

**พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา  
เทวलयพระพิษณุ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร**  
**Behavior and Motivation of Thai Tourists Traveling on Religious Tourism**  
**Thevalai Phra Phikhanet, Huai Khwang District, Bangkok**

ไอรวัฒน์ ผลข้าทอง<sup>1\*</sup> และปวีริศา เลิศวิริยะประสิทธิ์<sup>2</sup>

Airawan Pholkhumthong<sup>1\*</sup> and Pawarisa Lertwiriyaprasith<sup>2</sup>

\*Corresponding author, e-mail : airawan.phol@vru.ac.th

Received: March 22<sup>th</sup>,2024; Revised: September 17<sup>th</sup>,2024.; Accepted: August 16<sup>th</sup>,2025.

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวलयพระพิษณุ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวलयพระพิษณุ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวलयพระพิษณุ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวที่เทวलयพระพิษณุ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างด้วยค่า F-test ผลการศึกษาพบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเทวलयพระพิษณุ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเทวलयพระพิษณุ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เดินทาง 2 – 3 ครั้งต่อปี มีวัตถุประสงค์เพื่อขอพรอธิษฐานเรื่องการเงิน เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ บุคคลที่ร่วมเดินทางคือเพื่อน เดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ ค่าใช้จ่ายสำหรับการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง น้อยกว่า 500 บาท และได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของเทวलयพระพิษณุจากช่องทาง TIKTOK (ติ๊กต็อก) 3) แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ คือ ด้านปัจจัยแวดล้อม รองลงมาคือ ด้านอารมณ์และความรู้สึก และด้านกายภาพ ตามลำดับ และ 4) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่เทวलयพระพิษณุ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน แต่กลุ่มที่มีอาชีพและรายได้ต่างกัน พบว่า มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวलयพระพิษณุ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** พฤติกรรม แรงจูงใจ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวलयพระพิษณุ

<sup>1</sup> นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

Student in Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage; Pathum Thani Province

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

Assistant Professor in Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage; Pathum Thani Province

## Abstract

This research has as its objective 1) To study the behavior of Thai tourists in religious tourism Thevalai Phra Phikhanet, Huai Khwang District, Bangkok Province 2) To study the motivation of Thai tourists in religious tourism Thevalai Phra Phikhanet, Huai Khwang District, Bangkok Province and 3) To compare different demographic data of Thai tourists with their motivation for religious tourism Thevalai Phra Phikhanet, Huai Khwang District, Bangkok Province The sample group used in the research was 400 Thai tourists traveling to Thevalai Phra Phikhanet, Huai Khwang District, Bangkok Province, at random The research tool is a questionnaire. Statistics used in data analysis include percentages, means, and standard deviations. and compare the differences with the F-test. The results of the study found that 1) Thai tourists traveling to the Thevalai Phra Phikhanet, Huai Khwang District, Bangkok Province. Most are female, aged During 20 – 30 years, bachelor's degree studies Have a career as an employee of a private company and have an income in the range of 15,001 – 20,000 baht 2) Behavior of Thai tourists traveling to Thevalai Phra Phikhanet, Huai Khwang District, Bangkok Province Most travel 2 – 3 times a year with the objective of asking for blessings and praying about finances. Travel come travel during the weekend. The person traveling together is a friend. Travel by public transport The cost for each trip is less than 500 baht and receive information about Thevalai Phra Phikhanet from TIKTOK (Tik Tok) 3) Motivation for traveling in descending order there are 3 orders of magnitude: environmental factors, followed by emotions and feelings. and physical aspects, respectively, and 4) The results of comparing differences found that gender, age, and educational level were different. Have motivation to travel to Thevalai Phra Phikhanet, Huai Khwang District, Bangkok Province no different But groups with different careers and incomes found that the motivation for traveling to Thevalai Phra Phikhanet, Huai Khwang District, Bangkok Province was different, with statistical significance at the 0.05 level

**Keywords:** Behavior, Motivation, Religious Tourism, Ganesha Temple

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้อย่างมหาศาล และยังเป็นรายได้ที่สำคัญอันดับหนึ่งของธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในปี 2565 มีการฟื้นตัวหลังจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปี 2564 ถึงร้อยละ 450 และในปี 2566 มีรายได้ 935,626.97 ล้านบาท (ข้อมูลเดือน มกราคม 2566 – มิถุนายน 2566) ซึ่งมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Data Innovation and Governance Institute, (2023) การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความหลากหลายตามรูปแบบการท่องเที่ยวต่าง ๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งไว้ 12 รูปแบบตามความสำคัญและสภาพแวดล้อม ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ 3) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 4) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ 5) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 6) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ 7) แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด 8) แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก 9) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทน้ำ 10) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติประเภทเกาะ และ 11) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติประเภทแก่ง และ 12) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (National Statistical Office of Thailand, 2013) ในแต่ละรูปแบบมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน การเดินทาง

ท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับศาสนาและความเชื่อได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาจจะมีสาเหตุมาจากสถานะเศรษฐกิจของประเทศที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินชีวิต กลุ่มคนที่ประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม มักนิยมแสวงหาเครื่องบูชาเพื่อเสริมสิริมงคลให้กับชีวิต หาที่พึ่งทางจิตใจ ค้นหาความสงบเพื่อหลีกเลี่ยงความตึงเครียดจากชีวิตประจำวัน หรือเพื่อซึมซับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันดีงาม ลักษณะการท่องเที่ยวดังกล่าวได้รับความนิยมและเติบโตอย่างรวดเร็วควบคู่ไปกับกระแสของการท่องเที่ยวทั่วโลก คือ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Prames Pichphandaycha, 2018)

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นอีกหนึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยที่มีความเกี่ยวเนื่องระหว่างศาสนากับความเชื่อส่วนบุคคลหรือกลุ่มคน อาจเป็นความเชื่อที่ถูกสั่งสมและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยอาศัยความเชื่อในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาในสถานที่หรือสิ่งก่อสร้างที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์ตามความเชื่อของแต่ละศาสนา ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อที่ถูกสร้างขึ้นมาจากรุ่นสู่รุ่นเพื่อควบคุมสิ่งที่ไม่คาดคิดจากการควบคุมของมนุษย์ที่ไม่สามารถมองเห็นได้ หรือความเชื่อที่เกิดขึ้นในแต่ละยุคสมัย พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การเคารพสักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การบนบานศาลกล่าว การขอพร (Chanun Wongwipak, 2009) การท่องเที่ยวทางศาสนาเน้นการสำรวจและทำกิจกรรมทางศาสนาในสถานที่สำคัญ สามารถแบ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) สถานที่ท่องเที่ยวประเภทปฏิบัติธรรม สำหรับบำบัดจิตใจโดยการเข้าฝึกปฏิบัติตนตามแนวทางพระพุทธศาสนา เช่น การนั่งสมาธิ และทำวิปัสสนากรรมฐานเพื่อฝึกจิตใจให้สงบ และ 2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนา คือ อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างที่เกี่ยวข้องกับศาสนาที่ประดิษฐานรูปเคารพสำหรับให้ศาสนิกชนมาประชุมกันเพื่อทำพิธีกรรมทางศาสนา ตลอดจนที่พำนักของนักบวชตามศาสนานั้น เช่น ศาสนสถานของศาสนาพุทธ ได้แก่ วัด เจดีย์ วิหาร พระธาตุ พระปรางค์ ศาสนสถานของศาสนาอิสลาม ได้แก่ มัสยิดหรือสุเหร่า ศาสนสถานของศาสนาคริสต์ ได้แก่ โบสถ์คริสต์ ศาสนสถานของศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ได้แก่ โบสถ์พราหมณ์ และศาลเทพเจ้าของพราหมณ์ (Tassanee Piyacharoendej, 2021) ศาสนสถานศาสนาพราหมณ์-ฮินดูนั้นเป็นสถานที่หรือสิ่งก่อสร้างที่เป็นที่สมมติว่าเป็นที่อยู่ของเทวดาและเทพเจ้า ที่เรียกว่า เทวสถานหรือเทวาลัย เทวาลัยนี้มักเป็นสิ่งก่อสร้างที่สวยงามยิ่งใหญ่ เป็นสัญลักษณ์แสดงให้เห็นถึงความศรัทธา ความเลื่อมใสเพื่อการเคารพนับถือ เป็นสถานที่ประดิษฐานเทพเจ้าตามความเชื่อที่แตกต่างกัน ในกรุงเทพมหานครมีเทวาลัยที่ประดิษฐานพระพิฆเนศหลายแห่ง เช่น พระพิฆเนศหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ พระพิฆเนศ วัดวิชญ์ หรือแม้แต่เทวาลัยพระพิฆเนศ ห้วยขวาง ซึ่งตั้งอยู่ในกลางใจเมืองของกรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเข้าไปกราบไหว้สักการะขอพรในเรื่องต่าง ๆ ทั้งเรื่องการสอบเข้าเรียน การทำงาน ครอบครัวยุติ ความรัก สุขภาพ หรือเรื่องแต่ละคนปรารถนา ความเชื่อในสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีความสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในสังคมไทย ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนในวัยใดก็ตามที่หันมาให้ความสนใจกับการบูชาเทพเจ้าและสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเสริมสิริมงคลในชีวิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากการประเมินตลาดการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาทั่วโลก พบว่า ปัจจุบันมีมูลค่ามากถึง 530,000 ล้านบาท คาดการณ์ว่าจะเติบโตร้อยละ 10 ต่อปี จนกลายเป็น 1,400,000 ล้านบาทในปี 2573 (Longtunman, 2023) การท่องเที่ยวเชิงศาสนายังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสบายใจที่ใช้ระยะเวลาไปทำกิจกรรมในระยะเวลาอันสั้นแต่กลับหวังผลเพื่อให้เกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อาจจะเป็นการท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับที่ไม่ลึกซึ้งเท่าใดนัก และหากการเดินทางนั้นขาดแรงจูงใจหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เช่น การไหว้พระ 9 วัดในรูปแบบวันเดียว (One Day Trip) หากเน้นเพียงจำนวนสถานที่ในการไปให้ครบ แต่พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่แท้จริง หรือมีนักท่องเที่ยวบางคน บางกลุ่มเดินทางไปยังศาสนสถานต่าง ๆ ตามกระแสนิยมโดยไม่ได้รับรู้หรือมีความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของศาสนสถานแห่งนั้นจริง ๆ ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้มองเห็นคุณค่าและได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในครั้งนั้น รวมถึงอาจจะทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นไม่ได้รับประโยชน์เท่าที่ควรอีกด้วย ดังนั้น การเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะทำให้ผู้จัดสถานที่และธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถเตรียมการรองรับได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีความเข้าใจและทราบถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา จะสามารถสนับสนุนและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนสามารถสร้างความเข้มแข็งทางสังคมและก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา จึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดนโยบายและออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

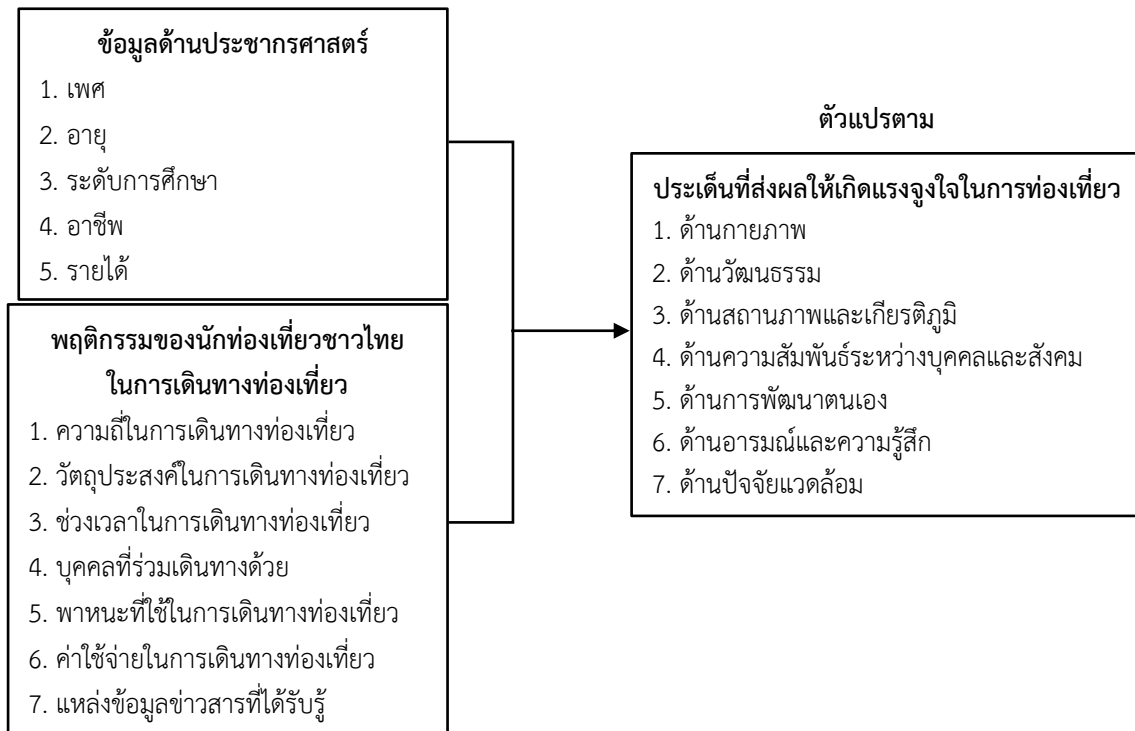
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีข้อมูลทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### ตัวแปรอิสระ



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเดินทางของนักท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคม ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านอารมณ์และความรู้สึก และด้านปัจจัยแวดล้อม

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของ คอแรน (Cochran, 1977) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพื่อให้มีประสิทธิภาพผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กำลังท่องเที่ยวในเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

1) ขอบเขตด้านสถานที่ ได้แก่ เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2) ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนกันยายน - ธันวาคม

2566

### กลุ่มตัวอย่างการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและสอดคล้องกับงานวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เคยไปท่องเที่ยวที่เทวาลัยพระพิฆเนศเขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในช่วงเวลาที่ดำเนินงานวิจัยนี้

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แรงจูงใจของ Maslow's Hierarchy of Needs (1943) และทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ Crompton (1979) และได้พัฒนาเป็นข้อคำถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางด้วย พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับรู้ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคม ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านอารมณ์และความรู้สึก และด้านปัจจัยแวดล้อม เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลแบบอิสระโดยการเขียนแบบพรรณนา

### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการตรวจสอบเครื่องมือว่ามีความถูกต้องของเนื้อหาและภาษาที่ใช้เหมาะสมหรือไม่โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ตามเกณฑ์การตรวจพิจารณาข้อคำถาม คือ +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์, 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์, -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ (Wirayut Phonphoththanamat. 2022) ผู้วิจัยเลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่าคะแนนตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป และ 2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างในวัดพระศรีมหาอุมาเทวี (วัดแขก) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มี

ลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 ซึ่งมีค่าเกิน 0.80 เป็นค่าที่ยอมรับได้ (Thanin Silaracharu, 2012)

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ข้อมูลแบบหัตถ์นิยม ซึ่งได้จากการศึกษาเอกสาร ตำรา สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวทางศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร และ 2) ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ในการวิจัย โดยพิจารณาแจกแบบสอบถามทั้งแบบกระดาษ และเป็นลิงค์แบบสอบถาม หรือ QR Code ให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวที่เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็นเก็บรวบรวมในพื้นที่ จำนวน 200 คน และจากลิงค์แบบสอบถาม หรือ QR Code จำนวน 200 คน

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) วิเคราะห์ ส่วนที่ 3 ข้อมูลแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้าน โดยแปลค่าความหมายของคะแนน ดังนี้

|             |         |                 |                       |
|-------------|---------|-----------------|-----------------------|
| 4.21 – 5.00 | หมายถึง | มีระดับแรงจูงใจ | อยู่ในระดับมากที่สุด  |
| 3.41 – 4.20 | หมายถึง | มีระดับแรงจูงใจ | อยู่ในระดับมาก        |
| 2.61 – 3.40 | หมายถึง | มีระดับแรงจูงใจ | อยู่ในระดับปานกลาง    |
| 1.81 – 2.60 | หมายถึง | มีระดับแรงจูงใจ | อยู่ในระดับน้อย       |
| 1.00 – 1.80 | หมายถึง | มีระดับแรงจูงใจ | อยู่ในระดับน้อยที่สุด |

3) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้วยการทดสอบ F-test หรือ One-Way ANOVA และเมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ตามวิธีของ LSD. (Least -Significant Different)

#### ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถสรุป ได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 82.00 อยู่ในช่วงอายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 84.00 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 89.30 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 63.30 และมีรายได้อยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.30

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเทวาลัยพระพิฆเนศ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 2 – 3 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 41.80 มีวัตถุประสงค์เพื่อขอพรอธิษฐานเรื่องการเงิน คิดเป็นร้อยละ 69.80 เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 83.30 บุคคลที่ร่วมเดินทางคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 64.50 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือระบบขนส่งสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 71.30 ค่าใช้จ่ายการมาท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.30 และรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเทวาลัยพระพิฆเนศจากช่องทาง TIKTOK (ติ๊กต็อก) คิดเป็นร้อยละ 95.50

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้าน

| ประเด็นที่ส่งผลให้เกิดแรงงใจในการเดินทางท่องเที่ยว | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับ     |
|----------------------------------------------------|-----------|------|-----------|
| 1. ด้านกายภาพ                                      | 4.73      | 0.64 | มากที่สุด |
| 2. ด้านวัฒนธรรม                                    | 4.66      | 0.62 | มากที่สุด |
| 3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ                       | 4.69      | 0.67 | มากที่สุด |
| 4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคม            | 4.68      | 0.75 | มากที่สุด |
| 5. ด้านการพัฒนาตนเอง                               | 4.35      | 0.63 | มากที่สุด |
| 6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก                         | 4.75      | 0.70 | มากที่สุด |
| 7. ด้านปัจจัยแวดล้อม                               | 4.82      | 0.73 | มากที่สุด |
| รวม                                                | 4.67      | 0.70 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 1 พบว่า แรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.67$ , S.D. = 0.70) และเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ ด้านปัจจัยแวดล้อม ( $\bar{X} = 4.82$ , S.D. = 0.73) รองลงมาคือ ด้านอารมณ์และความรู้สึก ( $\bar{X} = 4.75$ , S.D. = 0.70) และด้านกายภาพ ( $\bar{X} = 4.73$ , S.D. = 0.64) ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

| ประเด็นแรงงใจ                           | แหล่งความแปรปรวน | SS    | df  | MS   | F    | P    |
|-----------------------------------------|------------------|-------|-----|------|------|------|
| 1. ด้านกายภาพ                           | ระหว่างกลุ่ม     | 0.05  | 2   | 0.02 | 1.25 | 0.29 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 7.92  | 397 | 0.02 |      |      |
|                                         | รวม              | 7.97  | 399 |      |      |      |
| 2. ด้านวัฒนธรรม                         | ระหว่างกลุ่ม     | 0.05  | 2   | 0.03 | 0.48 | 0.62 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 20.79 | 397 | 0.05 |      |      |
|                                         | รวม              | 20.84 | 399 |      |      |      |
| 3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ            | ระหว่างกลุ่ม     | 0.04  | 2   | 0.02 | 0.66 | 0.52 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 12.03 | 397 | 0.03 |      |      |
|                                         | รวม              | 12.08 | 399 |      |      |      |
| 4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคม | ระหว่างกลุ่ม     | 0.03  | 2   | 0.02 | 0.72 | 0.49 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 9.17  | 397 | 0.02 |      |      |
|                                         | รวม              | 9.20  | 399 |      |      |      |
| 5. ด้านการพัฒนาตนเอง                    | ระหว่างกลุ่ม     | 0.13  | 2   | 0.07 | 1.25 | 0.29 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 20.87 | 397 | 0.05 |      |      |
|                                         | รวม              | 21.00 | 399 |      |      |      |
| 6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก              | ระหว่างกลุ่ม     | 0.39  | 2   | 0.12 | 2.24 | 0.11 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 35.10 | 397 | 0.09 |      |      |
|                                         | รวม              | 35.49 | 399 |      |      |      |

**ตารางที่ 2 (ต่อ)**

| ประเด็นแรงงใจ        | แหล่งความแปรปรวน | SS   | df  | MS   | F    | P    |
|----------------------|------------------|------|-----|------|------|------|
| 7. ด้านปัจจัยแวดล้อม | ระหว่างกลุ่ม     | 0.03 | 2   | 0.01 | 0.87 | 0.42 |
|                      | ภายในกลุ่ม       | 6.35 | 397 | 0.02 |      |      |
|                      | รวม              | 6.38 | 399 |      |      |      |

\*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 3** ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

| ประเด็นแรงจูงใจ                         | แหล่งความแปรปรวน | SS    | df  | MS   | F    | P    |
|-----------------------------------------|------------------|-------|-----|------|------|------|
| 1. ด้านกายภาพ                           | ระหว่างกลุ่ม     | 0.00  | 2   | 0.00 | 0.06 | 0.94 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 7.97  | 397 | 0.02 |      |      |
|                                         | รวม              | 7.97  | 399 |      |      |      |
| 2. ด้านวัฒนธรรม                         | ระหว่างกลุ่ม     | 0.21  | 2   | 0.10 | 1.99 | 0.14 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 20.63 | 397 | 0.52 |      |      |
|                                         | รวม              | 20.84 | 399 |      |      |      |
| 3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ            | ระหว่างกลุ่ม     | 0.10  | 2   | 0.05 | 1.66 | 0.20 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 11.97 | 397 | 0.03 |      |      |
|                                         | รวม              | 12.07 | 399 |      |      |      |
| 4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคม | ระหว่างกลุ่ม     | 0.05  | 2   | 0.03 | 1.07 | 0.34 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 9.15  | 397 | 0.02 |      |      |
|                                         | รวม              | 9.20  | 399 |      |      |      |
| 5. ด้านการพัฒนาตนเอง                    | ระหว่างกลุ่ม     | 0.07  | 2   | 0.04 | 0.73 | 0.48 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 20.92 | 397 | 0.53 |      |      |
|                                         | รวม              | 21.00 | 399 |      |      |      |
| 6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก              | ระหว่างกลุ่ม     | 0.06  | 2   | 0.03 | 0.37 | 0.69 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 35.43 | 397 | 0.09 |      |      |
|                                         | รวม              | 35.49 | 399 |      |      |      |
| 7. ด้านปัจจัยแวดล้อม                    | ระหว่างกลุ่ม     | 0.07  | 2   | 0.03 | 2.41 | 0.09 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 8.31  | 397 | 0.02 |      |      |
|                                         | รวม              | 3.38  | 399 |      |      |      |

\*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4** ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

| ประเด็นแรงจูงใจ                         | แหล่งความแปรปรวน | SS    | df  | MS   | F    | P    |
|-----------------------------------------|------------------|-------|-----|------|------|------|
| 1. ด้านกายภาพ                           | ระหว่างกลุ่ม     | 0.01  | 2   | 0.01 | 0.23 | 0.75 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 7.96  | 397 | 0.02 |      |      |
|                                         | รวม              | 7.97  | 399 |      |      |      |
| 2. ด้านวัฒนธรรม                         | ระหว่างกลุ่ม     | 0.27  | 2   | 0.14 | 2.65 | 0.07 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 20.57 | 397 | 0.05 |      |      |
|                                         | รวม              | 20.84 | 399 |      |      |      |
| 3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ            | ระหว่างกลุ่ม     | 0.03  | 2   | 0.02 | 0.58 | 0.56 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 12.04 | 397 | 0.03 |      |      |
|                                         | รวม              | 12.07 | 399 |      |      |      |
| 4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคม | ระหว่างกลุ่ม     | 0.03  | 2   | 0.02 | 0.75 | 0.47 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 9.17  | 397 | 0.02 |      |      |
|                                         | รวม              | 9.20  | 399 |      |      |      |
| 5. ด้านการพัฒนาตนเอง                    | ระหว่างกลุ่ม     | 0.03  | 2   | 0.02 | 0.32 | 0.72 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 20.97 | 397 | 0.05 |      |      |
|                                         | รวม              | 21.00 | 399 |      |      |      |
| 6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก              | ระหว่างกลุ่ม     | 0.12  | 2   | 0.06 | 0.71 | 0.49 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 35.37 | 397 | 0.09 |      |      |
|                                         | รวม              | 35.49 | 399 |      |      |      |
| 7. ด้านปัจจัยแวดล้อม                    | ระหว่างกลุ่ม     | 0.01  | 2   | 0.01 | 0.40 | 0.67 |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 6.37  | 397 | 0.02 |      |      |
|                                         | รวม              | 6.38  | 399 |      |      |      |

\*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 5** ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

| ประเด็นแรงจูงใจ | แหล่งความแปรปรวน | SS    | df  | MS   | F    | P    |
|-----------------|------------------|-------|-----|------|------|------|
| 1. ด้านกายภาพ   | ระหว่างกลุ่ม     | 0.10  | 4   | 0.03 | 1.34 | 0.25 |
|                 | ภายในกลุ่ม       | 7.86  | 395 | 0.20 |      |      |
|                 | รวม              | 7.96  | 399 |      |      |      |
| 2. ด้านวัฒนธรรม | ระหว่างกลุ่ม     | 0.43  | 4   | 0.11 | 2.08 | 0.08 |
|                 | ภายในกลุ่ม       | 20.41 | 395 | 0.05 |      |      |
|                 | รวม              | 20.84 | 399 |      |      |      |

**ตารางที่ 5** ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ(ต่อ)

| ประเด็นแรงจูงใจ                         | แหล่งความแปรปรวน | SS    | df  | MS   | F    | P     |
|-----------------------------------------|------------------|-------|-----|------|------|-------|
| 3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ            | ระหว่างกลุ่ม     | 0.38  | 4   | 0.09 | 3.23 | 0.01* |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 11.69 | 395 | 0.03 |      |       |
|                                         | รวม              | 12.07 | 399 |      |      |       |
| 4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคม | ระหว่างกลุ่ม     | 0.02  | 4   | 0.01 | 0.20 | 0.94  |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 9.18  | 395 | 0.02 |      |       |
|                                         | รวม              | 9.20  | 399 |      |      |       |
| 5. ด้านการพัฒนาตนเอง                    | ระหว่างกลุ่ม     | 0.19  | 4   | 0.05 | 0.92 | 0.45  |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 20.81 | 395 | 0.05 |      |       |
|                                         | รวม              | 21.00 | 399 |      |      |       |
| 6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก              | ระหว่างกลุ่ม     | 0.21  | 4   | 0.05 | 0.59 | 0.67  |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 35.28 | 395 | 0.09 |      |       |
|                                         | รวม              | 35.49 | 399 |      |      |       |
| 7. ด้านปัจจัยแวดล้อม                    | ระหว่างกลุ่ม     | 0.17  | 4   | 0.04 | 2.79 | 0.03* |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 6.21  | 395 | 0.02 |      |       |
|                                         | รวม              | 6.38  | 399 |      |      |       |

\*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ในด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ และด้านปัจจัยแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่สามารถทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ได้

**ตารางที่ 6** ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

| ประเด็นแรงจูงใจ                         | แหล่งความแปรปรวน | SS    | df  | MS   | F    | P     |
|-----------------------------------------|------------------|-------|-----|------|------|-------|
| 1. ด้านกายภาพ                           | ระหว่างกลุ่ม     | 0.10  | 4   | 0.03 | 1.29 | 0.27  |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 7.86  | 395 | 0.02 |      |       |
|                                         | รวม              | 7.96  | 399 |      |      |       |
| 2. ด้านวัฒนธรรม                         | ระหว่างกลุ่ม     | 0.38  | 4   | 0.10 | 1.85 | 0.12  |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 20.46 | 395 | 0.05 |      |       |
|                                         | รวม              | 20.84 | 399 |      |      |       |
| 3. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ            | ระหว่างกลุ่ม     | 0.36  | 4   | 0.09 | 3.08 | 0.02* |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 11.71 | 395 | 0.03 |      |       |
|                                         | รวม              | 12.07 | 399 |      |      |       |
| 4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคม | ระหว่างกลุ่ม     | 0.06  | 4   | 0.01 | 0.60 | 0.66  |
|                                         | ภายในกลุ่ม       | 9.14  | 395 | 0.02 |      |       |
|                                         | รวม              | 9.20  | 399 |      |      |       |

**ตารางที่ 6** ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

| ประเด็นแรงจูงใจ            | แหล่งความแปรปรวน | SS    | df  | MS   | F    | P    |
|----------------------------|------------------|-------|-----|------|------|------|
| 5. ด้านการพัฒนาตนเอง       | ระหว่างกลุ่ม     | 0.14  | 4   | 0.03 | 0.67 | 0.61 |
|                            | ภายในกลุ่ม       | 20.86 | 395 | 0.05 |      |      |
|                            | รวม              | 21.00 | 399 |      |      |      |
| 6. ด้านอารมณ์และความรู้สึก | ระหว่างกลุ่ม     | 0.22  | 4   | 0.05 | 0.61 | 0.65 |
|                            | ภายในกลุ่ม       | 35.27 | 395 | 0.90 |      |      |
|                            | รวม              | 35.49 | 399 |      |      |      |
| 7. ด้านปัจจัยแวดล้อม       | ระหว่างกลุ่ม     | 0.02  | 4   | 0.01 | 0.33 | 0.86 |
|                            | ภายในกลุ่ม       | 0.36  | 395 | 0.02 |      |      |
|                            | รวม              | 6.38  | 399 |      |      |      |

\*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในด้านสถานภาพและเกียรตินิยม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรตินิยมมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท และ กลุ่มที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 25,000 บาท มีแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรตินิยมมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป

### อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเทวาลัยพระพิฆเนศส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 2 – 3 ครั้งต่อปี มีวัตถุประสงค์เพื่อขอพรอธิษฐานเรื่องการเงิน เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ บุคคลที่ร่วมเดินทางด้วยคือเพื่อน เดินทางโดยขนส่งสาธารณะ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากช่องทาง TIKTOK (ติ๊กต็อก) พฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงวิถีชีวิตของคนเมืองที่มองหาการท่องเที่ยวในระยะสั้น ใช้นเวลาน้อย ค่าใช้จ่ายต่ำ สามารถเข้าถึงได้สะดวก และ TikTok มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของคนในยุคปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Doungkrat Koykijcharone (2019) ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ใช้เวลาในการท่องเที่ยวแค่วันเดียว และเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว 2 แห่ง โดยเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี ด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจท่องเที่ยว พบว่า มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว เพื่อกราบไหว้พระ / ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนตัว นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากเพื่อน และเคยปฏิบัติกิจกรรมไหว้นมัสการพระมาก่อน ส่วนใหญ่ตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้วยตนเอง และได้กราบไหว้พระ / ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ขณะที่มาท่องเที่ยว ในการวางแผนจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นมีการจัดรายการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางด้วย 3 คน นิยมท่องเที่ยวในวันเสาร์ – อาทิตย์ ใช้จ่ายเงินเพื่อทำบุญ ใช้จ่ายส่วนตัว ขู่วัตถุมงคล และซื้อของที่ระลึก น้อยกว่า 500 บาท

2. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ด้านปัจจัยแวดล้อม ด้านอารมณ์และความรู้สึก และด้านกายภาพ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่เป็นเหตุผลให้นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ กระแสความนิยมของการเดินทางท่องเที่ยว การมีบุคคลที่มีชื่อเสียงเดินทางมาเยี่ยมชมสถาน การมีวันหยุดให้เอื้อต่อการเดินทาง ความคุ้มค่าจากการเดินทาง การรู้สึกมีความหวัง ต้องการความสบายใจและการคลายความเครียด หรือมีความเชื่อต่อความศักดิ์สิทธิ์ของศาสนสถาน ความสะดวกในการเข้าถึง ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย เป็นต้น และในปัจจุบันเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง เป็นกระแสอย่างมากในโลกสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Duangthip Nakratok, (2020) ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศาสนสถานที่มีชื่อเสียงในการอธิษฐานขอพรเรื่องความรักในกรุงเทพมหานคร พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศาสนสถาน เพราะศาสนสถานสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีป้ายให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ และการรักษาความปลอดภัยที่ดี แรงจูงใจทางด้านอารมณ์และความรู้สึก ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านวัฒนธรรม ด้านกายภาพ และด้านระหว่างบุคคล ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suthira Pankaew and Prasopchai Pasunon (2023) ศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวให้พระสักการะศาลเจ้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวให้พระสักการะศาลเจ้า เนื่องจากวัดและศาลเจ้ามีชื่อเสียงและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น อีกทั้งมีโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมที่สวยงาม มีเรื่องราวที่น่าสนใจและความศักดิ์สิทธิ์ในเรื่องของความเชื่อต่าง ๆ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีความตั้งใจที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมเพื่อไหว้พระขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อเป็นความสบายใจและเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต

3. การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง ไม่แตกต่างกัน สะท้อนให้เห็นถึงความศรัทธาและความเชื่อเป็นแรงจูงใจหลักที่มีอิทธิพลต่อคนทุกกลุ่ม แสดงให้เห็นว่าความต้องการทางจิตวิญญาณและการแสวงหาความสงบภายในเป็นแรงขับเคลื่อนร่วมกันของผู้คนทุกช่วงวัยและระดับการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kamontip Thammanittavorn and Sangkae Punyasiri (2022) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดจุฬามณี จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเอเรชั่นวายที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง แตกต่างกันในด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ และด้านปัจจัยแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นถึงกลุ่มอาชีพที่มีสถานะทางสังคมสูงจะมีแรงจูงใจจากการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อแสดงถึงความสำเร็จในหน้าที่การงานหรือสถานภาพทางสังคม ในขณะที่บางอาชีพอาจมีแรงจูงใจหลักจากปัจจัยแวดล้อม เช่น การมีวันหยุดที่เอื้ออำนวย กระแสความนิยมในการท่องเที่ยว หรือความคุ้มค่าของการเดินทางในแต่ละครั้ง มากกว่าการมุ่งเน้นสถานภาพทางสังคม และเมื่อพิจารณาความแตกต่างของรายได้กับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มที่มีรายได้สูงมักมองว่าการเดินทางไปสักการะเป็นการสะท้อนความมั่นคง ความสำเร็จ หรือเป็นการแสดงออกถึงสถานภาพในสังคม ขณะที่กลุ่มที่มีรายได้น้อยมักมีแรงจูงใจจากความเชื่อและความหวังในสิ่งที่ปรารถนา เช่น การขอพรเรื่องการเงิน การเงิน หรือสุขภาพ มากกว่าการแสวงหาการยอมรับในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wanida Lerspipatthananon (2018) ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบ

พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y พบว่า รายได้เป็นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าปัจจัยอื่น เช่น เพศ อายุ หรืออาชีพ โดยเฉพาะในแง่ของแรงจูงใจและเป้าหมายของการเดินทางท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาแตกต่างกัน ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพและรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นถึงอาชีพและรายได้เป็นปัจจัยด้านประชากรศาสตร์สำคัญที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าปัจจัยอื่น

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรวางแผนจัดสรรงบประมาณเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มุ่งเน้นการสร้างสรรค์เนื้อหาดีจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเฉพาะ TikTok ซึ่งเป็นช่องทางหลักที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจรับรู้ข้อมูล รวมถึงการเผยแพร่ในแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย นำเสนอกิจกรรมและประสบการณ์ที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของกรุงเทพมหานคร ควรสนับสนุนและยกระดับระบบขนส่งสาธารณะให้มีความเชื่อมโยงกันในทุกระบบ สนับสนุนการจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม ปรับปรุงป้ายบอกทางทั้งภายนอกและภายในเทวาลัยพระพิฆเนศ เขตห้วยขวาง ตลอดจนดูแลสิ่งแวดล้อมและความสะอาดภายในเทวาลัยให้มีความสะอาดสบาย ปลอดภัย สะอาด เพียงพอและมีความพร้อมต่อการใช้งาน เพื่อตอบสนองแรงจูงใจด้านกายภาพและอารมณ์ความรู้สึกสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับการปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งในกรุงเทพมหานครและพื้นที่อื่น สามารถใช้ข้อมูลประกอบในการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบันและอนาคต

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเทวาลัยที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ ในต่างเขต ต่างจังหวัด ต่างภูมิภาค เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยในพื้นที่ ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้มีความเหมาะสม

2.2 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

### เอกสารอ้างอิง

- Chanun Wongwipak. (2009). Teaching document for cultural tourism management. Nakhon Pathom: Faculty of Management Science and Archaeology, Silpakorn University.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424.
- Data Innovation and Governance Institute. (2023). Thailand tourism statistics. [Online]. Source : <https://digi.data.go.th/showcase/thailand-tourism-statistics/> [November 2023]
- Doungnat Koykijcharone. (2019). Religious tourism behaviors of Thai tourists in Phuket Province. *Panya Journal*, 26(1), 76–85.
- Duangthip Nakratok. (2020). Motivation of religious tourism to praying for love reputation of religious place in Bangkok. Master's thesis, Srinakharinwirot University.
- Kamontip Thammanittavorn and Sangkae Punyasiri. (2022). Behavior and motivation of Thai Tourists in Generation Y traveling to visit Chulamanee Temple in Samut Songkhram. *Journal of Humanities, Social Sciences, and Innovation*, Kalasin University, 1(2), 17–32.
- Longtunman. (2023). Spiritual tourism: A new weapon for Thai tourism. [Online]. Source : <https://www.longtunman.com/46203> [June 2025]
- Prames Pichphandaycha. (2018). Religious tourism management in Hong Kong Island affecting Thai tourists. Master's thesis, Thammasat University.
- Suthira Pankaew and Prasopchai Pasunon. (2023). Tourism elements and motivation affecting the traveling intension to the temples and shrines of generation Y tourists in Songkhla Province. *Nakhon Ratchasima College Journal*, 17(1), 175–186.
- Tassanee Piyacharoendej. (2021). Development model of tourism management at special economic zone in Songhla Province. Doctoral dissertation, Mahachulalongkornrajavidyalaya University.
- Thanin Silaracharu. (2012). Research and statistical data analysis using SPSS and AMOS. (13<sup>th</sup> Ed.). Bangkok: SE-EDUCATION.
- Wanida Lerspipatthananon. (2018). Thai Gen Y people' travelling behavior and motivation patterns. *Dusit Thani College Journal*, 12(Special Issue), 134–149.
- Wirayut Phonphotthanamat. (2022). A Comparative Study of Verifying the Content Validity of a Research Instrument with the IOC, CVR and CVI. *Journal of Library and Information Science*, 28(1), 174–175.
- National Statistical Office of Thailand. (2013). Types of tourism. [Online]. Source : [http://osthailand.nic.go.th/masterplan\\_area/userfiles/files/Tourism.pdf](http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf) [October 2023]
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.