธีการศึกษาใช้วิจัยเชิงปริมาณ เก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนา ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำนวน 385 คน วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีสถานภาพโสด มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไหว้/ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ ใช้รถยนต์/รถจักรยานยนต์ส่วนตัวในเดินทาง มีค่าใช้จ่ายในท่องเที่ยว น้อยกว่า 500 บาท และส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line Tiktok Instagramฯ แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึก เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาระหว่างเพศ และอายุ ไม่มีความแตกต่างกันและเมื่อเปรียบเทียบด้านสถานภาพพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: แรงจูงใจ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา จังหวัดสมุทรปราการ

Abstract

This research has the objective of studying behaviour and motivation and comparing the motivations of religious tourism, in Bang Phli Yai Subdistrict, Bang Phli District, Samut Prakan Province, classified by gender, status, and age. The study method used quantitative research. Collected questionnaires from Thai tourists travelling for religious tourism in Bang Phli Yai Subdistrict, Bang Phli District, Samut Prakan Province, totalling 385 people. Statistical data were analyzed by finding frequency, percentage, mean, and standard deviation. Test of attitude (t-test) and one-way analysis of variance (One-way ANOVA). The results found that

The sample group was female. Are between 20 - 30 years old, have single status, and have the purpose of travelling to pay homage/ask for blessings from sacred things. Traveling for the first time During the weekend Use your car/motorcycle to travel. Travel expenses are less than 500 baht and most receive information from social media such as Facebook, Line, Tiktok, Instagram, etc. Emotional and emotional motivations. When comparing religious tourism motivations between gender and age, there was no difference and when comparing status, it was found to be significantly different at the 0.05 level.

Keywords: Motivation, Religious Tourism, Samut Prakan Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวทางศาสนาได้รับการยอมรับว่าเป็นการท่องเที่ยวประเภทแรกสุดและเก่าแก่ที่สุด (ÁlvarezGarcía, Rama, & Gómez-Ullate, 2018) ปัจจุบันกลายเป็นรูปแบบหลักภาคการท่องเที่ยว (Rashid, 2018) องค์การการท่องเที่ยว (WTO) (2014) ได้คาดการณ์การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาถึง 600 ล้านครั้ง แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญทางศาสนา จึงนับได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญ และเป็นแรงผลักดันให้พัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ผ่านมามีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมากโดยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2564) ได้ทำการศึกษาผลกระทบดังกล่าว ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสะสมในปี 2563 มีเพียงจำนวน 6.7 ล้านคน จากเดิมในปี 2562 มีนักท่องเที่ยว 39.9 ล้านคน ซึ่งลดลงถึงร้อยละ 83.2 ทำให้การท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงและสิ่งสำคัญที่จะต้องเปลี่ยนแปลงคือ “การลดจำนวนนักท่องเที่ยว” แต่ “เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว” เพื่อปรับภาพท่องเที่ยวไทยจากตลาดแมส (Mass Tourism) ให้เป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ (วัชรโรบล โกศลวิทย์ นันต์ และคณะ, 2566)

จังหวัดสมุทรปราการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่หลากหลาย อาทิ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เชิงศาสนา เชิงประวัติศาสตร์ เชิงนิเวศ เชิงสุขภาพ และประเพณีที่สำคัญ เนื่องจากมีพื้นที่ติดต่อกับกรุงเทพฯ และจังหวัดปริมณฑลที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายเชื่อมโยงเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวทั้งนี้ สามารถเดินทางไปกลับได้เพียง 1 วัน แบบ One Day Trip จากข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า จำนวนผู้เยี่ยมชมมีสถิติลดลงในปี 2564 ถึงร้อยละ 63.63 สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการหดตัวมาก เนื่องจากปัจจัยหลายประการ อาทิเช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) (แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) ฉบับทบทวนปี 2567, 2567)

จากข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้เยี่ยมชมของจังหวัดสมุทรปราการ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี เฉลี่ยปีละ ร้อยละ 8.7 โดยผู้เยี่ยมชมชาวไทยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ ร้อยละ 9.3 และผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ ร้อยละ 7.6 ในส่วนของอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้เยี่ยมชมและรายได้จังหวัดสมุทรปราการปี 2557 - 2561 พบว่า ในช่วง 5 ปี (2557 - 2561) ภาพรวมของผู้เยี่ยมชมพบว่ามีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 8.72 ส่วนภาพรวม ของรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการมีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 6.15 จากข้อมูลดังกล่าวคณะผู้วิจัย

จึงสนใจศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

การท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยและยังก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างมากด้วยการสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจนักท่องเที่ยว สร้างการจ้างงาน และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ การได้รับผลกระทบอย่างมากจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัลและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ลดลงส่งผลกระทบต่อรายได้และเงินทุนในการทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ดังนั้นการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ยั่งยืนนั้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสถานการณ์ปัจจุบันที่แหล่งท่องเที่ยวต้องเผชิญ (ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร, 2566) ดังนั้นการท่องเที่ยวทางศาสนาจึงมีพัฒนาที่เป็นไปมากกว่าการแสวงบุญ (Bona, Seongseop & Brian, 2020)

แรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว

แรงจูงใจ คือ สภาวะที่เกิดขึ้นภายในตัวผู้บริโภค เกิดแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกมา เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการที่ต้องการให้บรรลุตามเป้าหมายของตนเอง

การเกิดแรงจูงใจ มี สาเหตุ หลัก ๆ 3 ประการด้วยกัน คือ 1) เกิดจากแรงขับ เป็นความต้องการที่เกิดจากความ ผิดปกติไม่สมบูรณ์ ในร่างกาย เกิดเป็นพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งเล้าที่เกิดขึ้น 2) เกิดจากความคิด ความคิดเป็นแรงกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการ อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความเชื่อในอดีตได้อีกด้วย 3) เกิดจากสภาพแวดล้อมสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัวเป็นสาเหตุให้เกิดแรงจูงใจในการปรับพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นสิ่งขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยแสดงออกมาในรูปแบบ ของพฤติกรรมในหลากหลายด้าน มีปัจจัยพื้นฐาน คือ ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้นเป็นกระบวนการที่เกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งปัจจัยภายนอก และภายใน จึงเกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งความต้องการนั้นมีหลากหลายขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานไปจนถึงขั้นสูงสุด ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ในการเกิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Swarbrooke & Horner, 1999) ดังนี้

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

2.แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ได้แก่ การเรียนรู้ ความเข้าใจทางศาสนา วัฒนธรรม และธรรมเนียมปฏิบัติทางศาสนา ผ่านแหล่งท่องเที่ยว

3. แรงจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ได้แก่ เสริมสร้างกำลังใจ ความมั่นใจขัดเกลาจิตใจ และมีทัศนคติที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว จากสถานที่ท่องเที่ยว

4. แรงจูงใจ ด้าน ระหว่างบุคคล ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้รับมิตรภาพใหม่ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่นจากแหล่งท่องเที่ยว

5. แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์ที่ดี เห็นคุณค่าในตนเอง มีจุดหมายในชีวิต และเกิดการพัฒนาตนเองในด้านต่าง ๆ จากแหล่งท่องเที่ยว

6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้รับความสุข ความสมหวัง ดังปรารถนา ความซาบซึ้ง และความประทับใจจากแหล่งท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และแรงจูงใจของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานของการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีแรงจูงใจของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงศาสนา ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ
กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงศาสนา ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ โดยใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ของคอแครน (Cochran, 1977) ได้จำนวน 385 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

เครื่องมือในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน
 - ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice)
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice)
 - ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลแรงจูงใจของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)
 - ตอนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question)
2. การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจาก ตำรา เอกสาร แลงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามฉบับร่าง ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาคำความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา นำมาคำนวณ

(Rovinelli & Hambleton, 1977) หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ (Index of item objective Congruence) มีค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.86 และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปหาคุณภาพ (Reliability of the test) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบัก (Cronbach's alpha Coefficient) ผลหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.937

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และประมวล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. การเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำนวน 385 คนเป็นดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (290 คน คิดเป็นร้อยละ 75.32) มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี (256 คน คิดเป็นร้อยละ 66.49) สถานภาพโสด (320 คน คิดเป็นร้อยละ 83.10)
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ เพื่อไหว้/ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (322 คน คิดเป็นร้อยละ 83.64) เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก (223 คน คิดเป็นร้อยละ 57.92) ในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ (279 คน คิดเป็นร้อยละ 72.47) เดินทางมากับเพื่อน (236 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30) ใช้รถยนต์/รถจักรยานยนต์ส่วนตัวในเดินทาง (177 คน คิดเป็นร้อยละ 45.97) มีค่าใช้จ่ายในท่องเที่ยว น้อยกว่า 500 บาท (267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.40) และส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line Tiktok Instagramฯ (307 คน คิดเป็นร้อยละ 79.80)
3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, SD = 1.00) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึกมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.29, SD = 0.98) รองลงมาได้แก่ ด้านการพัฒนาตนเอง ($\bar{X}$ = 4.22, SD = 1.06) ด้านกายภาพ ($\bar{X}$ = 4.13, SD = 1.03) ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ($\bar{X}$ = 4.12, SD = 1.08) ด้านวัฒนธรรม ($\bar{X}$ = 4.03, SD = 1.00) และด้านระหว่างบุคคล ($\bar{X}$ = 3.80, SD = 1.08) ตามลำดับ
4. การเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ
 - 4.1 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนก ตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศชายและเพศหญิง มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงด้าน

วัฒนธรรม ด้านระหว่างบุคคล และด้านอารมณ์และความรู้สึกที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตามสถานะ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานะโสดและสมรสมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อวิเคราะห์รายด้าน มีด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอารมณ์และความรู้สึกที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อวิเคราะห์รายด้าน มีเพียงด้านกายภาพที่มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงทิพย์ นากระโทก (2563) พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 20-30 ปี โสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 15,001-25,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมพร รัตนพันธ์ และกิตติ แก้วเขียว (2562) พบว่า นักท่องเที่ยวในตลาดใต้เคี่ยม จังหวัดชุมพร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ เพื่อไหว้/ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์เดินทางมากับเพื่อน ใช้รถยนต์/รถจักรยานยนต์ส่วนตัวในเดินทาง มีค่าใช้จ่ายในท่องเที่ยว น้อยกว่า 500 บาท และส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line Tiktok Instagramฯ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัยยรัช อาภาศิลป์ (2563) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในพุทธมณฑล ประจำจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อเที่ยวชมความงาม ทำบุญ ไหว้พระ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มากที่สุด จำนวน 400 บาท ขึ้นไปโดยแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อน

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึกมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านกายภาพ ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านวัฒนธรรม และด้านระหว่างบุคคล ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของประเมศร์ พิษณุพันธ์เดชา (2561) ที่ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮองกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมี

แรงงูใจในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ แรงงูใจทางกายภาพ แรงงูใจทางศาสนา แรงงูใจทางด้านสถานภาพ หรือชื่อเสียง และแรงงูใจระหว่างบุคคล

การเปรียบเทียบแรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการจำแนกตาม เพศ สถานะ และอายุ

1. แรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตาม เพศ พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านจะพบว่า มีเพียงด้านวัฒนธรรม ด้านระหว่างบุคคล และด้านอารมณ์และความรู้สึกที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงทิพย์ นากะโท (2563) ที่พบว่า แรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ท่องเที่ยวในศาสนสถานที่มีชื่อเสียง เพศชาย และเพศหญิง มีแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักไม่แตกต่างกัน

2. แรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตาม สถานะ พบว่า นักท่องเที่ยวมีสถานะโสดและสมรส โดยรวมมีความแตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์รายด้าน มีด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านอารมณ์และความรู้สึกที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ นรินทร์สิริ เชียงพันธ์ (2560) พบว่า สถานภาพเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อแรงงูใจทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

3. แรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตาม อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์รายด้าน มีเพียงด้านกายภาพที่มีความแตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับ รัชตะสรณ์ จันทรวารศิษฐ์ (2564) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีแรงงูใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การสร้างแรงงูใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ควรให้ความสำคัญ ดูแลและพัฒนาสภาพแวดล้อมและบรรยากาศให้มีความสวยงาม ร่มรื่น สะอาด มีการจัดหาพื้นที่สำหรับการให้บริการเรื่องร้านค้าที่จำหน่ายสินค้า จำหน่ายวัตถุมงคล การประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะด้านการคมนาคมในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ซึ่งอยู่ในชุมชน ถนนหรือเส้นทาง การคมนาคม ค่อนข้างแคบ

2. การพัฒนาการเดินทางการท่องเที่ยวผ่านเส้นทางทางน้ำ ด้วยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ อยู่ใกล้เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ควรมีการพัฒนาการเดินทางคมนาคมดังกล่าว ให้สะดวก มากขึ้น จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3. การพัฒนาข้อมูล แหล่งข้อมูล ประวัติ ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวใน ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ควรมีภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาพม่า ภาษากัมพูชา เนื่องจากในพื้นที่ท่องเที่ยวดังกล่าว มีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นผู้ใช้แรงงานต่างประเทศที่เข้ามาทำงานในพื้นที่ จ.สมุทรปราการ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

รายการอ้างอิง

ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2566). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ยั่งยืน: กรณีศึกษาวัดเขาช่องพราน ตำบลเตาปูน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี. *วารสารการจัการใ้คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ*, 2(2, เมษายน – มิถุนายน), 66-79

- นรินทร์สิริ เชียงพันธ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)
- วัชรโรบล โกศลวิทยานันต์, ชัยธวัช ศิริบรรพพิทักษ์ และอาภาพรณ จันทนาม. (2566). พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(1), 168-177.
- วารุณี ประไพเมือง. (2565). แนวทางการท่องเที่ยวเชิงพุทธวิถีใหม่ New normal. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 7(3), 395-408
- แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) ฉบับทบทวนปี 2567. (2567). สมุทรปราการ: กลุ่มงานยุทธศาสตร์และขับเคลื่อนข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรปราการ
- รัชตะสรณ์ จันทรวาริช. (2564). แรงจูงใจการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต)
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2564). *วิเคราะห์ผลกระทบของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/>
- อุมาพร รัตนพันธ์ และกิตติ แก้วเขียว. (2562). ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยวตลาดใต้เคี่ยมจังหวัดชุมพร. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 8(2, กรกฎาคม-ธันวาคม 2562), 85-91.
- Bona Kim, Seongseop (Sam) Kim & Brian King (2020) Religious tourism studies: evolution, progress, and future prospects. *Tourism Recreation Research*, 45(2), 185-203, DOI: 10.1080/02508281.2019.1664084
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*. New Delhi: Butterworth-Heinemann.