



การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัด  
ชลบุรี



วรรณัย จำเมือง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัด  
ชลบุรี



วรรณัย จำเมือง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
2565  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

Word of Mouth to the Meditation Center of No.19, Koh Kaew Khlong Luang Temple, Phanat  
Nikhom District, Chonburi Province



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR THE MASTER DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION  
GRADUATE SCHOOL OF COMMERCE  
BURAPHA UNIVERSITY  
2022  
COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางาน  
นิพนธ์ของ วรธรรณัย จำเมือง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน)

..... ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระพีพร ศรีจำปา)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน)

..... กรรมการ  
(ดร.ณภัคอร ปุณยภักัสสร)

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรรณี พิมาพันธุ์ศรี)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

63710039: สาขาวิชา: -; บช.ม. (-)

คำสำคัญ: วิถีชีวิต/ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา/ การบอกต่อ

วรรณัย จำเมือง : การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๙ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี. (Word of Mouth to the Meditation Center of No.19, Koh Kaew Khlong Luang Temple, Phanat Nikhom District, Chonburi Province) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: สุชนนี เมธิโยธิน ปี พ.ศ. 2565.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิต, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา, การบอกต่อ 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิตกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี 3) ศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ซึ่งใช้วิธีการสำรวจ (Survey research method) โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากบุคคลที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ฯ โดยสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ จำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป การศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพอื่น ๆ ซึ่งในแบบสอบถามระบุว่า เป็นแม่บ้าน, พ่อบ้าน หรือมิได้ประกอบอาชีพใด ๆ ในขณะที่ตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยนี้ มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท สถานะทางครอบครัวสมรส นับถือศาสนาพุทธ และมีสัญชาติไทย ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า 1) อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ฯ ที่แตกต่างกัน ในขณะที่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและสถานภาพทางครอบครัวที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการบอกต่อฯ 2) ปัจจัยทางด้านวิถีชีวิต อันได้แก่ การทำกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นที่แตกต่างกันมีผลต่อการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ฯ ที่แตกต่างกัน 3) ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ได้แก่ การจาริกแสวงบุญ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความต้องการศึกษาทางศาสนา กิจกรรมนันทนาการ ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม ร่วมศาสนพิธี และการปฏิบัติธรรม มีอิทธิพลทางบวก ส่วนความต้องการทางจิตวิญญาณและความเชื่อมีอิทธิพลทางลบกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

63710039: MAJOR: -; M.B.A. (-)

KEYWORDS: Lifestyle/ Religious tourism/ Word of mouth

WATTANAI JUMMUEANG : WORD OF MOUTH TO THE MEDITATION CENTER OF NO.19, KOH KAEW KHLONG LUANG TEMPLE, PHANAT NIKHOM DISTRICT, CHONBURI PROVINCE. ADVISORY COMMITTEE: SUCHONNEE METIYOTHIN, 2022.

The objectives of this research were 1) to study personal factors, lifestyle, and religious tourism, word of mouth 2) comparison of personal factors, and lifestyle, towards referrals to the 19th Dharma Retreat Center, Koh Kaew Klong Luang Temple, Phanat Nikhom District, Chon Buri Province 3) to study the factors of religious tourism influenced leads to recommendation to the 19th Dharma Retreat Center, Koh Kaew Klong Luang Temple, Phanat Nikhom District, Chon Buri. The study was quantitative research that uses the survey research method by collecting data with questionnaires from the person who came to the 19th Dharma Retreat Center, Koh Kaew Klong Luang Temple, Phanat Nikhom District, Chon Buri, by random sampling of 400 people. The sample group of 400 people who came to the Dharma Retreat Center was mostly female, aged over 51 years, with education below a bachelor's degree. Occupations, in the questionnaire, indicated that they were housewives, butlers, or did not engage in any occupation. Their income was less than or equal to 10,000 baht. Buddhism and Thai nationality. The hypothesis testing results at the significance level of 0.05 found that 1) Different occupations and incomes had different effects on referrals to the 19th Dharma Retreat Center, while gender, age, educational level, and marital status were no different. 2) Lifestyle factors such as activities, different interests, and different opinions had effects on referrals to the 19th Dharma Retreat Center. 3) Religious tourism factors such as pilgrimage worshiping, sacred Religious, education needs, recreational activities, cultural experience, participation in religious ceremonies, and meditation have a positive influence. As for spiritual needs and beliefs, there was a negative influence on referrals to the 19th Dharma Retreat Center, Koh Kaew Klong Luang Temple, Phanat Nikhom District, Chon Buri.





## กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนิ เมธิโยธิน อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง เอาใจใส่ ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัย จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ดร.สุรติ สุพิชญานุกร ดร.รชฎ จันทร์น้อย และ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ ที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มี คุณภาพ และอาจารย์ ดร.ณภัคอร ปุณย์ภัตสร อาจารย์ ผศ.ดร.ระพีพร ศรีจำปา คณะกรรมการสอบเค้าโครงงานนิพนธ์ที่กรุณาให้ความรู้ ปรับแก้ไข และวิจารณ์ผลงาน ทำให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้รับความอนุเคราะห์จากกลุ่มผู้มา สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนัง จังหัดชลบุรีที่ให้ความร่วมมือ เป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามการวิจัยทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูตเวทิตาแด่บุพการี บุรพจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษาและ ประสบความสำเร็จมาตราบเท่าทุกวันนี้

ววรรณัย จำเมือง

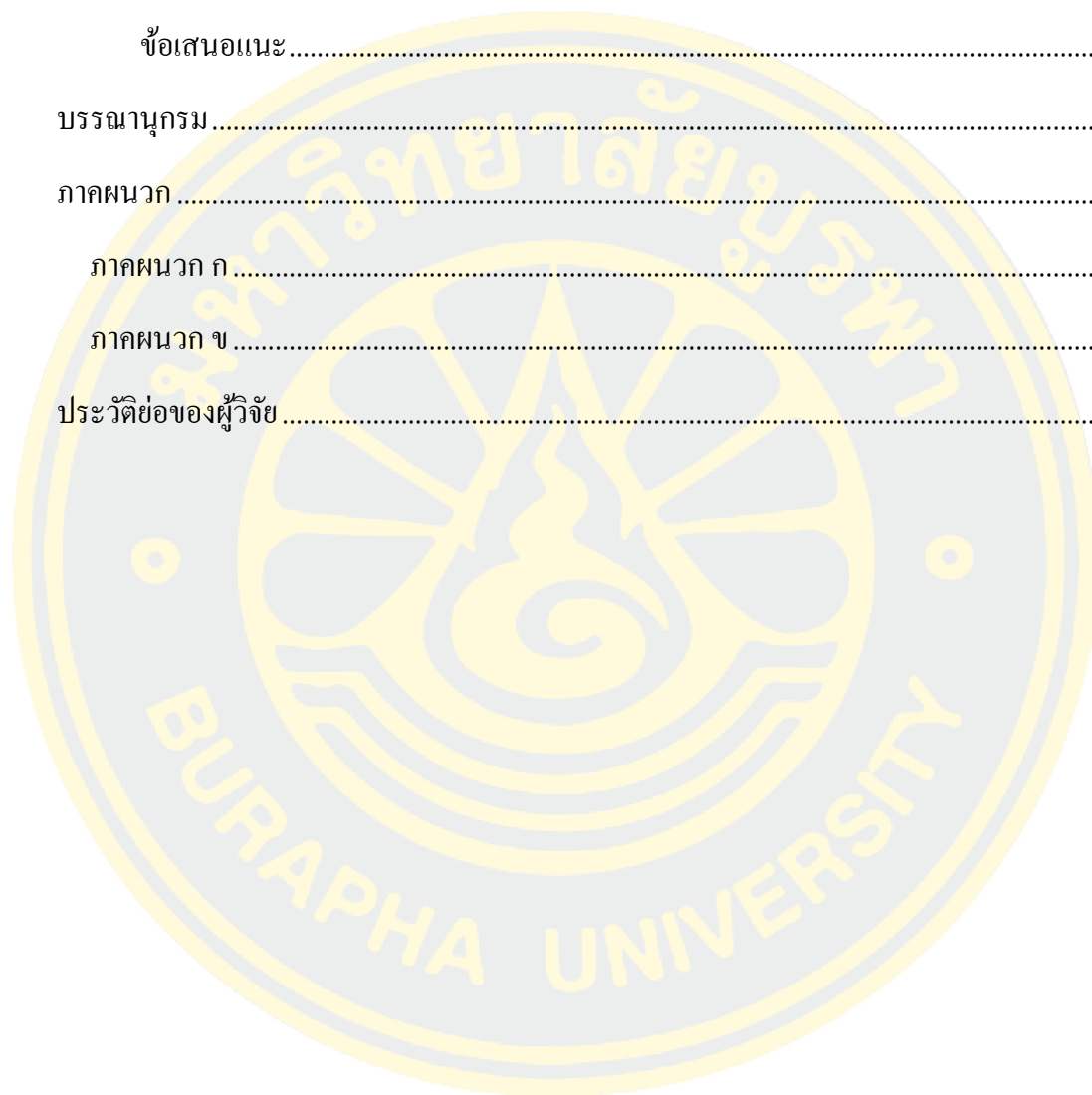


## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฅ
สารบัญตาราง .....	ฉ
บทที่ 1 .....	1
บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
สมมติฐานของการวิจัย .....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
บทที่ 2 .....	7
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1. ข้อมูลทั่วไปของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง.....	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล .....	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิถีชีวิต .....	13
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา.....	20

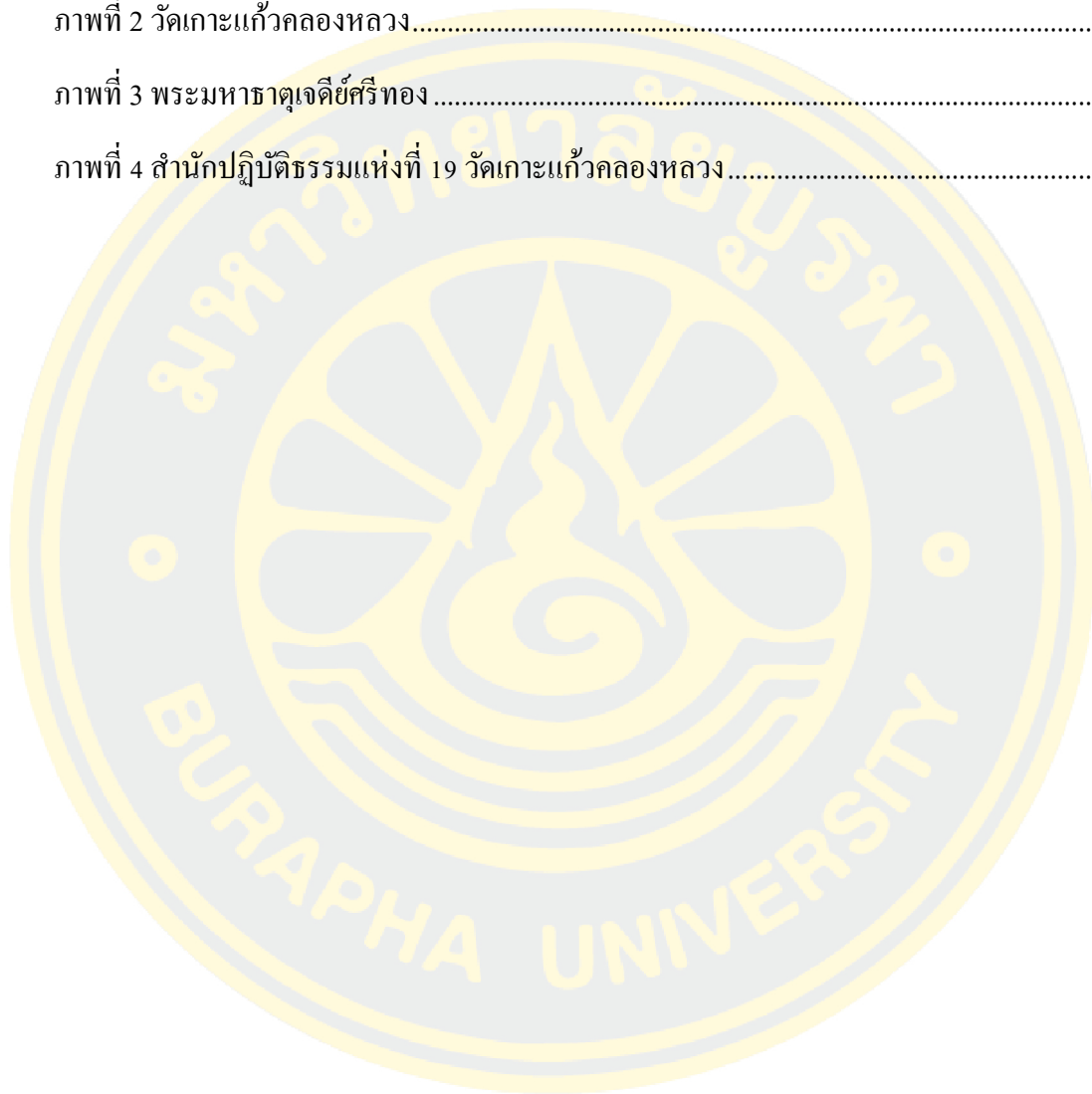
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) .....	23
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	28
บทที่ 3 .....	36
วิธีดำเนินการวิจัย .....	36
รูปแบบการวิจัย .....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	36
ขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....	37
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	37
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ .....	39
การหาคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม .....	40
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	41
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	42
บทที่ 4 .....	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	43
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	43
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	44
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านวิถีชีวิต .....	48
ส่วนที่ 3 : การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในแต่ละด้านของการบอก ต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัด ชลบุรี .....	51
ส่วนที่ 4 : การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัด เกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี .....	58
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน .....	60
บทที่ 5 .....	96

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	96
สรุปผลการวิจัย.....	96
อภิปรายผลการวิจัย.....	98
ข้อเสนอแนะ.....	101
บรรณานุกรม.....	104
ภาคผนวก.....	107
ภาคผนวก ก.....	108
ภาคผนวก ข.....	117
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	129



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2 วัดเกาะแก้วคลองหลวง.....	7
ภาพที่ 3 พระมหาธาตุเจดีย์ศรีทอง.....	8
ภาพที่ 4 สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง.....	9



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามเพศ .....	44
ตารางที่ 2	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามอายุ .....	44
ตารางที่ 3	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา.....	45
ตารางที่ 4	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามอาชีพ .....	45
ตารางที่ 5	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามรายได้ .....	46
ตารางที่ 6	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามสถานะทางครอบครัว .....	46
ตารางที่ 7	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามศาสนา.....	47
ตารางที่ 8	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามสัญชาติ .....	47
ตารางที่ 9	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามการทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติ ธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี .....	48
ตารางที่ 10	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติ ธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี .....	49
ตารางที่ 11	จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติ ธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี .....	50
ตารางที่ 12	ภาพรวมของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในแต่ละด้านของการบอกต่อให้มา สำนักปฏิบัติธรรมฯ .....	51
ตารางที่ 13	รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อด้านจาริกแสวงบุญ	52
ตารางที่ 14	รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อการสักการะด้านสิ่ง ศักดิ์สิทธิ์ .....	53
ตารางที่ 15	รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อด้านความต้องการ ทางจิตวิญญาณ .....	53
ตารางที่ 16	รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อด้านความต้องการ ศึกษาทางศาสนา.....	54

ตารางที่ 17 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อความเชื่อ.....	54
ตารางที่ 18 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อความสงบสุข .....	55
ตารางที่ 19 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อกิจกรรมนันทนาการ....	56
ตารางที่ 20 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม.....	56
ตารางที่ 21 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อร่วมศาสนพิธี .....	57
ตารางที่ 22 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อการปฏิบัติธรรม.....	58
ตารางที่ 23 รายละเอียดระดับด้านปัจจัยด้านการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรม.....	59
ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ.....	61
ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ.....	61
ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	62
ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	63
ตารางที่ 28 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะ แก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	64
ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้.....	65
ตารางที่ 30 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะ แก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้.....	66
ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานะทางครอบครัว.....	67
ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามการทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมฯ.....	69



ตารางที่ 33 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามการทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมฯ .....	70
ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ...	71
ตารางที่ 35 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ .....	72
ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ .	73
ตารางที่ 37 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ .....	74
ตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple linear regression analysis) ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ด้วยวิธี Enter.....	76
ตารางที่ 39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	79



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความแตกต่างทางประเพณี วัฒนธรรม ความศรัทธาทางศาสนา เป็นการเดินทางเพื่อศึกษาศาสนสถาน ประวัติศาสตร์สำคัญที่เกิดขึ้นบนโลก และยังกระตุ้นให้เกิดการเผยแพร่ความเชื่อ หลักธรรมคำสอนในศาสนาต่าง ๆ ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงศาสนาไม่เพียงเป็นการเดินทางเพื่อแสวงบุญ แต่ยังเป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมศาสนสถาน ศึกษาวัฒนธรรม อาหาร หรือเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนากับชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยมีความโดดเด่นของมรดกทางการท่องเที่ยวทั้งในรูปธรรมและนามธรรม ทำให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ดังนั้น การนำเอาพระพุทธศาสนาซึ่งเป็นศาสนาประจำชาติไทยมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวจึงนับเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่สำคัญ (พุทธรักษ์ ปรานนอก, 2562)

ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน พระพุทธศาสนาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของประชาชนชาวไทย วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของชาวไทยล้วนได้รับอิทธิพลมาจากพระพุทธศาสนา จนกระทั่งมีคำกล่าวกันว่าเมืองไทยเป็นเมืองพุทธ อันเนื่องมาจากประชาชนชาวไทยส่วนใหญ่ล้วนนับถือพระพุทธศาสนา ก่อให้เกิดการสร้างสรรคผลงานต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นจิตวิญญาณของการเป็นชาวพุทธ เช่น ความเชื่อทางศาสนา สถาปัตยกรรม วัด โบสถ์วิหาร ประติมากรรม เป็นต้น นำสืบต่อกันมาเป็นมรดกทางปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น จนกลายเป็นสมบัติอันล้ำค่าของท้องถิ่นนั้น ๆ มีความโดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย(พุทธรักษ์ ปรานนอก, 2562)

การปฏิบัติธรรม ฝึกจิตใจให้สงบและเป็นสมาธิเป็นหัวใจของพระพุทธศาสนาที่พุทธศาสนิกชนทุกคนควรเรียนรู้ และนำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ครอบครัวและสังคม การปฏิบัติธรรมจึงเป็นเสมือนรูปแบบหนึ่งแห่งการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในสังคมไทย ปัจจุบันการพัฒนาจิตใจควบคู่การพัฒนาด้านวัตถุ มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะการพัฒนาด้านวัตถุอย่างเดียวก่อให้เกิดปัญหาตามมาด้วยความเครียดและความเห็นแก่ตัวของบุคคลในสังคม เพื่อป้องกันและขจัดปัญหาดังกล่าว จึงควรส่งเสริมให้ทุกคน พัฒนาจิตใจ ด้วยการเจริญวิปัสสนากรรมฐาน เป็นการพัฒนาจิตใจให้เกิดปัญญาสู่เท่าทันโลก เพื่อลดละความยึดมั่นถือตนดำรงอยู่ในสัมมาทิฐิ ดำเนินชีวิตด้วยสัมมาปฏิบัติ โคนพุทธศาสนิกชนเรียนรู้และปฏิบัติพระสัทธรรมอย่าง

ถูกต้องจริงจัง จะเป็นผลให้จิตใจบริสุทธิ์และเกิดปัญญา โดยมีนโยบายให้คณะสงฆ์แต่ละจังหวัด พิจารณาคัดเลือกวัดที่มีความเหมาะสมในด้านวิปัสสนาธุระ เสนอขอจัดตั้งเป็นสำนักปฏิบัติธรรม ประจำจังหวัด พ.ศ 2543 ให้ครอบคลุมทุกจังหวัด ต้องดำเนินการตามความในข้อ 5 แห่งระเบียบ มหาเถรสมาคม (ร่างแผนแม่บทศูนย์ประสานงานสำนักปฏิบัติธรรมประจำจังหวัดแห่งประเทศไทย) (สปท.) (พ.ศ. 2552-2556) ปัจจุบันมีสำนักที่แต่งตั้งตามมติมหาเถรสมาคมทั้งสิ้น 1,744 แห่ง และเฉพาะชลบุรีมีจำนวน 22 แห่ง (บัญชีรายชื่อสำนักปฏิบัติธรรมประจำจังหวัดตามมติมหาเถร กองพุทธศาสนศึกษา สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ)

สำนักปฏิบัติธรรมวัดเกาะแก้วคลองหลวง-วัดเหนือ ได้รับการประกาศแต่งตั้งให้เป็น สำนักปฏิบัติธรรมประจำจังหวัดชลบุรี แห่งที่ 19 ตามมติมหาเถรสมาคม ในการประชุมครั้งที่ 3/2552 ตามระเบียบของมหาเถรสมาคม พ.ศ. 2543 ข้อที่ 5 ว่าด้วยการจัดตั้งสำนักปฏิบัติธรรม ประจำจังหวัด ซึ่งวัดเกาะแก้วคลองหลวง มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด มีการจัดกิจกรรม ปฏิบัติธรรมอย่างต่อเนื่อง โดยจะมีปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์ ตลอดทั้งปี และยังมีหน่วยงาน ภายนอกทุกระดับได้เข้าร่วมกิจกรรมรับบริการฝึกอบรมปฏิบัติธรรมอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันพระครู ประทีปวรวัฒน์ ดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาส ได้พัฒนาวัดในทุกๆด้าน บริบทสถานที่ในวัด สะอาด ร่ม รื่น ตลอดทั้งมีการจัดกิจกรรมไหว้พระ สวดมนต์ ปฏิบัติธรรมในวันสำคัญต่างๆ การปฏิบัติธรรม ของชาวพุทธทั่วไป ตามหลักวิปัสสนา กัมมัฏฐานของพระพุทธศาสนา

เพื่อให้เกิดการบอกต่อให้มาปฏิบัติธรรมที่วัด ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเกี่ยวกับการบอกต่อ ให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี และศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว, วิถีชีวิต, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เพื่อนำข้อมูลให้กับวัด เกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี และเพื่อเป็นประโยชน์กับทางจังหวัดชลบุรี ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

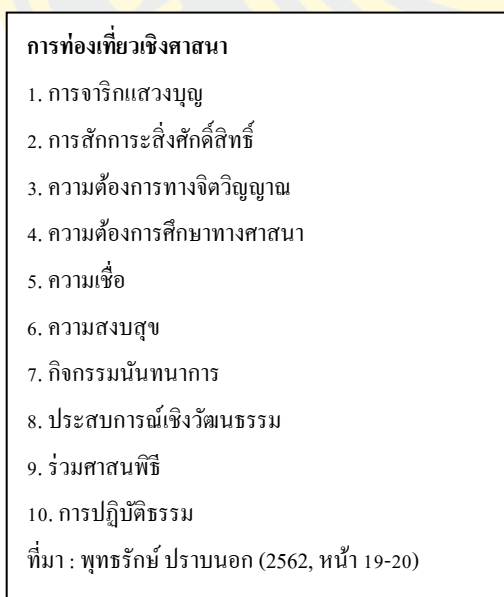
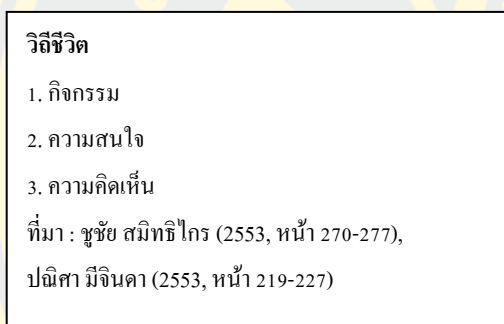
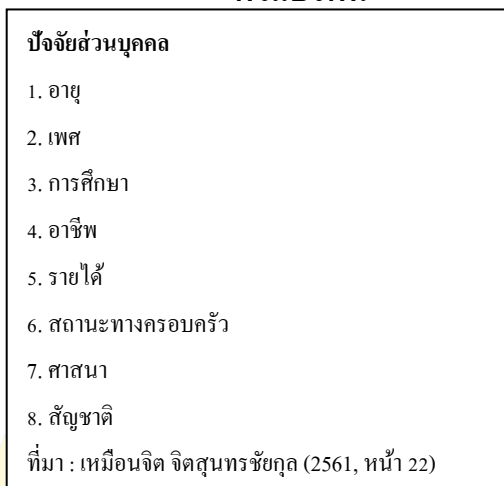
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิต, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา, การบอกต่อ
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิตกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

### สมมติฐานของการวิจัย

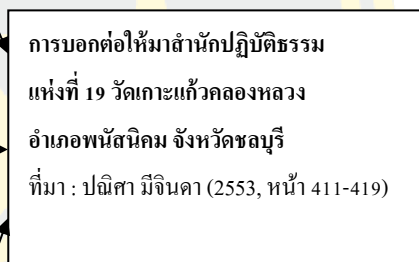
1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านวิถีชีวิต แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
3. ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ตัวแปรต้น



### ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อนำข้อมูลการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง ให้ทางจังหวัดได้ใช้วางแผนต่อไป

## ขอบเขตของการวิจัย

### ขอบเขตเนื้อหาการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยศึกษาทั้งปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิต, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

### ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

### ขอบเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูล

เก็บข้อมูลในเขตบริเวณสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง ตั้งอยู่ที่ถนน 23 หมู่ที่ 5 ตำบลไร่หลักทอง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

### ขอบเขตทางด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2564 ถึง กรกฎาคม 2565 ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน เมษายน 2565 ถึง พฤษภาคม 2565

## นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะครอบครัว ศาสนา สัญชาติ

วิถีชีวิต หมายถึง รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นๆ โดยวิถีชีวิตประกอบไปด้วย

1. กิจกรรม หมายถึง การใช้เวลาในกิจกรรมต่างๆของชีวิต
2. ความสนใจ หมายถึง การสนใจในสิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค
3. ความคิดเห็น หมายถึง การที่เรามีความคิดเห็นหรือประเด็นต่างๆรอบตัวเรา



การท่องเที่ยวเชิงศาสนา หมายถึง เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งบนพื้นฐานความแตกต่างของประเพณี วัฒนธรรม ความศรัทธา ของพระพุทธศาสนา ประกอบไปด้วย

1. การจาริกแสวงบุญ หมายถึง การแสวงหาความสำคัญทางจริยธรรมต่อจิตใจ
2. การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หมายถึง การกราบ ไหว้ สิ่งที่เชื่อและศรัทธา
3. ความต้องการทางจิตวิญญาณ หมายถึง ความต้องการของบุคคลในด้านหนึ่งที่อยู่มาจากจิตใจของคนนั้นๆ
4. ความต้องการศึกษาทางศาสนา หมายถึง ต้องการเรียนรู้หลักคำสอนของพระพุทธศาสนา
5. ความเชื่อ หมายถึง ความคิด ความเข้าใจ ความนับถือ และการยอมรับ
6. ความสงบสุข หมายถึง ความสบายใจ สงบจิตใจ มีความสุข
7. กิจกรรมนันทนาการ หมายถึง กิจกรรมที่ทำในเวลาว่าง เพื่อความผ่อนคลาย สบายใจ คลายความตึงเครียดทั้งร่างกายและจิตใจ
8. ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่ได้พบเจอ เรียนรู้ ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมในที่ต่างๆ
9. ร่วมศาสนพิธี หมายถึง พิธีทางศาสนาหรือแนวทางปฏิบัติทางพระพุทธศาสนา
10. การปฏิบัติธรรม หมายถึง การเจริญสติปัญญา ปฏิบัติตามคำสอนของพระพุทธศาสนา

การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of mouth) หมายถึง การที่ผู้ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังสนิม จังหวัดชลบุรี แจ้งข้อมูลให้ผู้อื่นตามประสบการณ์โดยตรงในการมาท่องเที่ยว ทำบุญ ไหว้พระ ปฏิบัติธรรม หรือทำกิจกรรมต่างๆ

สำนักปฏิบัติธรรม หมายถึง สำนักปฏิบัติธรรมที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นตามมติมหาเถรสมาคมและเป็นสำนักปฏิบัติที่คณะสงฆ์ไทยให้การสนับสนุน ชาวพุทธที่สนใจปฏิบัติพระกัมมัฏฐาน เจริญสมถวิปัสสนา โดยมีเป้าหมายแต่ละจังหวัดมีสำนักปฏิบัติธรรมประจำจังหวัดที่มีความพร้อมและเป็นที่ยอมรับ กระจายครอบคลุมทุกจังหวัดตามเจตนารมณ์แห่งระเบียบมหาเถรสมาคม

สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง หมายถึง สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ตั้งอยู่ที่ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังสนิม จังหวัดชลบุรี โดยมี พระครูประทีปวรวัฒน์ ดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาส

## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัย เรื่อง การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสสนิม จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎี ความรู้ ที่เกี่ยวข้องรวมไปถึงงานวิจัยต่าง ๆ ที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์ที่จะช่วยให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้บรรลุผลสำเร็จซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1. ข้อมูลทั่วไปของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง
- 2.2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
- 2.3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิถีชีวิต
- 2.4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา
- 2.5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบอกต่อแบบปากต่อปาก
- 2.6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1. ข้อมูลทั่วไปของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง

##### 2.1.1 สภาพพื้นที่

สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง ตั้งอยู่ที่ ถนน 23 หมู่ที่ 5 อำเภอพนัสสนิม จังหวัดชลบุรี โดยสำนักปฏิบัติธรรมจะอยู่ติดกับวัดเกาะแก้วคลองหลวง



ภาพที่ 2 วัดเกาะแก้วคลองหลวง

ที่มา : วัดเกาะแก้วคลองหลวง (2565) ภาพถ่ายเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2565





ภาพที่ 3 พระมหาธาตุเจดีย์ศรีทอง

ที่มา : พระมหาธาตุเจดีย์ศรีทอง (2565) ภาพถ่ายเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2565

### 2.1.2 ประวัติและความเป็นมา

สำนักปฏิบัติธรรมวัดเกาะแก้วคลองหลวง-วัดเหนือ ได้รับการประกาศแต่งตั้งให้เป็นสำนักปฏิบัติธรรมประจำจังหวัดชลบุรี แห่งที่ 19 ตามมติมหาเถรสมาคม ในการประชุมครั้งที่ 3/2552 ตามระเบียบของมหาเถรสมาคม พ.ศ. 2543 ข้อที่ 5 ว่าด้วยการจัดตั้งสำนักปฏิบัติธรรมประจำจังหวัด ซึ่งวัดเกาะแก้วคลองหลวง มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด มีการจัดกิจกรรมปฏิบัติธรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นมahanikaya ปัจจุบันมี พระครูประทีปวรวัฒน์ ดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาส

### 2.1.3 การส่งเสริมกิจกรรม วัฒนธรรมและวิถีชุมชน

โดยจะมีกิจกรรมปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์ ตลอดทั้งปี มีกิจกรรมเดิน-วิ่ง การกุศล ไหว้พระธาตุเจดีย์ศรีทอง มีกิจกรรมสวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ ซึ่งมีจัดขึ้นทุกปี ทำให้สามารถฝึกปฏิบัติธรรมตามความต้องการได้อย่างต่อเนื่องปัจจุบันพระครูประทีปวรวัฒน์ ดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาส ได้พัฒนาวัดในทุกๆด้าน บริบทสถานที่ในวัด สะอาด ร่มรื่น ตลอดทั้งมีการจัดกิจกรรมไหว้พระ สวดมนต์ ปฏิบัติธรรมในวันสำคัญต่าง ๆ เป็นศูนย์การเรียนรู้และให้บริการตามความสนใจ เช่น การปฏิบัติธรรมของภิกษุ สามเณร อุบาสก อุบาสิกา นักเรียน นักศึกษา ชาวพุทธทั่วไป ตามหลักวิปัสสนา ก็มีฐานของพระพุทธศาสนา



ภาพที่ 4 สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง  
ที่มา : สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 (2565) ภาพถ่ายเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2565

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

อนุศักดิ์ ฉันทไพศาล (2563, หน้า 91-92) ให้ความหมายว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเป็น ลักษณะเฉพาะของบุคคลและอาจไม่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นที่อยู่ภายในกลุ่มเดียวกัน ลักษณะเหล่านี้อาจรวมการตัดสินใจของบุคคล นิสัย ความคิดเห็นและความสนใจที่เป็นเอกลักษณ์ เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจได้รับอิทธิพลจาก อายุ เพศ ภูมิ หลังวัฒนธรรมและเรื่องส่วนตัวอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น ผู้สูงอายุอาจแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภครที่แตกต่างจากคนที่อายุน้อยกว่า ซึ่งหมายความว่า พวกเขาจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างออกไปและใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าที่อาจไม่ได้อยู่ในความสนใจของเด็กรุ่นใหม่โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่สำคัญบางอย่างของผู้บริโภคอาจถูกนำมาวิเคราะห์โดยแบ่งเป็นประเภทต่อไปนี้

### 1.ภาวะเศรษฐกิจของปัจเจกบุคคล

ภาวะเศรษฐกิจของประชาชนมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง และชนชั้นล่างมีความแตกต่างกันมาก

### 2.พื้นฐานการศึกษา

เป็นที่สังเกตโดยทั่วไปว่า บุคคลที่มีการศึกษามีเหตุผลและใช้สติปัญญาในการตัดสินใจซื้อและแสดงโดยพฤติกรรมดังกล่าวมีความแตกต่างกัน โดยสิ้นเชิงกว่าคนที่ไม่มีการศึกษา

หรือคนที่มีการศึกษาน้อย กลุ่มคนที่ไม่มีการศึกษาหรือมีการศึกษาน้อยจะทำตามพฤติกรรมการซื้อของผู้อื่น โดยใช้เหตุผลน้อยในซื้อสินค้า

### 3. อาชีพและสถานะ

อาชีพและสถานะของผู้คนเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค หลาย คนซื้อสินค้าประเภทที่คนอื่นๆ ในอาชีพเดียวกันไม่ซื้อ ผู้บริโภคที่มีสถานะทางสังคมที่สูงเช่น แพทย์ ศาสตราจารย์ ศีพิกษา อาจไม่ชอบที่จะซื้อสินค้าราคาถูกเหมือนคนธรรมดาซึ่งอาชีพที่มี ศักดิ์ศรีเหล่านี้ศรีเหล่านี้จะเปรียบเทียบกับว่ามีสถานะเหนือบุคคลทั่วไปในสังคม

### 4. อายุ

อายุของแต่ละบุคคลมีผลอย่างมากต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค นิัยการซื้อและ พฤติกรรมการบริโภคของเด็กผู้ใหญ่และผู้สูงอายุมีความแตกต่างกันมาก

### 5. เพศ

เพศชายและหญิงในสังคมที่อยู่ในกลุ่มอายุต่างกันมีนิสัยการซื้อและรูปแบบการ บริโภคที่แตกต่างกัน สุภาพสตรีทุกชนชั้นในสังคมเห็นว่ามี ความพึงพอใจกับเสื้อผ้าเครื่องประดับอัญ มณี ในขณะที่สุภาพบุรุษอาจชอบเสื้อผ้า นูห์รหนังสือ

### 6. สถานะการสมรส

คนที่แต่งงานแล้วและยังไม่แต่งงานแสดงพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน สำหรับผู้ ที่แต่งงานใหม่มีพฤติกรรมบริโภคแตกต่างจากผู้ที่มีประสบการณ์ชีวิตแต่งงานมานาน

### 7. การเลือกใช้ชีวิตทางดำเนินชีวิต

บางคนชอบวิถีทางการดำเนินชีวิตแบบตะวันตกที่ทันสมัย ในขณะที่บางคนอาจ ต้องการนำชีวิตแบบตะวันออกมาใช้ในการดำเนินชีวิต พฤติกรรมผู้บริโภคของทั้งสองประเภทนี้ มี ความแตกต่างกันอย่างมาก

เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล (2561, หน้า22 ) ให้ความหมายว่าปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่ เกี่ยวกับคุณลักษณะของประชากรว่าด้วยข้อมูลเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะทาง ครอบครัว ศาสนา และสัญชาติซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ปัจจุบันโครงสร้างการ เปลี่ยนแปลงของประชากร จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น อันเนื่องมาจากความเจริญทางด้าน เทคโนโลยีทางการแพทย์ ความรู้ทางงานวิจัยที่สามารถนำมาขยายผลและใช้ประโยชน์ในด้านการ รักษาคนไข้ เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยประชากรตระหนักถึงความสำคัญของอาหารและการ ออกกำลังกายมากขึ้น สาเหตุเหล่านี้มีผลอย่างยิ่งต่อภาคของการผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนอง ต่อกลุ่มผู้สูงวัยเช่น อุปกรณ์รถเข็น แวนตา วิตามิน อาหารเสริม เครื่องออกกำลังกาย เสื้อผ้า อุปกรณ์

อิเล็กทรอนิกส์ที่มีตัวเลขขนาดใหญ่ การมีแอปพลิเคชันหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้งานสะดวกเป็นต้น ในส่วนของภาคบริหารที่มีการตอบสนองลูกค้ากลุ่มนี้ เช่น การจัดสรรพื้นที่จอดรถบริเวณด้านหน้า การมีทางลาดชันไว้สำหรับผู้ใช้รถเข็น การใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่สำหรับบอกราคา การจัดตัวร ژهเฉพาะผู้สูงวัยหรือตัวร ژهใหญ่พระทำบุญ เป็นต้น

ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล (2557, หน้า 75-76) ให้ความหมายว่า ลักษณะทางประชากรของ ตลาดผู้บริโภคว่า เมื่อเราศึกษาถึงตลาดผู้บริโภค นักการตลาดควรที่จะต้องมองภาพกว้างของ ผู้บริโภคว่าจะมีลักษณะทางประชากรเป็นอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาถึงความเป็นไปได้ ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ลักษณะทางประชากรของตลาดผู้บริโภคที่สำคัญจะประกอบไปด้วย จำนวนประชากร อัตราการเกิด ช่วงอายุ แหล่งที่พักอาศัย การเคลื่อนย้าย รายได้และรายจ่ายอาชีพ การศึกษา และสถานการณืแต่งงาน

1. จำนวนประชากร จำนวนประชากรมีความสัมพันธ์โดยตรงกับปริมาณความต้องการที่จะซื้อสินค้ามาใช้ในการดำรงชีวิต ถ้าจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นปริมาณความต้องการก็จะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วยและปริมาณยอดขายของนักการตลาดก็จะเพิ่มขึ้นไปด้วยเช่นกัน ในในการพิจารณาจำนวนประชากรที่เป็นอยู่ในแต่ละช่วงอายุและเพศ ทั้งนี้เพื่อให้การวิเคราะห์ตลาด ผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีความหมายและเป็นประโยชน์ต่อการนำสินค้ามาขายให้กับผู้บริโภค

2. แหล่งที่พักอาศัย นักการตลาดที่จะศึกษาถึงแหล่งที่พักอาศัยของผู้บริโภคด้วยว่าอยู่ ร่วมกันเป็นกลุ่มกันในสถานที่หรือแหล่งใด โดยศึกษาถึงความหนาแน่นของจำนวนประชากรที่มี ต่อพื้นที่ ถ้าประชากรมีแหล่งที่พักอาศัยที่ค่อนข้างหนาแน่นก็หมายความว่าในเขตพื้นที่นั้นจะมี ปริมาณความต้องการที่สูง ประชากรที่มีแหล่งที่พักอาศัยอยู่ในเขตตัวเมืองหรือเขตเทศบาลย่อมจะมี ความหนาแน่นมากกว่าประชากรที่มีแหล่งที่อยู่อาศัยอยู่ตามชนบท

3. การเคลื่อนย้ายประชากร การเคลื่อนที่ย้ายของประชากรก็มีส่วนสำคัญต่อนักการตลาด การเคลื่อนย้ายของประชากรไปยังแหล่งใดย่อมจะเป็นการสร้างโอกาสให้เกิดขึ้นในแหล่งนั้น อย่างเช่น การเคลื่อนย้ายของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ออกมาในบริเวณชานเมืองรอบ นอกก็เป็น โอกาสอันดีของนักการตลาดที่จะขยายกิจการมาทางด้านรอบเมืองตัวอย่างเช่นการเปิด สาขาของห้างสรรพสินค้าทั้งหลาย

4. รายได้และรายจ่ายของผู้บริโภค นอกจากจะพิจารณาทางด้านจำนวนประชากรแล้ว นักการตลาดจะต้องศึกษารายได้ของประชากรพร้อมกับรายละเอียดของการใช้จ่ายของผู้บริโภคด้วย รายได้ของประชากรเราสามารถจะดูได้จากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องได้แก่กรมสรรพกร ดูได้ จากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรายได้ การศึกษารายได้ของประชากรเราสามารถจะพิจารณาได้จาก จำนวนกับการว่าจ้างหรือการทำงานของคนการค้าหรือของเมืองนั้นๆ รายได้ของผู้บริโภคเปรียบ

ได้กับเป็นอำนาจการซื้อ ยังมีรายได้สูงเท่าไรหรืออำนาจการซื้อก็จะสูงขึ้นเท่านั้น การใช้จ่ายของผู้บริโภคก็เป็นเรื่องที่น่าติดตามและให้ความสนใจด้วยโดยปกติแล้วรายจ่ายทางด้านอาหารการกินจะมีอัตราส่วนน้อยหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราส่วนของรายได้ กล่าวคือ ถึงแม้ว่าผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นเท่าตัวก็ไม่ได้แสดงว่าผู้บริโภคจะต้องบริโภคมากขึ้นเท่าตัว ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้บริโภคมีกระเพาะที่จะรองรับอาหารในจำนวนจำกัด หรือค่อนข้างจะคงที่ จริงอยู่ แม้ว่าผู้บริโภคจะเลือกรับประทานอาหารที่ดีและมีราคาแพงก็ตาม แต่เมื่อพิจารณา ณ จุดที่ผู้บริโภครับประทานอาหารที่ดีและมีคุณภาพแล้ว ผู้บริโภคก็หาได้รับประทานเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวไม่ การใช้จ่ายของผู้บริโภคในด้านอื่นๆ เช่น การแต่งกาย เครื่องประดับ การหาความสุขเข้าตัว การพักผ่อนหย่อนใจในรูปแบบต่างๆ เป็นต้นจะมีอัตราส่วนที่ผันแปรโดยตรงกับอัตราการเพิ่มของรายได้

5. อาชีพ อาชีพของผู้บริโภคก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลถึงการอุปโภคของผู้บริโภคเอง อาชีพของผู้บริโภคที่มีระดับรายได้สูงย่อมจะมีการใช้จ่ายเงินที่มากไปจากอาชีพที่มีระดับรายได้ต่ำ ซึ่งแต่ละอาชีพก็จะมีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน ตัวอย่าง อาชีพ พ่อค้าแม่ค้าจะมีรายได้ไม่สูงนัก การเลือกใช้สินค้าต่างๆ ค่อนข้างจะพิถีพิถันมากนัก อาชีพผู้บริหารที่ใช้สมองจะมีรายได้ค่อนข้างสูง การเลือกใช้สินค้าต่างๆ ค่อนข้างจะพิถีพิถัน

6. การศึกษา การศึกษาของผู้บริโภคก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าอุปโภค ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแต่ละระดับจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงย่อมต้องการชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ต้องการสินค้าที่จะมาตอบสนองชีวิตที่ดีขึ้น ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะสนใจตัวเองมากขึ้น และจะสร้างความสุขให้กับชีวิตของตัวเอง โดยแสวงหาสินค้าที่จะตอบสนองความต้องการของตน จำนวนของประชากรหรือผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงย่อมจะเป็นโอกาสอันดีแก่การตลาดต่อไป

7. สถานการณ์แต่งงาน สถานะการแต่งงานของผู้บริโภคก็เป็นภาพที่นักการตลาดจะต้องจับตามอง ซึ่งนักการตลาดจะต้องพิจารณาแนวโน้มของการแต่งงานกับการอยู่เป็นโสด เพราะการแต่งงานก็มีผลต่อความต้องการสินค้าที่จะใช้ในชีวิตครอบครัว เช่น เตยคู่ตู้เสื้อผ้าที่ใหญ่ขึ้น หม้อหุงข้าวที่มีขนาดใหญ่ขึ้น ตู้เย็นขนาดครอบครัว เป็นต้น ส่วนผู้ที่โสดจะต้องการสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว เช่น เตยเดี่ยวตู้เย็นขนาดเล็ก หม้อหุงข้าวขนาดเล็ก เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของประชากรว่าด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะทางครอบครัว ศาสนา และสัญชาติซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค



### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิถีชีวิต

(ชูชัย สมิทธิไกร, 2553) ให้ความหมายของวิถีชีวิต (lifestyle) ไว้ว่ารูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม (activities) ความสนใจ (interests) และความคิดเห็น (opinions)(Kotler,2000) วิถีชีวิตของแต่ละบุคคลจะมีเอกลักษณ์ของตนที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นๆ (Reimer,1995) กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น และกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้บริโภคเลือกกระทำตามวิถีชีวิตของตน โดยวิถีชีวิตของแต่ละบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆทั้งที่เป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา (เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม และการเรียนรู้) และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (เช่น ครอบครัว ชั้นทางสังคม และวัฒนธรรม) วิถีชีวิตของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันนี้ จะมีผลทำให้พฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคลแตกต่างกันด้วย อย่างไรก็ตาม วิถีชีวิตจะไม่คงที่ แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยการการศึกษาวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่นิยมกระทำในปัจจุบันมีสองวิธีคือ วิธีการแบบ AIO และวิธีการแบบ VALS

1. วิธีการศึกษาวิถีชีวิตแบบ AIO คือ วิธีการที่มุ่งค้นหาว่าผู้บริโภคกระทำกิจกรรมอะไร มีความสนใจเรื่องอะไร และมีความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ อย่างไร ดังนั้น แบบสำรวจ AIO จึงประกอบด้วยข้อคำถามต่างๆ ที่มุ่ง 3 ประเด็นหลักดังนี้

- 1.1 กิจกรรมที่ทำ เพื่อให้ผู้บริโภคเปิดเผยสิ่งที่ทำ สิ่งที่ชอบ รวมทั้งการใช้เวลาว่าง
- 1.2. ความสนใจ เป็นคำถามที่วัดความชอบและการจัดลำดับความสำคัญของผู้บริโภคที่มีต่อโลก เศรษฐกิจ สังคม และประเด็นอื่นๆ
- 1.3 ความคิดเห็น เป็นคำถามที่มุ่งเน้นความคิด ความรู้สึก และทัศนคติต่างๆ ของผู้บริโภคที่มีต่อโลก เศรษฐกิจ สังคม และประเด็นอื่นๆ

คำตอบของผู้บริโภคจะถูกนำมาวิเคราะห์โดยกระบวนการทางสถิติ เพื่อจำแนกผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มๆ Reimer (1995) ได้จำแนกวิถีชีวิตของบุคคลไว้ 5 แบบดังนี้

1. แบบมุ่งเน้นวัฒนธรรม (cultural orientation) หมายถึง วิถีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือประเพณีทางสังคม เช่น การชมการแสดงทางวัฒนธรรม การชมนิทรรศการศิลปะ
2. แบบมุ่งเน้นสังคม (societal orientation) หมายถึง วิถีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งรอบตัว เช่น การเมือง สังคม สิ่งแวดล้อม
3. แบบมุ่งเน้นความบันเทิง (entertainment orientation) หมายถึง วิถีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความบันเทิงและความพอใจของตนเอง เช่นการชมภาพยนตร์ การซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความพอใจส่วนตัว

4. แบบมุ่งเน้นบ้านและครอบครัว (home and family orientation) หมายถึง วิถีชีวิตที่เน้นด้านทำกิจกรรมในบ้าน ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นของเรื่องภายในบ้านและครอบครัวของตนเอง

5. แบบมุ่งเน้นกีฬาและกิจกรรมกลางแจ้ง (sport and outdoor orientation) วิถีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีสุขภาพที่แข็งแรง เช่น การเล่นกีฬา การทำกิจกรรมกลางแจ้ง

2. วิธีการศึกษาวิถีชีวิตแบบ VALS แบ่งผู้บริโภคออกเป็น 9 กลุ่ม โดยใช้ข้อมูลด้านจิตวิทยาบุคลิกภาพ การตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภค VALS ได้จำแนกผู้บริโภคออกเป็น 8 กลุ่ม โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการคือ

2.1 แรงจูงใจพื้นฐาน ของบุคคลประกอบด้วยอุดมคติ (ideals) ความสำเร็จ (achievement) และการแสดงความเป็นตัวตน (self-expression) โดยผู้บริโภคที่มุ่งอุดมคติจะมีพฤติกรรมที่มุ่งเน้นความรู้และหลักการ ผู้บริโภคที่มุ่งความสำเร็จจะเน้นการบริโภคที่มุ่งความสำเร็จจะเน้นการบริโภคสินค้าที่สะท้อนความสำเร็จของตน และผู้บริโภคที่มุ่งการแสดงความเป็นตัวตนจะเน้นการแสดงความเป็นตนเองความเสี่ยงหรือกิจกรรมที่ได้แสดงออก สำหรับทรัพยากรที่บุคคลมีอยู่ คือระดับความสามารถในการใช้จ่ายของแต่ละบุคคล การศึกษาวิถีชีวิตตามแบบ VALS จะประกอบด้วยคำถามจำนวน 35 ข้อที่ให้ผู้บริโภคแสดงระดับความเห็นด้วยต่อประเด็นต่างๆซึ่งผู้สนใจสามารถใช้บริการวัดวิถีชีวิตของตนเองได้ที่เว็บไซต์ [www.sric-bi.com/VALS](http://www.sric-bi.com/VALS) หลังจากการแปลผลคะแนน VALS ได้จำแนกผู้บริโภคได้เป็นห้ากลุ่ม รวม 8 ประเภท

2.1.1. กลุ่มมุ่งอุดมคติ (ideals) เป็นกลุ่มที่ใช้หลักการและความเชื่อของตนเองในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ มากกว่าการใช้อารมณ์ความรู้สึก กลุ่มนี้ยังสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย ดังนี้

2.1.1.1 นักคิด (thinkers) เป็นกลุ่มที่ยึดถืออุดมคติ ให้ความสำคัญ ความรับผิดชอบ มีการศึกษาสูงและเรียนรู้หาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจอยู่เสมอ แต่ก็พร้อมจะเปิดรับความคิดใหม่ แม้ว่าจะมีรายได้ดีแต่พวกเขาก็ยังมีลักษณะอนุรักษ์นิยม เน้นความเป็นไปได้จริง มองหาสินค้าที่มีความทนทาน มีประโยชน์ใช้สอย และคุ้มค่า

2.1.1.2 ผู้ถือมั่น (believers) กลุ่มนี้เชื่อในอุดมคติ มีความคิดเชิงอนุรักษ์ มีชีวิตตามขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา บรรทัดฐานทางสังคม เป็นผู้บริโภคที่ทำงานได้ง่าย เพราะมักจะซื้อสินค้าแบบเดิมๆ และยึดถือเป็นที่รู้จัก และมีความภักดีต่อตราสินค้า

2.1.2 กลุ่มมุ่งความสำเร็จ (achievement) เป็นกลุ่มที่มุ่งแสวงหาความสำเร็จและความยอมรับนับถือจากผู้อื่น กลุ่มนี้สามารถแบ่งออกได้เป็นสองประเภทย่อย ดังนี้



2.1.2.1 ผู้ประสบความสำเร็จ (achievement) เป็นกลุ่มที่มุ่งแสวงหาความสำเร็จ เน้นอยู่ที่ครอบครัวและทำงาน พวกเขาใช้ชีวิตตามขนบธรรมเนียม

2.1.2.2 ผู้ต่อสู้พยายาม (strivers) เน้นความสำเร็จ เงินคือความสำเร็จสำหรับพวกเขา แต่ยังไม่เพียงพอ พวกเขาชอบสินค้าที่มีสไตล์ซึ่งคล้ายกับสินค้าของพวกที่ร่ำรวย ชอบการซื้อสินค้า

2.1.3 กลุ่มมุ่งแสดงความเป็นตัวตน (self-expression) แบ่งเป็น 2 ประเภทย่อยดังนี้

2.1.3.1 ผู้แสวงหาประสบการณ์ (experiencers) เน้นการแสดงออกถึงตัวตนของตนเอง ตามใจตนเอง มักจะเห็นคนกลุ่มนี้ในกิจกรรมด้านการออกกำลังกาย กีฬา นันทนาการ กลางแจ้ง และกิจกรรมทางสังคมต่างๆ พวกเขาเป็นผู้บริโภคที่หิวกระหาย ใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนมากไปกับสินค้าแฟชั่น ความบันเทิง และการเข้าสังคม สิ่งที่พวกเขาซื้อสะท้อนถึงการให้ความสำคัญแก่การดูดีและการมีของที่ทุกคนอยากได้

2.1.3.2 ผู้พึ่งพาตน (makers) มีความเป็นตนเอง มีชีวิตตามวิถีเรียบง่าย แต่จริงจังกับเรื่องส่วนตัว ประหยัด ซื้อแต่ของจำเป็น

2.1.4. กลุ่มนักสร้างสรรค์ (innovators) เป็นผู้นำในวงการธุรกิจและราชการ เป็นพวกที่ประสบความสำเร็จ ชำชอง และค้นหาความท้าทายใหม่

2.1.5. กลุ่มผู้ดิ้นรน (survivors) เป็นกลุ่มที่ขาดแคลน จริงจังกับเรื่องความปลอดภัย เพราะต้องเน้นความอยู่รอด และจะไม่ทำอะไรผิดแปลกจากวิถีเดิม พวกเขามีความภักดีต่อสินค้าที่ชื่นชอบ

ปณิศา มีจินดา (2554, หน้า 219-227) ให้ความหมายของรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ไว้ว่า เป็นลักษณะการดำเนินชีวิตที่สะท้อนถึงทัศนคติ ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้บริโภค (Assael, 2004:280) หรือเป็นรูปแบบการดำรงชีวิตของบุคคลรวมถึงกิจกรรมความสนใจ และความคิดเห็น (Peter and Olson, 2008:535) ในการศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต จะศึกษาตัวแปรด้านรูปแบบการดำรงชีวิต ได้แก่ 1. กิจกรรม (Activities) เช่น การใช้เวลาในกิจกรรมต่างๆ ของชีวิต 2. ความสนใจ (Interests) เช่น กิจกรรมที่สนใจ 3. ความคิดเห็น (Opinions) ตัวแปรทั้ง 3 ประการดังกล่าวเรียกย่อยๆ ว่า AIOs (Activities, Interests and Opinions) ซึ่งกำหนดรูปแบบการดำรงชีวิต

#### 1. ความสำคัญของปัจจัยด้านรูปแบบการดำรงชีวิต ประกอบด้วย

1.1 แนวโน้มของรูปแบบการดำรงชีวิตในปัจจุบันและอนาคต เช่น การเปลี่ยนแปลงบทบาทการซื้อของผู้ชายและผู้หญิง ซึ่งผู้บริโภคสามารถจะเปลี่ยนแปลงได้ทั้งอุปนิสัย รสนิยม และพฤติกรรมการซื้อ

1.2 การนำรูปแบบการดำรงชีวิต ไปใช้เป็นเกณฑ์ ตัวอย่างเช่น บริษัท แบรินด์ได้จัดกิจกรรม Bread summer camp สำหรับนักเรียนที่จะเตรียมตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัย และเห็นว่าการเตรียมร่างกายให้พร้อมเป็นสิ่งสำคัญในการเตรียมตัวสอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัย โดยทำให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญของแบรินด์ ในฐานะสินค้าเพื่อสุขภาพ

2. การวัดลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิต (Measuring lifestyle characteristics) ลักษณะของรูปแบบการดำรงชีวิตนั้นเป็นเครื่องมือที่นักการตลาดใช้สำหรับวัดพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคและชนิดของผลิตภัณฑ์ เช่น อุตสาหกรรมอาหารควรเน้นอาหารลดน้ำหนัก อุตสาหกรรมเสื้อผ้าควรเน้นเรื่องแฟชั่น นักวิจัยต้องคาดคะเนลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตให้แม่นยำ เช่น ผู้บริโภคในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ โดยการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ก็จะต้องใช้กิจกรรม ความสนใจ หรือความคิดเห็น (AIO) เพื่อพัฒนาคำถามเกี่ยวกับลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตเป็นเกณฑ์ในการวัดรูปแบบการดำรงชีวิตให้มีลักษณะเฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น

ปณิศา มีจินดา ยังกล่าวถึงการสำรวจผู้บริโภค (Consumer surveys) เป็นการสำรวจค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต [And Lifestyle Survey (VALS)] โดยใช้เกณฑ์ในการจัดประเภทค่านิยมดังนี้

1. การจัดประเภทตามลักษณะค่านิยม สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1. ค่านิยมปลายทาง (Terminal values) และ 2. ค่านิยมที่เป็นเครื่องมือ (Instrumental values)
2. การจัดกลุ่มค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต โดยแบ่งลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป

ส่วนตลาดตามค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต สามารถจำแนกออกได้เป็น 8 กลุ่ม ซึ่งกลุ่มเหล่านี้มาจาก 2 ทรรศนะ โดยแกนตั้งเกี่ยวข้องกับทรัพยากรเช่นรายได้ การศึกษา ระดับพลังงาน และความต้องการซื้อ ส่วนแกนนอนจะเกี่ยวกับการมุ่งที่ตนเอง (Self-orientation) 3 ประการ คือ 1. อุดมการณ์ (Ideals) คนที่มุ่งที่อุดมการณ์จะขึ้นอยู่กับระบบความเชื่อในการตัดสินใจซื้อ โดยไม่สนใจบุคคลอื่น 2. ความสำเร็จ (Achievement) คนที่มุ่งความสำเร็จจะสนใจการแข่งขันจะสนใจว่าเพื่อนจะคิดอย่างไรเกี่ยวกับการตัดสินใจของตน 3. การแสดงออกส่วนตน (Self-expression) คนที่มุ่งการแสดงออกส่วนตนมักจะซื้อด้วยอารมณ์และความพึงพอใจจากผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งจะได้อีกกลุ่มตามค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต (VALS) เป็น 8 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. ผู้มีนวัตกรรม (Innovators) เป็นกลุ่มที่มีความสำเร็จในชีวิต มีรายได้และมีทรัพยากรเป็นจำนวนมากทำให้สามารถพึ่งพาตัวเองได้ (Self orientation) เป็นกลุ่มที่ยึดถือการกระทำ มีความ

เชื่อมั่นในตนเองสูง มีการศึกษาสูงให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ เพื่อแสดงถึงรสนิยม การแสดงออก และความเป็นอิสระ มีความสนใจสังคมรอบด้านและพร้อมเปิดรับการเปลี่ยนแปลง

2. ผู้ที่เป็นนักคิด (Thinkers) มีความมั่งคั่งสูง มีการศึกษาสูง มีหลักการ มีวุฒิภาวะ มีความรู้กว้างขวาง จะเน้นกิจกรรม และพร้อมรับข่าวสารใหม่ๆ สถานะการเงินสูง

3. กลุ่มผู้ที่ประสบความสำเร็จ (Achievers) เป็นมั่งคั่ง มีการศึกษาดี มีแนวทางการเมืองแบบดั้งเดิม มุ่งทำงานถึงความสำเร็จ แสวงหาความพอใจจากงานและครอบครัว ถือภาพลักษณ์ของตนเองเป็นสิ่งสำคัญ นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงภาพลักษณ์ด้านความสำเร็จของตน เพื่อให้ได้รับการยกย่องจากเพื่อนร่วมงาน

4. กลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์ (Experiencers) เป็นกลุ่มที่มีทรัพยากรมาก กระตือรือร้น ชอบกีฬาการออกกำลังกายและกิจกรรมทางสังคม ชอบแสวงหาความหลากหลายและความตื่นเต้น ชอบสินค้าแฟชั่นและนวัตกรรมใหม่

5. ผู้ที่ยึดถือ (ยึดมั่น) ในหลักการ (Believers) ยึดถือตามธรรมเนียมที่เคยทำกันมา สถานะการเงินพอประมาณ การศึกษาน้อย เชื่อในหลักศีลธรรม และไม่ชอบใช้สินค้าที่นิยมซื้อตราที่มีชื่อเสียง

6. กลุ่มผู้มีความพยายาม (Strivers) ประกอบด้วย บุคคลที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ แต่มีกำลังน้อยกว่า คนกลุ่มนี้จึงมีความพยายามเพื่อให้ประสบความสำเร็จเหมือนบุคคลที่เป็นแบบอย่างของตน ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีฐานะสูงกว่าตนโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเช่นเดียวกับกลุ่มเหล่านั้น

7. กลุ่มผู้ปฏิบัติการ (Makers) เป็นกลุ่มที่มีกำลังน้อย ช่วยเหลือตัวเองได้ มีแนวคิดเรื่องครอบครัวและการเมืองแบบดั้งเดิมมีความพอใจในตัวเอง นิยมการพักผ่อนและการซื้อสินค้าที่เรียบง่าย

8. กลุ่มผู้ที่ต่อสู้ดิ้นรน (Strugglers) ประกอบด้วย บุคคลที่ต้องต่อสู้ดิ้นรน โดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความมั่นคงของครอบครัว เพราะมีรายได้ต่ำ ส่วนมากมักเป็นผู้ใช้แรงงานที่ได้รับการศึกษาน้อย มักจะคำนึงถึงความสามารถในการดำรงชีพ มีอุปสงค์และความต้องการสูง แต่รายได้อาจจำกัด จึงไม่สามารถแสดงความต้องการส่วนตัวที่เด่นชัดได้ กลุ่มนี้จึงเป็นผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อด้วยความระมัดระวัง ต้องใช้เหตุผล และจะซื้อเฉพาะสินค้าที่จำเป็นต่อการยังชีพ

ปณิศา มิจินดา กล่าวถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีวิตมีดังนี้

1. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีวิตของคนไทยและผู้บริโภคทั่วโลก คนไทยเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีวิต โดยเฉพาะค่านิยมในการดำรงชีวิตดังนี้

- 1.1 การเปลี่ยนแปลงบทบาทการซื้อของผู้ชาย/ผู้หญิง (Changes in male/female purchasing roles)
- 1.2 การเปลี่ยนแปลงบทบาทการซื้อของผู้หญิง (Changes in female purchasing roles)
- 1.3 บทบาทผู้ชาย/ผู้หญิงทั่วโลก (Aglobal male/female roles)
2. ทักษะคติต่อสุขภาพและโภชนาการ (Evolving attitudes toward health and nutrition)
  - 2.1 ผู้บริโภครู้สึกถึงสุขภาพและบุคลิกภาพที่ดี (The health-and fitness-conscious consumer)
  - 2.2 รูปแบบการดำรงชีวิตที่ตามใจตนเองมากขึ้น (A more self-indulgent lifestyle)
3. รูปแบบการดำรงชีวิตเน้นการอยู่บ้านมากขึ้น (A more home-oriented lifestyle)
  - 3.1 การทำงานที่บ้านเพื่อพักผ่อน (Leisure)
  - 3.2 การทำงานที่บ้าน (Working at home)
4. ความกดดันด้านเวลาที่มีมากขึ้น (Greater time pressures)
5. ผู้บริโภคดูแลตัวเองมากขึ้น (Growing consumer self-awareness)
6. รูปแบบการดำรงชีวิตที่มุ่งประหยัดและมุ่งที่คุณค่า (A more frugal and value-oriented)
7. บทบาทของอินเทอร์เน็ตมีผลกระทบต่อรูปแบบการดำรงชีวิต (The role of the internet in affecting lifestyles)

Morrison (1989 อ้างถึงใน สุวีริณัสนัญ โสภณศิริ, 2554, หน้า 113) กล่าวว่ารูปแบบในการดำเนินชีวิต หมายถึง วิธีในการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวซึ่งวัดได้จากกิจกรรมส่วนใหญ่ที่พวกเขาชอบทำ (กิจกรรม) สิ่งที่เขาเห็นว่ามีความสำคัญ (ความสนใจ) และความรู้สึกที่เขามีต่อตัวเองและสิ่งต่างๆ รอบตัว (ความคิดเห็น) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ วัฒนธรรมย่อย ชนชั้นทางสังคม แรงจูงใจ บุคลิกภาพ อารมณ์ ค่านิยม ช่วงชีวิต วัฒนธรรม และประสบการณ์ในอดีต อาจกล่าวได้ว่าเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นชายย่อมมีรูปแบบในการดำเนินชีวิตต่างกับนักท่องเที่ยวหญิง ดังนั้นพวกเขามีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชายอาจจะสนใจกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนเขา หรือขับเจ็ทสกี ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงอาจจะต้องการใช้เวลาอยู่ในสปาเพื่อผ่อนคลายก็เป็นได้ นักวิชาการด้านการตลาดยอมรับว่ารูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในหลายๆด้าน ตั้งแต่การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวไปจนถึงการเลือกกิจกรรมที่ทำในระหว่างที่กำลังท่องเที่ยว (Naylor & Kleiser 2002)

นชกฤต วันตะเมธ (2555, หน้า 100-101) กล่าวถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลยังเป็นการแสดงถึงกิจกรรมของแต่ละบุคคล (Activities) , (Interests) และ (Opinion) ซึ่งนักสื่อสารการตลาดจะนิยมทำการศึกษาริยกว่า AIO คือ ด้านกิจกรรม (Activity) ด้านความสนใจ(Interest) และด้านความคิดเห็น (Opinion) (Plummer, 1974) กิจกรรมจะหมายถึงวิธีการที่บุคคลใช้เวลาในกิจกรรมต่างๆอย่างไรบ้างความสนใจหมายถึงความสนใจหรือความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ส่วนความคิดเห็นคือการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติเกี่ยวกับตนเองและประเด็นแวดล้อมรอบ ๆ ตัวอย่างไร โดย Plummer (1974 : 33) ได้แนะนำว่า ในการวัดนั้นจะเป็นการคิดคำบรรยาย (Statements) ที่พัฒนาขึ้นมาจากกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นของผู้บริโภค ซึ่งอาจจะเป็นการบรรยายโดยกว้างหรือเฉพาะเจาะจงก็ได้ โดยให้ผู้บริโภคเลือกตอบในลักษณะมาตรประมาณค่าแบบ Likert Scale ตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แล้วนำมาทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยจัดกลุ่มผู้บริโภคที่มีความคล้ายคลึงกัน (Communality) อยู่ในกลุ่มเดียวกัน แล้วผู้วิจัยจะกระทำการตั้งชื่อกลุ่มแต่ละกลุ่มที่จัดออกมาให้เหมาะสมกับกลุ่มนั้น ๆ ก็จะได้กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค สำหรับในประเทศไทยได้มีการนำแนวคิดของรูปแบบการดำเนินชีวิตดังกล่าวกับมาศึกษากับผู้บริโภคด้วยเช่นกัน ดังเช่นในงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ ศรีกตัญญู (2540) ซึ่งได้ทำการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเงินเนอเธอร์แลนด์ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าสามารถแบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเงินเนอเธอร์แลนด์ในกรุงเทพมหานคร ออกเป็น 6 กลุ่ม คือ กลุ่มรักสวยรักงาม กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มเด็กเรียน กลุ่มเอาแต่ตนเอง กลุ่มนักฝัน และกลุ่มรักบ้าน นอกจากนี้จากการศึกษาของนทีรัช เกรียงชัยพร (2545) ซึ่งได้นำแนวคิดตามทฤษฎี AIO นี้ไปศึกษากับผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร ก็พบว่าสามารถแบ่งออกเป็น 14 กลุ่มคือ กลุ่มที่มีความสุขกับตัวเองและสังคม กลุ่มรักการทำงาน กลุ่มรักความหรูหรา กลุ่มทันสมัย กลุ่มชอบความท้าทาย กลุ่มพึงพอใจในตนเอง กลุ่มสนใจการเมือง กลุ่มทำตามกฎเกณฑ์ของสังคมกลุ่มลิ้นหาว กลุ่มสังสรรค์สนทนา กลุ่มหัวสมัยใหม่ กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มชีวิตเร่งรีบ และกลุ่มรักกีฬาเป็นต้น

กล่าวโดยสรุป วิถีชีวิต (lifestyle) หมายถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม (activities) ความสนใจ (interests) และความคิดเห็น โดยวิถีชีวิตของแต่ละบุคคลจะมีเอกลักษณ์ของตนที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นๆ ซึ่งกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น และกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้บริโภคเลือกกระทำตามวิถีชีวิตของตน จะมีผลทำให้พฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคลแตกต่างกันด้วย

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

พุทธรัศมี ปรานนอก (2562, หน้า 7-8) กล่าวว่า วัด เป็นคำภาษาไทยที่ใช้เรียกสถานที่ทางศาสนา ซึ่งโดยปรกติจะมีโบสถ์วิหารและที่อยู่ของพระสงฆ์หรือนักบวชเป็นต้น ที่มาของคำนี้ ยังไม่สามารถหาข้อยุติได้ว่ามีที่มาจากอะไร มีแต่ทัศนะของนักวิชาการต่างๆ ที่จะพยายามอธิบายที่มาของคำว่า วัด แตกต่างกันไป ว่า วัด เป็นคำเรียกชื่อศาสนสถานแบบคำไทย ที่มาของคำว่า วัด นี้ยังไม่มีข้อยุติ บางท่านอธิบายได้ว่ามาจากคำว่า วตวาในภาษาบาลี แปลว่าเป็นที่สนทนาธรรม บ้างก็มาจากวัตร อันหมายถึง กิจปฏิบัติหรือหน้าที่ของพระภิกษุที่พึงกระทำ หรือแปลอีกอย่างหนึ่งว่า การจำศีลซึ่งวัด (วัตร) ตามนัยนี้จึงน่าจะหมายถึงสถานที่ซึ่งพระภิกษุสงฆ์ใช้เป็นจำที่เสีภาว หรือสถานที่ที่พระภิกษุสงฆ์ใช้ปฏิบัติภารกิจที่พึงกระทำนั่นเอง ในความรู้สึกของพุทธศาสนิกชน เมื่อกล่าวถึงวัดมักจะปรากฏภาพการเป็นสถานที่อยู่ของพระภิกษุสามเณรในพุทธศาสนา อันเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และเป็นสถานที่ใช้ประกอบกิจกรรมสำคัญทางพุทธศาสนาของชาวพุทธ แต่ในความเป็นจริงแล้วคำว่า วัด เป็นคำที่ใช้กันในภาษาไทย หากพิจารณาจากรากศัพท์ในภาษาบาลี คำว่า วัด จะปรากฏใช้จำนวน 3 ข้อดังต่อไปนี้

1. คำว่า อาราม ตามรากศัพท์ภาษาบาลี แปลว่า สถานที่น่านั่งหรือน่าอยู่แต่ถ้าว่าถ้อยเอาความหมายตามที่เข้าใจโดยทั่วไป คำว่า อาราม หมายถึง วัด ,สวนเป็นที่น่านั่ง เพราะเริ่มต้นกำเนิดของวัดในพุทธศาสนานั้นเกิดจากความนิยมในการถวายสวนให้เป็นที่อยู่ของพระภิกษุสามเณร เช่น พระเจ้าพิมพิสารที่ถวายสวนไม้ไผ่แก่พระพุทธเจ้าและคณะสงฆ์ จนเป็นวัดแห่งแรกในประวัติศาสตร์ของพุทธศาสนา จนได้ชื่อว่า วัดเวฬุวัน ที่หมายถึงสวนไผ่ เช่นเดียวกับท่านอนาถบิณฑิกเศรษฐีได้ถวายสวนมะม่วงเพื่อให้เป็นวัด จนชื่อว่า เขตวัน เป็นต้น คำว่า อารามนี้ นิยมนำมาใช้ในการตั้งชื่อของวัดในภาษาไทย เช่น วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดอินทาราม วัดอนงคาราม เป็นต้น

2. คำว่า อาวาส ตามรากศัพท์ภาษาบาลี แปลว่า ที่อยู่ เพราะคำนี้มีความหมายใช้แทนคำว่า เรือน หรือ ที่พักได้ เช่นคำว่า พุทธवास คือ ที่ประดิษฐาน (ที่อยู่) พระพุทธรูปสังฆาวาส คือ ที่อยู่ของพระสงฆ์ หรือหมายถึง วัด ที่ประกอบด้วยอาคารต่างๆ เช่น โบสถ์ วิหาร โดยปกติ คำว่า อาวาส ไม่เป็นที่นิยมใช้กันในความหมายว่า วัด เพราะนิยมนำไปใช้กับความหมายที่แคบกว่าคำว่า อาราม โดยมักให้ความหมายของคำว่า อาวาส นี้ในเชิงที่เป็นตัวเรือนที่อยู่อาศัยมากกว่า อาวาสจึงเสมือนเป็นที่อยู่ส่วนย่อยภายในอารามที่หมายถึง พื้นที่ที่เป็นศาสนสถานทั้งเขต ชาวบ้านทั่วไปมักจะไม่คุ้นเคยกับการใช้คำนี้เหมือนคำว่า อาราม และคำว่า วิหาร แต่มักใช้ในความหมายของพระผู้ที่ทำหน้าที่ปกครองวัด เช่น คำว่า เจ้าอาวาส อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีการตั้งชื่อวัดบางแห่งด้วยคำนี้เช่นเดียวกัน เช่น วัดมิ่งกรมลาวาส เป็นต้น

3. คำว่า วิหาร หมายถึง วัด ที่อยู่ของพระสงฆ์; ที่ประดิษฐานพระพุทธรูป คู่กับ โบสถ์ มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า อาวาส ซึ่งแปลว่าที่อยู่ แต่มีความหมายพะลงไปถึงสิ่งปลูกสร้างเป็นหลัง คำนี้ใช้ในความหมายของคำว่า วัดในภาษาไทยที่จะปรากฏคำว่า วิหาร ท้ายชื่อของวัด เช่น วัดบวรนิเวศวิหาร วัดราชาธิวาสราชวิหาร เป็นต้น

พุทธรัศมี ปรานนอก (2562, หน้า 19-20) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนามีจุดเริ่มต้นมาจากการแสวงบุญ (Devout Pilgrims) ของผู้ที่มีความศรัทธาในศาสนาหรือเทพเจ้าไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตามจุดประสงค์ในการเดินทางของมนุษย์ทำให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยผู้ที่สนใจเส้นทางท่องเที่ยวนั้นอาจจะไม่ใช่ผู้ที่มีความนับถือหรือศรัทธาในศาสนาใดๆ แต่ต้องการเดินทางเพื่อความใฝ่รู้ หรือศึกษาความแตกต่างทางศาสนา การท่องเที่ยวเชิงศาสนาจึงเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการทางจิตวิญญาณและความต้องการในการศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อและศาสนา ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสงบสุขทางจิตใจจากการปฏิบัติธรรม หรือประกอบกิจกรรมในเทศกาลต่างๆทางศาสนา ณ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชม หรือการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการที่ชวนชมภูมิทัศน์ที่สวยงาม ณ ศาสนสถาน และการค้นหาประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม

พุทธรัศมี ปรานนอก ยังกล่าวถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาต่างๆ เช่นวัด โบสถ์ วิหาร เป็นสถานที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวจำนวนมากด้วยคุณค่าทางจิตวิญญาณ คุณค่าของความเป็นที่ศึกษาและวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนานับวันจะยิ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และกลายเป็นหนึ่งในตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเน้นในคุณค่าและความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาโดยมีวัดเป็นศูนย์กลาง เพราะประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของพุทธศาสนานิกายเถรวาท สัญลักษณ์สำคัญของพุทธศาสนาคือวัด ซึ่งเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือบริเวณที่ประกอบด้วยอาคารสิ่งก่อสร้างถาวรวัตถุต่างๆ เพื่อสักการะและบำเพ็ญศาสนกิจ รวมทั้งสิ่งก่อสร้างที่เป็นที่อยู่ของพระสงฆ์ ในสมัยโบราณเมื่อแรกมีศาสนา การประกอบพิธีกรรม หรือกิจกรรมทางศาสนา อาจไม่จำเป็นต้องมีอาคารที่ถาวร แต่เป็นที่กำหนดขอบเขตหรือใช้สถานที่ที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรืออาคารที่มีอยู่แล้วตามจำเป็นและความเหมาะสมต่อสถานการณ์ เมื่อศาสนาได้รับความนับถือแพร่หลายมีนักบวชในศาสนามากยิ่งขึ้น ศาสนสถานกลายเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องก่อสร้างขึ้นอย่างถาวรและประเพณีตามประเพณีที่ถือปฏิบัติกันตามคตินิยมของแต่ละศาสนา ทิวทางวัฒนธรรมที่มีภายในวัดดังที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น ไม่ได้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่เป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ทางจิตใจ และเป็นศูนย์รวมของวิถีการ



ดำรงชีวิตของชาวพุทธในอดีต แต่ในยุคปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทำให้วิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์ตกอยู่ภายใต้ระบบเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงทำให้องค์กรทางสังคมต่างๆ ต้องปรับตัวไปตามกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกดังกล่าวแล้ว วัดซึ่งเป็นสถานบันทางพุทธศาสนาก็ได้ปรับเปลี่ยนบทบาทจากศูนย์กลางทางศาสนาสู่การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงศาสนาจึงประกอบไปด้วย (1) การจาริกแสวงบุญ (2) การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (3) ความต้องการทางจิตวิญญาณ (4) ความต้องการศึกษาทางศาสนา (5) ความเชื่อ (6) ความสงบสุข (7) กิจกรรมนันทนาการ (8) ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม (9) ร่วมศาสนพิธี (10) การปฏิบัติธรรม

ปีนเพชร จำปา (2545) กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาไว้ว่า การเดินทางไปยังพุทธศาสนสถานใดๆ โดยมีจุดมุ่งหมาย 3 ประการดังนี้

1. เป็นการเดินทางไปเพื่อบำเพ็ญวัตถุ 10 อย่างใดอย่างหนึ่ง คือ
  - 1.1 ทานมัย คือ ทำบุญด้วยการให้
  - 1.2 ศีลมัย คือ ทำบุญด้วยการรักษาศีลพฤติกรรม
  - 1.3 ภาวนามัย คือ ทำบุญด้วยการเจริญภาวนา
  - 1.4 อปจายมัย คือ ทำบุญด้วยการประพุดิอ่อนน้อม
  - 1.5 เวชยาวัจจมัย คือ ทำบุญด้วยการช่วยขวนขวายการรับใช้
  - 1.6 บัณฑิตทานมัย คือ ทำบุญด้วยการแบ่งความดีให้ผู้อื่น
  - 1.7 บัณฑิตานุโมทนามัย คือ ทำบุญด้วยความยินดีของผู้อื่น
  - 1.8 ธรรมสสวนมัย คือ ทำบุญด้วยการฟังธรรม
  - 1.9 ธรรมเทศนามัย คือ ทำบุญด้วยการสั่งสอนธรรม
  - 1.10 ทิฏฐชุกัมม คือ ทำบุญด้วยการทำความเห็นให้ตรงกัน

2. เป็นการเดินทางไปเพื่อสักการะและปฏิบัติธรรม

3. เป็นการเดินทางไปเพื่อเข้าร่วมศาสนพิธี งานเทศกาลประเพณีต่างๆ เช่น การไป

ทอดกฐิน ตักบาตร เป็นต้น

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2554, หน้า 99) กล่าวถึง นักท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious tourists) ไว้ว่า ปัจจุบันการเดินทางลักษณะนี้จะรวมกิจกรรมอื่นนอกจากกิจกรรมทางศาสนาอยู่ด้วย ตัวอย่างของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยเหตุผลนี้เช่นนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมพิธีอัญ ฉ เมืองเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ซึ่งชาวมุสลิมในหลายประเทศเดินทางไปเข้าร่วม ตัวอย่างในปี ค.ศ. 1996 ที่มีชาวมุสลิม เฉพาะจากประเทศอินโดนีเซียประมาณ 200,000 คนเข้าร่วมพิธี ชาวมุสลิมที่มีกำลังความสามารถที่จะเดินทางไปประกอบพิธีอัญ ฉ เมืองเมกกะ มักจะเดินทางเข้าร่วมอย่างน้อย 1 ครั้ง

ในชีวิต ศาสนาอื่น ๆ ก็เช่นกัน ผู้ที่นับถือศาสนานั้นๆ มักจะมีความเชื่อในการทำกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งรวมถึงการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือประกอบพิธีกรรม อย่างไรก็ตามก็ดีกิจกรรมบางอย่างได้ลดความนิยมไปเนื่องจากจำนวนผู้ที่นับถือศาสนาหรือความเชื่อนั้นลดลง สถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาไม่ได้มีเพียงผู้ที่นับถือศาสนานั้นเท่านั้นที่เข้าเยี่ยมชม หากแต่นักท่องเที่ยวอื่นๆ ยังสนใจเข้าชมความงามหรือเข้าไปพักผ่อนหรือสงบจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพสังคมที่วุ่นวายในปัจจุบัน คนต้องการสถานที่เช่น โบสถ์หรือวัดในการพัฒนาสภาพจิตใจให้ดีขึ้น

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงศาสนามีจุดเริ่มต้นมาจากการแสวงบุญของผู้ที่มีความศรัทธาในศาสนา เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตามจุดประสงค์ในการเดินทางของมนุษย์ทำให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยววัฒนธรรมจึงประกอบไปด้วย (1) การจาริกแสวงบุญ (2) การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (3) ความต้องการทางจิตวิญญาณ (4) ความต้องการศึกษาทางศาสนา (5) ความเชื่อ (6) ความสงบสุข (7) กิจกรรมนันทนาการ (8) ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม (9) ร่วมศาสนพิธี (10) การปฏิบัติธรรม

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word of Mouth)

ซูซีย์ สมิททึไกร (2553, หน้า 369) ได้กล่าวว่า การบอกต่อแบบปากต่อปาก หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากผู้อื่น ที่มีประสบการณ์ในการเข้ารับบริการ ซึ่งอาจจะเป็นคำตำหนิ คำแนะนำ หรือคำบอกต่ออื่นๆ ที่เกี่ยวกับการบริการนั้นๆ

ปณิศา มีจินดา (2553, หน้า 411-419) ได้กล่าวว่าการบอกต่อแบบปากต่อปาก หมายถึง การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป ในการสื่อสารแบบกลุ่มจะเป็นการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือและมีอิทธิพลมาก ซึ่งการสื่อสารแบบกลุ่มอาจเกิดขึ้นภายในครอบครัวหรือเพื่อนบ้าน ส่วนการสื่อสารแบบระหว่างกลุ่มนั้นอาจเกิดขึ้น จากกระบวนการแพร่กระจายข้อมูลที่มีอิทธิพลกับผู้รับข่าวสาร

การสื่อสารของกลุ่มเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้อเนื่องจากกลุ่มเป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพล การสื่อสารสองกลุ่มอาจเกิดขึ้นภายในกลุ่มเดียวกัน หรือระหว่างกลุ่มก็ได้ การสื่อสารภายในกลุ่มจะใช้การบอกต่อ (Word-of-mouth) ซึ่งเป็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการระหว่างบุคคล 2 คนขึ้นไป การสื่อสารระหว่างสมาชิกของเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่น่าเชื่อถือและมีอิทธิพลที่สุด โดยการสื่อสารของกลุ่มอาจเกิดขึ้นระหว่างสมาชิกภายในครอบครัวเพื่อนและเพื่อนบ้าน ส่วนการสื่อสารระหว่างกลุ่มจะเกิดขึ้นเมื่อมีกระบวนการแพร่กระจายของข้อมูลซึ่งอิทธิต่อ

ผู้รับข่าวสาร ในบทนี้จะเป็นการอภิปรายถึงการสื่อสาร โดยการบอกต่อและกระบวนการแพร่กระจายโดยมีรายละเอียดดังนี้

การสื่อสารโดยการบอกต่อภายในกลุ่มเป็นข้อมูลหรือบทสนทนาที่ไม่มีอคติและไม่เป็นทางการจากคนใดคนหนึ่งซึ่งมีประสบการณ์เช่น เพื่อน ครอบครัว หรือที่ปรึกษา (Hoffman and Bateson. 2006 : 575) (Schiffman and Kanuk.2007 G-11)

จากคำจำกัดความของการสื่อสารโดยการบอกต่อ จะเห็นได้ว่าเป็นการสื่อสารกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มเป็นกลุ่มปฐมภูมิที่มีความของการสื่อสารโดยการบอกต่อ จะเห็นได้ว่าเป็นการสื่อสารกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มเป็นกลุ่มปฐมภูมิที่มีความสนิทสนมกัน ดังนั้นคำพูดของบุคคลภายในกลุ่มจึงมีอิทธิพลและพลังอำนาจ เนื่องจากผู้บริโภคนั้นจะให้ความสำคัญกับเพื่อนและญาติว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือและไว้วางใจได้ มากกว่าแหล่งข้อมูลทางการค้ากว่านั้น ข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงและกลุ่มครอบครัวจะสามารถลดความเสี่ยงในการตัดสินใจได้โดยมีประเด็นที่อภิปรายดังต่อไปนี้

ลักษณะของการสื่อสารโดยการบอกต่อ (The nature of word-of-mouth communication) นักการตลาดจะต้องกระตุ้นการสื่อสาร โดยการทำให้เกิดการบอกต่อเชิงบวกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1. ชนิดของการสื่อสารโดยบอกต่อ (Types of word -of-mouth communication) การสื่อสารด้วยการบอกต่อจะทำหน้าที่ 2 ประการคือ การให้ข่าวสารและการมีอิทธิพลจูงใจให้เกิดความต้องการข้อมูล ชนิดของการสื่อสารโดยบอกต่อ มีดังนี้

1.1 การสื่อสารโดยการบอกต่อเชิงบวก (Positive word-of-mouth communication) เป็นการบอกต่อสิ่งที่ดีให้กับผู้อื่นเช่น คนในครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประกอบด้วย

1.1.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product news) เป็นเรื่องราวข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ เช่นรูปแบบ ธรรมดาประโยชน์ใหม่ๆ ของผลิตภัณฑ์ สำหรับการท่องเที่ยวอาจเป็นรูปแบบทัศนียภาพ (เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก วัด โบราณสถาน) อาจเห็นจากโฆษณาตามสื่อต่างๆ หรือการบอกเล่า

1.1.2 ประสบการณ์ส่วนตัว (Personal experience) จะสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะหาเหตุผลในการซื้อ โดยอาจมาจากประสบการณ์ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ตรา ซึ่งมีทั้งทางบวกและทางลบ ประสบการณ์ส่วนตัวจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1.2 การสื่อสารโดยการบอกต่อเชิงลบ (Negative word-of-mouth communication) การสื่อสารโดยการบอกต่อเชิงลบจะเกิดขึ้นจากสถานการณ์ดังต่อไปนี้ (1) ผลิตภัณฑ์มีปัญหารุนแรง

ต่อผู้ใช้ (2) ความไม่พอใจต่อผู้ผลิตหรือผู้ค้าปลีก (3) เชื่อว่าการตำหนิหรือหรือการร้องทุกข์โดยตรง จะไม่เกิดผล การบอกต่อเชิงลบมี 2 แบบดังนี้

1.2.1 ประสบการณ์ตรง (Direct experience) เป็นการที่บุคคลสื่อสาร ประสบการณ์ที่ตนได้รับมาโดยตรงเกี่ยวกับความไม่พอใจผลิตภัณฑ์ บริการที่ตนได้รับ ซึ่งอาจเกิด จากการละเลยในการให้บริการของพนักงาน การบริการที่ผิดพลาด การคิดราคาสูงเกินไป หรือ พนักงานไม่สุภาพ เป็นต้น วั้งข้อมูลข่าวสารจากการบอกต่อเชิงลบจากประสบการณ์ตรงของ ผู้บริโภคจะมีอำนาจต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ได้รับฟังข่าวสารการบอกต่อเชิงลบสูง

1.2.2 ข่าวลือ (Rumors) เป็นรูปแบบของการบอกต่อเชิงลบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตรายของ บริษัทซึ่งมีผลกระทบต่อยอดขาย ตัวอย่าง มีผู้นำลิปสติคของเครื่องสำอางยี่ห้อดังมา ทดลองใช้ แล้วพบพบว่ามีการประทายซึ่งเป็นสารก่อมะเร็ง จนกลายเป็นข่าวลือที่ทำให้บริษัทผู้ผลิต เสียหายอย่างมาก บริษัทจะต้องพยายามแก้ไขข่าวลือนั้นด้วยการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง หรือรับรองว่า ลิปสติคนั้น ไม่ได้มีสารประทายที่เป็นข่าว

2. กระบวนการสื่อสาร โดยการบอกต่อ (The process of word-of-mouth communication) เป็นกระบวนการสื่อสาร โดยเริ่มตั้งแต่บุคคลที่เป็นผู้พูดหรือผู้นำความคิด (Opinion leaders) บอกต่อ และมีอิทธิพลทำให้ผู้คล้อยตามหรือทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ กลุ่มที่มีการตัดสินใจซื้อภายหลัง เรียกว่า กลุ่มผู้ตาม (Followers) ซึ่งกระบวนการสื่อสาร โดยการบอกต่อจะมี 2 เส้นทาง คือ

2.1 เส้นทางสื่อสารแบบ 2 ขั้นตอน (Two-step flow of communication) เป็นโมเดลที่แสดงถึงกระบวนการความเข้าใจในอิทธิพลด้านบุคคล ซึ่งเริ่มจากผู้นำความคิด (Opinion leaders) ที่ได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน (Mass media) หรือแหล่งข้อมูล แล้วนำไปบอกต่อ ซึ่งผู้นำความคิดจะมีอิทธิพลทำให้ผู้อื่นคล้อยตามหรือเกิดการตัดสินใจซื้อได้ ดังนั้น ผู้นำความคิดจึงเปรียบเสมือนคนกลางระหว่างสื่อมวลชน (แหล่งข้อ) กับผู้บริโภค ส่วนผู้ที่ตัดสินใจภายหลังเรียกว่า ผู้ตาม (Followers) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากผู้นำความคิดจึงเป็นเสมือนผู้ตามที่เฉื่อยชา (Passive recipients)

2.2 เส้นทางสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multistep flow of communication) เนื่องจากเส้นทางสื่อสารแบบ 2 ขั้นตอนมีข้อจำกัดในการเข้าถึงผู้รับสาร จึงมีการปรับมาใช้ โมเดลเส้นทางสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multistep flow) ในโมเดลนี้สื่อมวลชน (แหล่งข้อมูล) สามารถเข้าถึงผู้คัดกรองข้อมูล (Gatekeepers) ผู้นำความคิด (Opinion leaders) และผู้ตาม (Followers) ได้โดยตรง (แต่อาจเข้าถึงผู้ตามได้น้อยในสื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต)

3. สถานการณ์ในการสื่อสาร โดยการบอกต่อ (Conditions for word-of-mouth communication) การสื่อสาร โดยการบอกต่ออาจไม่ใช่ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับทุกสถานการณ์ หากการ

บอกต่อนั้นขัดกับรูปแบบพฤติกรรมการบริโภคส่วนบุคคล เช่น กลุ่มผู้ที่มีรายได้สูงอาจไม่นิยมเที่ยวในประเทศในประเทศในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เพราะมีคนเที่ยวมากไม่สะดวก แต่จะเลี่ยงไปเที่ยวต่างประเทศที่ๆ มีความสะดวกมากกว่าคือ ต่างประเทศแทน ส่วนในช่วงปีใหม่ (ช่วงพฤศจิกายน-มกราคม) อาจจะหลีกเลี่ยงการเที่ยวต่างประเทศ เช่น จีน หรือ ยุโรป เพราะสภาพอากาศหนาวเกินไป แต่จะไปเที่ยวภาคเหนือหรือภาคอีสานของไทยแทน เป็นต้น

### 3.1 สถานการณ์ในการสื่อสารโดยการบอกต่อจะไม่มีผลสำคัญในกรณีต่อไปนี้

3.1.1 เมื่อผู้บริโภคมีความประทับใจอย่างมากต่อผลิตภัณฑ์ เช่น ผู้บริโภคที่ใช้รถเบนซ์และมีความประทับใจอย่างมากในภาพลักษณ์และการบริการที่ดีเยี่ยมของเบนซ์ ดังนั้นถ้ามีคนมาบอกว่ารถเบนซ์ไม่ดีก็จะไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของคนผู้นั้น

3.1.2 ข้อมูลเชิงลบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีมากพอ เช่น เครือข่ายโทรศัพท์ Thai mobile ที่หาระบบสัญญาณในการติดต่อยาก อีกทั้งมีค่าธรรมเนียมสูง ต่อให้โฆษณาว่าสัญญาณชัดทั่วไทยเช่นไร ผู้ใช้ก็ไม่เชื่อถือ

### 3.2 สถานการณ์ในการสื่อสารโดยการบอกต่อจะมีความสำคัญ ในกรณีต่อไปนี้

3.2.1 ผลิตภัณฑ์ที่สามารถเห็นผลได้ชัดเจน เช่น สินค้าที่สัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของผู้บริโภคโดยตรง ได้แก่ เสื้อผ้า แว่นตา รองเท้า กระเป๋า รถยนต์ บ้าน ซึ่งสินค้าเหล่านี้จะเป็นเครื่องชี้ถึงภาพลักษณ์ของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน

3.2.2 ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะโดดเด่นและสามารถระบุถึงรูปแบบ รสนิยมและบรรทัดฐานส่วนบุคคลได้ง่ายเพราะผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามความชอบ ค่านิยม รสนิยมของตนเช่น ผู้บริโภคที่นิยมใช้กระเป๋า Louis Vuitton

3.2.3 ผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งผู้บริโภคยังไม่มีทัศนคติและความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น เมื่อมีการโฆษณาเปิดตัวผลิตภัณฑ์ อาจใช้ผู้ที่ประสบความสำเร็จมาใช้มาพูดคุยหรือบอกต่อผลการทดลองใช้ ซึ่งทำให้คนที่ไม่สนใจอาจอยากทดลองใช้บ้าง

3.2.4 ผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อระบบความเชื่อถือและบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงเช่น กลุ่มวัยรุ่นที่หากับเพื่อนที่มาจากครอบครัวร่ำรวยก็ต้องใช้สินค้าแบรนด์เนมเหมือนเพื่อนให้ได้รับการยอมรับจากเพื่อนในกลุ่ม

3.2.5 ผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อมักจะพยายามหาข้อมูลจากผู้อื่น (ญาติหรือเพื่อน) เช่นนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีความบกพร่องทางร่างกายจำเป็นต้องหาข้อมูลก่อนการเดินทางอย่างละเอียดมากกว่าคนทั่ว

3.2.6 ผู้บริโภคมักจะปรึกษาและหาข้อมูลมากขึ้นเป็นพิเศษ หากผลิตภัณฑ์มีความเสี่ยงเช่น การทำกรรมเสริมจมูก ก็ต้องมีการหาข้อมูลเพื่อความปลอดภัยของตนเอง

อคุลย์ จาตุรงคกุล และ ดลยา จาตุรงคกุล (2546, หน้า 235-239) ได้กล่าวถึงผู้บริโภค มักจะพึ่งพาผู้อื่น โดยเฉพาะเพื่อนและญาติ และบุคคลในครอบครัวเพื่อหาข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ผู้ที่ทำการให้ข่าวสาร เรียกว่า ผู้ทรงอิทธิพล (Influential) หรือผู้นำทางด้านความคิดเห็น (Opinion Leader) การส่งข่าวสาร ไปให้แก่ผู้บริโภคนี้เป็นไปในรูป ปากต่อปาก คือส่งข่าวจากปากหนึ่งและต่อไปยังปากอื่นต่อไป เมื่อใดที่ผู้บริโภคยอมรับและปฏิบัติต่อการสื่อสารชนิด ปากต่อปาก คำตอบคือ อิทธิพลของตัวบุคคลในรูปของการเป็นผู้นำทางด้านความเห็นซึ่งเกิดเมื่อบุคคลหนึ่งมีอิทธิพลต่อความเห็นของผู้อื่น จะมีขึ้นได้เมื่อมีสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งดังนี้

1. ผู้บริโภคมีข่าวสารไม่เพียงพอที่จะทำการเลือกซื้อได้
2. สินค้าสลับซับซ้อน และยากที่ประเมินค่าโดยใช้เกณฑ์ที่มีเหตุผลมีผล ดังนั้น

ประสบการณ์ของผู้อื่นจึงเป็นเสมือน ลองแทนเรา

3. บุคคลไม่มีความสามารถที่จะประเมินสินค้าหรือบริการ แม้ว่าจะมีข่าวสารพร้อมก็

ตาม

4. แหล่งข่าวอื่น ๆ ได้รับการนิยามมีความน่าเชื่อถือได้ต่ำ
5. บุคคลผู้ทรงอิทธิพลมีทางไปสู่แหล่งข่าวอื่น ๆ จนกระทั่งสามารถให้การปรึกษา

ได้โดยประหยัดเวลาและความพยายาม

6. มีการผูกพันทางสังคมอย่างแข็งแกร่งระหว่างผู้แพร่ข่าวกับผู้รับข่าว
7. บุคคลมีความปรารถนาแรงกล้าเกี่ยวกับการยอมรับของสังคม

อิทธิพลของสังคมโดยผ่าน ปากต่อปาก

ณ จุดนี้เรากำลังพิจารณาเกี่ยวกับอิทธิพลของสังคมสู่ผู้บริโภคในตลาด นักการตลาดเป็นผู้ก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภค ข้อเท็จจริงก็คือผู้บริโภคเองก็สื่อสารซึ่งกันละกัน และมีอิทธิพลเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเช่นกัน

สายใยของคำพูดปากต่อปาก (The web of Word-of-Mouth) การซื้อสินค้าสะท้อนให้เห็นแบบแผนของการสื่อสารทางสังคม ภายในกลุ่มต่าง ๆ บุคคลที่พูดถึงเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มักเป็นบุคคลที่ซื้อผลิตภัณฑ์

สิ่งสำคัญก็คืออิทธิพลของผู้บริโภคในเรื่องการสื่อสาร แบบปากต่อปากมีพลังหรืออำนาจแค่ไหนจะพบว่าส่วนมากมีสภาพเป็น วิธีการ มากกว่า คือมีการเข้าร่วมถกปัญหากันอย่างอิสระและมีความสนุกสนานรื่นเริงด้วยวิธีของผู้บริโภคดังกล่าว ไม่ว่าจะก่ออิทธิพลต่อพฤติกรรมหรือไม่ก็ตาม การถกปัญหากันในหมู่ผู้บริโภคสามารถทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับทางเลือกผลิตภัณฑ์และบริการ และมีโอกาสบอกผู้อื่นเกี่ยวกับความคิดเห็นและประสบการณ์ด้วย

อิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปาก



1. การเปรียบเทียบกับสื่ออื่น โดยปกติอิทธิพลจากตัวบุคคลมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมมากกว่าการโฆษณาหรือแหล่งข่าวอื่นที่นักการตลาดใช้อยู่
2. การสนทนาที่เริ่มต้นได้ทั้งจากฝ่ายแหล่งข่าวสารผู้แสวงหาข่าวสาร คำพูดแบบปากต่อปากเริ่มต้นได้ทั้งจากแหล่งข่าวสารและจากผู้แสวงหาข่าวสาร และโดยปกติอิทธิพลจะมีสูงมากถ้าฝ่ายผู้แสวงหาข่าวสารเป็นผู้เริ่มต้น
3. ข่าวสารในทางบวกและข่าวสารในทางลบ ส่วนใหญ่คำพูดแบบปากต่อปากมักเป็นไปในทางลบเพราะข่าวสารจากนักการตลาดให้แต่ในทางบวก จนทำให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อพยายามแสวงหาสิ่งที่แตกต่างกันออกไป และผู้ซื้อที่ไม่พอใจอยู่แล้วในก็มีส่วนในการให้ข่าวสารไปด้วย
4. ข่าวสารที่อยู่ในรูปคำพูดและในรูปของภาพ ข่าวสารอาจจะเป็นไปในรูปของภาพได้ เช่นการแสดงตัวสินค้าให้ดูจริงๆ ซึ่งก็ทำให้เกิดอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อความรู้ตัวและยังเป็นการกระตุ้นความสนใจในทางตรงกันข้ามข่าวสารที่สื่อสารกันในรูปคำพูดก็มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อความนึกคิดและการประเมินค่าโดยสรุปแล้วทั้งคำพูดและภาพมักทำงานร่วมกัน

กล่าวโดยสรุป การบอกต่อแบบปากต่อปาก หมายถึง การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป จากผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรง เป็นการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือและมีอิทธิพลมาก บริการ ซึ่งอาจจะเป็นคำตำหนิ คำแนะนำ หรือคำบอกต่ออื่นๆที่เกี่ยวข้องที่ได้รับข้อมูลมา

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุซวัต สากยะ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศูนย์วีปัสสนาสาครไร่เจริญตะวันออกจังหวัดเชียงรายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาบริบท และศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศูนย์วีปัสสนาสาครไร่เจริญตะวันออก 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจและการรับรู้สื่อความหมายของผู้มาเยือนในศูนย์วีปัสสนาสาครไร่เจริญตะวันออก 3) เพื่อกำหนดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศูนย์วีปัสสนาสาครไร่เจริญตะวันออก พบว่า ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาจัดอยู่ในระดับมาก ด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มาเยือนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ด้านแรงจูงใจในการมาเยือนในศูนย์วีปัสสนาสาครไร่เจริญตะวันออก ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ต้องการเยี่ยมชมสถานที่ ต้องการฟังธรรมเทศนาจากท่านพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ด้านการรับรู้ของผู้มาเยือนที่มีต่อระบบสื่อความหมายในศูนย์วีปัสสนาสาครไร่เจริญตะวันออกอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้มาเยือนเข้าใจในปริศนาธรรมต่าง ๆ ที่อยู่ในไร่เจริญตะวันออก แต่ยังมีผู้มาเยือน

หลายท่านที่ไม่เข้าใจในปริศนาธรรมต่าง ๆ ด้านรูปแบบ I4As พบว่า ระบบสื่อความหมาย (I: Interpretation) คำโครงเรื่องในการสื่อความหมายหลักคือ “ไร่เชิญตะวัน : ไร่บุญแห่งปัญญา” โดยมีการปรับปรุงด้านการสื่อความหมายโดยใช้ตัวสื่อกลางในการช่วยอธิบายตัวสื่อความหมาย หรือปริศนาธรรมในไร่เชิญตะวัน ส่วน 4As ได้แก่ ด้านดึงดูดใจ (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และด้านกิจกรรม (Activity) ควรพัฒนาเพิ่มเติมและปรับปรุงตามความเหมาะสมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศูนย์วิปัสสนาสากล ไร่เชิญตะวัน

ธนิดา คงชัย (2559) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย : ในบริบทเทศกาลดนตรี โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวงานเทศกาลกับการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข่าวสารงานเทศกาลดนตรี (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวงานเทศกาลดนตรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย (4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวงานเทศกาลดนตรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย (5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวงานเทศกาลดนตรีกับการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยร่วมงานเทศกาลดนตรีเพศชายและเพศหญิง อายุตั้งแต่ 15-59 ปี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) มีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์จากงานเทศกาลดนตรี ผลการวิจัยสรุปได้ว่า จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นสามารถจัดกลุ่มผู้ใช้งานที่วีนออนไลน์ได้ 7 กลุ่ม (1) กลุ่มนักกิจกรรมบันเทิง (2) กลุ่มรักเมืองไทย (3) กลุ่มการเรียนรู้คู่กระแส (4) กลุ่มการแสวงหาสิ่งใหม่ (5) กลุ่มใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (6) กลุ่มพึงพอใจในตนเอง (7) กลุ่มความคิดสมัยใหม่ ซึ่งผลการทดสอบสมมุติฐาน คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเปิดรับข่าวสารเทศกาลดนตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 การเปิดรับข่าวสารเทศกาลดนตรีจากสื่อใหม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 พฤติกรรมการ

ตัดสินใจท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์จากงานเทศกาลดนตรี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เคชา (2561) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมวิธี (Mixed research method) มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ (1) เพื่อศึกษาการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาะฮ่องกงในแนวคิด 20 สุดยอดสถานที่มงคลในเกาะฮ่องกง (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงศาสนาบนเกาะฮ่องกง และ (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วยมัคคุเทศก์ชาวไทยจำนวน 3 คน และเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำนวน 2 คน ประชากรของการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังพุทธสถานจำนวน 5 แห่งบนเกาะฮ่องกง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview script) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาะฮ่องกงในแนวคิด 20 สุดยอดสถานที่มงคลในฮ่องกงมี 5 องค์ประกอบ คือ สิ่งที่น่าสนใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก ในด้านพฤติกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมายังพุทธสถานบนเกาะฮ่องกง ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 3 วัน 2 คืน ส่วนใหญ่เดินทางมายังเกาะฮ่องกงในวันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาลต่าง ๆ และเดินทางมากับเพื่อน กลุ่มตัวอย่างเดินทางมากับรถของบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด ส่วนใหญ่เดินทางมาวัดหวังต้าเซียน และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกว่า 500 บาทต่อหนึ่งวัน นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพุทธสถานที่ฮ่องกงมีแรงจูงใจในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีระดับแรงจูงใจสูงสุด คือ แรงจูงใจทางกายภาพ รองลงมา คือ แรงจูงใจทางศาสนา แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียงและแรงจูงใจระหว่างบุคคลตามลำดับ

รัตนาวดี ศิริวรรณ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสิงห์บุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสิงห์บุรี และ (2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสิงห์บุรี การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 184,089 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ

เฉพาะเจาะจง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และสถิติทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบเปรียบเทียบ เป็นรายคู่ตามวิธีของเซฟเฟ ผลการศึกษา พบว่า (1) ท้องเที่ยวเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว พร้อมกับครอบครัว เพื่อกราบไหว้สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เคยมาร ประมาณ 2-3 ครั้ง (2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสิงห์บุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าแรงจูงใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านจิตวิทยาความเชื่อในศาสนา ด้านสถานภาพและเกียรติยศชื่อเสียง และสุดท้าย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ตามลำดับ

ธนิกานต์ มะรินทร์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ของประชากรศาสตร์ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาอย่าง ยั่งยืน กรณีศึกษา: วัดสมานรัตนาราม จังหวัดฉะเชิงเทรา งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการรับรู้ของชุมชนที่มีต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว เชิงศาสนาได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมวัฒนธรรม ตลอดจนด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวัดสมานรัตนาราม จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากสมาชิกในชุมชน จำนวน 245 ราย ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ Independent t-Test กับ One-Way ANOVA ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกในชุมชนมีการรับรู้ผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนาอยู่ในเชิงบวกได้แก่ด้านสังคมวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม แต่ในขณะที่ด้านเศรษฐกิจ สมาชิกในชุมชนมีการรับรู้ถึงผลกระทบเชิงลบ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะส่วนบุคคลของสมาชิกในชุมชน ได้แก่ เพศ อายุสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาเดิม มีผลต่อการรับรู้ผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ผลที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้สามารถช่วยชี้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อลดผลกระทบการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ส่งผลถึงในเชิงลบและช่วยส่งเสริม ผลกระทบการท่องเที่ยวในเชิงบวกอีกทั้งไม่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในชุมชน

มหามงคล หวังนอก (2562) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนภาคอีสาน การวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนภาค อีสาน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประวัติความเป็นมาการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาภาคอีสาน 2) ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ภาคอีสาน และ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาคอีสาน เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย ได้แก่ แบบสำรวจ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์และการ สทนากลุ่ม จากกลุ่มผู้รู้ 18 รูป/คน กลุ่มผู้ปฏิบัติ 41 รูป/คน และผู้ให้ข้อมูลทั่วไป 20 คน รวม 79 คน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 ในเขตพื้นที่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า และ นำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนภาคอีสาน เป็นการพัฒนามตามหลักการทำงาน 3 ประการ คือ การวางแผน การลงมือปฏิบัติและการประเมินผล โดยแต่ละด้านต้องอาศัยปัจจัยในการจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์และ วิธีการ เป็นตัวขับเคลื่อนเพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาประสบความสำเร็จ ที่สำคัญต้องอาศัย (บวร ช) วัด บ้าน โรงเรียน และชุมชน/ภาครัฐ ร่วมกันคิด ร่วมวางแผน ร่วมกันทำ ร่วมกันตัดสินใจ และร่วมรับประโยชน์ เป็นภาคีเครือข่ายพัฒนาแบบบูรณาการร่วมกัน ส่งผลให้วัดและ ชุมชนเข้มแข็งต่อไป

พระมหาชาติ เชื้อดี (2559) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาโดยชุมชนกรณีศึกษา วัดไชยชุมพลชนะสงคราม วัดถ้ำมั่งกรทอง และวัดถ้ำเขาปูน อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ปัญหาและ อุปสรรคในทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และบทบาทของหน่วยงานของรัฐในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้นำชุมชนในพื้นที่ตั้งวัด ไชยชุมพลชนะ สงคราม วัดถ้ำมั่งกรทอง 3 และวัดถ้ำเขาปูน จำนวน 15 คน ผลการศึกษา พบว่า 1. ผู้นำชุมชนส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในด้านการรับรู้สถานที่ตั้งวัด การตกแต่งสถานที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว การพัฒนา หรือปรับปรุง โบราณสถาน การพัฒนา หรือ ปรับปรุงด้านศิลปกรรมภายในวัด การจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา กิจกรรมเพื่อพัฒนาด้านจิตใจเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และด้านรูปแบบการถ่ายทอดความรู้ ทางศาสนาให้นักท่องเที่ยว โดยผู้นำชุมชนส่วนใหญ่ทราบข้อมูลด้านต่าง ๆ จากวารสาร การท่องเที่ยว เคเบิลทีวี และคำบอกกล่าวของเจ้าอาวาส กรรมการวัด หรือชาวบ้านในพื้นที่ เป็นหลัก 2. ด้านปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ผู้นำชุมชนมีความคิดเห็นว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดไชยชุมพลชนะสงคราม วัดถ้ำมั่งกรทอง และวัดถ้ำเขาปูน มี ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือ การบูรณะ

ซ่อมแซมโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปกรรมภายในวัด ต้องอาศัยช่างฝีมือที่มีความรู้ความสามารถสูง การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวยังไม่ดีพอ ทำให้ในบางครั้งเกิดปัญหาการแออัดของนักท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ขาด การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และยังไม่มีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างวัด หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และภาคประชาชน 3. ด้านบทบาทของหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ผู้นำชุมชน มีความคิดเห็นว่า หน่วยงานของภาครัฐควรให้การสนับสนุนด้านการบูรณะ ซ่อมแซมโบราณสถาน (4) โบราณวัตถุ และศิลปกรรมภายในวัด การสนับสนุนด้านบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา การโฆษณา และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้เข้าใจถึงหลักการปฏิบัติในการมาท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้มากขึ้น และหน่วยงานของภาครัฐควรสร้างความร่วมมือและความเข้าใจอันดี ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาระหว่างวัด หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ตลอดจนประชาชนในพื้นที่ ให้แต่ละฝ่ายได้รับประโยชน์ร่วมกันอย่างเหมาะสม





## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนาสนนิคม จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิต, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา, การบอกต่อ (2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิตกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนาสนนิคม จังหวัดชลบุรี (3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนาสนนิคม จังหวัดชลบุรี

การวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนาสนนิคม จังหวัดชลบุรี เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนาสนนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนาสนนิคม จังหวัดชลบุรี เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอนจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ โดยการคำนวณ Cochran, W.G. (1977) Sampling Techniques (3<sup>rd</sup> ed). New York: John Wiley & Sons. โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 ระดับความแปรปรวนสูงสุด คือ  $p = 0.5$  และ  $q = 0.5$

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

จากสูตร

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$z$  = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (มีค่าเท่ากับ 1.96)

$p$  = โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์หรือสัดส่วนของคุณลักษณะที่สนใจในกลุ่มตัวอย่าง

$q$  = โอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ เท่ากับ  $1 - p$  ในกรณีของกลุ่มตัวอย่าง

$e$  = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(1 - 0.5)}{0.05^2}$$

$$= 384.16$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ 384.16 หรือประมาณ 385 คน ผู้วิจัยเก็บเพิ่มอีก 15 คน สรุปกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน

### ขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ แบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยใช้แบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้ เก็บข้อมูลจากคนที่มาในเขตบริเวณสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง ตั้งอยู่ที่ ถนน 23 หมู่ที่ 5 ตำบลไร่หลักทอง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลจำนวน 8 ข้อ ซึ่งมีตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว ประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะครอบครัว ศาสนา สัญชาติ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านวิถีชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ ความคิด โดยลักษณะคำถามแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือกซึ่ง มีตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ได้แก่ การจาริกแสวงบุญ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความต้องการทางจิตวิญญาณ ความต้องการศึกษาทางศาสนา ความเชื่อ ความสงบสุข กิจกรรมนันทนาการ ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม ร่วมศาสนพิธี การปฏิบัติธรรม โดยลักษณะคำถามแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือกในลักษณะของการประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งผู้วิจัยใช้มาตรวัดตามแนวของ Likert's Scale มาปรับใช้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยสุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

<u>ระดับความคิดเห็น</u>	<u>คะแนน</u>
เห็นด้วยมากที่สุด	5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1 คะแนน

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยลักษณะคำถามแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือกในลักษณะของการประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งผู้วิจัยใช้มาตรวัดตามแนวของ Likert's Scale มาปรับใช้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยสุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

<u>ระดับความคิดเห็น</u>	<u>คะแนน</u>
เห็นด้วยมากที่สุด	5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1 คะแนน

### การแปลผลข้อมูล

เกณฑ์การวัดระดับ (สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 3 และ 4) (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ระดับคะแนน	ความหมาย
ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.51- 5.00	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.51- 4.50	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.51- 3.50	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.51- 2.50	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00 -1.50	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อยที่สุด

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1) ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี หนังสือ เอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้เนื้อหาครอบคลุม ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำมาสร้างแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถามให้ตรงกับเนื้อหาที่ต้องการ แล้วนำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ว่าแบบสอบถามนั้นตรงกับเนื้อหาที่ต้องการวัดหรือไม่และนำไปแก้ไขปรับปรุงให้สมบูรณ์ต่อไป

3) การหาคุณภาพของเครื่องมือที่เป็นความตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นพร้อมแบบประเมินให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาแบบสอบถามจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการทดสอบความตรง ความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องในสำนวนภาษาและความสอดคล้องของข้อความถามกับวัตถุประสงค์ หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิมาใช้เป็นแนวทางสำหรับปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามและหาค่าความตรงตามเทคนิค (Item objective congruence IOC)

ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ดังนี้

1. ดร.สุรติ สุพิชญานุกร
2. ดร.รชฎ จันทน์น้อย
3. ผศ.ดร. ศรีณยา เลิศพุทธรักษ์

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง

- 4) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มกับกลุ่มคนที่มาสำนักปฏิบัติธรรมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)
- 5) นำผลที่ได้จากแบบสอบถามฉบับร่างมาทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม
- 6) นำแบบสอบถามที่ได้ผล IOC และได้ผล (Try-out) ส่งคณะกรรมการจริยธรรมของมหาวิทยาลัย
- 7) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้งหนึ่ง ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง

### การหาคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสมยิ่งขึ้น ดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) เป็นการตรวจสอบเครื่องมือมีความครอบคลุมเนื้อหาหรือไม่ โดยพิจารณาจากตารางวิเคราะห์เนื้อหาหรือตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหากับจุดประสงค์ที่กำหนดการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ จำนวน 3 คน (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ที่มีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

- 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์หรือไม่
- 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่ความสอดคล้องกับจุดประสงค์

หลังจากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องฯ โดยใช้โปรแกรม โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาระดับค่าดัชนีความสอดคล้องฯ ของข้อคำถามที่ได้จากการคำนวณสูตร ที่จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 มีรายละเอียดของเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- |            |                    |                                    |
|------------|--------------------|------------------------------------|
| ถ้าค่า IOC | ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป | คัดเลือกข้อสอบนั้นไว้ใช้ได้        |
| ถ้าค่า IOC | ต่ำกว่า 0.5        | ควรพิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้ง |

โดยผลคะแนนค่าเฉลี่ย IOC ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน เท่ากับ 0.99

2.การหาค่าความเชื่อมั่น(Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (try out) ทดสอบในกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจำนวน 30 ตัวอย่าง ก่อนนำไปใช้จริง เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟา (alpha-coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach, 1990 โดยมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- ค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.5 ลงไป หมายถึง ค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับต่ำ
- ค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.6-0.7 หมายถึง ค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับกลาง
- ค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป หมายถึง ค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

ทั้งนี้ค่าที่คำนวณได้ควรมีระหว่าง 0 ถึง 1 จึงอธิบายได้ว่า หากแบบสอบถามใดมีประสิทธิภาพจะทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้ ที่คำนวณได้มีค่าใกล้เคียง 1 และในทางตรงกันข้ามแบบสอบถามใดที่ขาดความเที่ยงตรง ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือที่คำนวณได้ มีค่าลดลงจนเข้าใกล้เคียง 0 หรือกรณีที่แบบสอบถามไม่มีความเที่ยงตรงเลย ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือจะมีค่าเท่ากับ 0 โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.975

เมื่อแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นในระดับดี เหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอน โดยอาศัยกระบวนการและวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งใช้ความรู้ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเป็นแนวทางในการสร้างคำถามในแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามคือ ผู้วิจัยและทีมงาน 3 คน มาช่วยเก็บแบบสอบถามโดยผ่านการอบรมและทำความเข้าใจวิธีการเก็บข้อมูลแล้วโดยทำการแจกแบบสอบถาม 1 ชุด ต่อ 1 คน โดยเก็บจากประชากรที่มาในเขตบริเวณสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง ถนน 23 หมู่ที่ 5 ตำบลไร่หลักทอง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จะเก็บแบบสอบถามหลังจากที่คนที่เดินทางมาทำบุญไหว้พระ สวดมนต์ หรือกิจกรรมต่างๆเสร็จแล้ว โดยจะเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2565 แล้วนำข้อมูลที่เก็บได้มาตรวจสอบความถูกต้อง จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม กำหนดรหัสและลงบันทึกข้อมูล และนำข้อมูลไปวิเคราะห์และแปลผล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่าง ๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง



## การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว มาทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analytical Statistics) เป็นสถิติที่ใช้บรรยายคุณลักษณะทั่วไปของข้อมูล ในการศึกษานี้ประกอบไปด้วย

1.1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะครอบครัว ศาสนา สัญชาติ ใช้การวิเคราะห์ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านวิถีชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น ใช้การวิเคราะห์ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

1.3) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ได้แก่ การจาริกแสวงบุญ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความต้องการทางจิตวิญญาณ ความต้องการศึกษาทางศาสนา ความเชื่อ ความสงบสุข กิจกรรมนันทนาการ ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม ร่วมศาสนพิธี การปฏิบัติธรรม ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4) การวิเคราะห์ข้อมูลการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน เพื่อตอบปัญหาวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

2.1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ใช้สถิติ t-test และความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

2.2) ปัจจัยด้านวิถีชีวิต แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ใช้สถิติ t-test และความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

2.3) ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังสนิม จังหวัดชลบุรี” ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว มาทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล SPSS วิเคราะห์ตามสมมติฐานของการวิจัย และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านวิถีชีวิต

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังสนิม จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n หมายถึง จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

SD หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

t หมายถึง ค่าสถิติการแจกแจงแบบที (t-Distribution)

P-value หมายถึง ความน่าจะเป็นไปในการยอมรับสมมติฐาน

Sig. หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้

R หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ

R square หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

Adjusted R square หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว

B หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

Beta หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

\* หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการแจกแจงเพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ชาย	84	21.00	2
หญิง	316	79.00	1
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 316 คน จำนวนได้ร้อยละ 79.00 และเพศชายมีจำนวน 84 คน จำนวนได้ร้อยละ 21.00

ตารางที่ 2 จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ต่ำกว่า 20 ปี	7	1.80	5
20 – 30 ปี	67	16.80	3
31 – 40 ปี	29	7.30	4
41 – 50 ปี	101	25.30	2
51 ปีขึ้นไป	196	49.00	1
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุดจำนวน 196 คน จำนวนได้ร้อยละ 49.00 รองลงมาเรียงตามจากมากไปน้อย ได้แก่ อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 101 คน จำนวนได้ร้อยละ 25.30 อายุ 20-30 ปีจำนวน 67 คน จำนวนได้ร้อยละ 16.80

อายุ 31-40 ปีจำนวน 29 คน คำนวณได้ร้อยละ 7.30 และต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 7 คน คำนวณได้ร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่าปริญญาตรี	222	55.50	1
ปริญญาตรี	145	36.30	2
สูงกว่าปริญญาตรี	33	8.30	3
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี จำนวนมากที่สุด จำนวน 222 คน คำนวณได้ร้อยละ 55.50 รองลงมา ระดับปริญญาตรี จำนวน 145 คน คำนวณได้ร้อยละ 36.30 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 คน คำนวณได้ร้อยละ 8.30

ตารางที่ 4 จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
นักเรียน/ นักศึกษา	16	4.00	5
ธุรกิจส่วนตัว	59	14.80	4
พนักงานบริษัทเอกชน	60	15.00	3
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ	125	31.30	2
อื่น ๆ (โปรดระบุ แม่บ้าน พ่อบ้าน ไม่ได้ประกอบอาชีพใด ๆ ในปัจจุบัน)	140	35.00	1
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ ประกอบอาชีพอื่น ๆ (แม่บ้าน , พ่อบ้าน, ไม่ได้ประกอบอาชีพใด ๆ ในปัจจุบัน) มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 140 คน คำนวณได้ร้อยละ 35.00 รองลงมา รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ จำนวน 125 คน คำนวณได้ร้อยละ 31.30

พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 60 คน คำนวณได้ร้อยละ 15.00 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 59 คน คำนวณได้ร้อยละ 14.80 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 16 คน คำนวณได้ร้อยละ 4.00

ตารางที่ 5 คำนวณจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	147	36.80	1
10,001-20,000 บาท	96	24.00	2
20,001 - 30,000 บาท	57	14.30	3
30,001 - 40,000 บาท	31	7.80	5
40,001 - 50,000 บาท	24	6.00	6
มากกว่า 50,001 บาท	45	11.30	4
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 147 คน คำนวณได้ร้อยละ 36.80 รองลงมา 10,001-20,000 บาท จำนวน 96 คน คำนวณได้ร้อยละ 24.00 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 60 คน คำนวณได้ร้อยละ 15.00 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 59 คน คำนวณได้ร้อยละ 14.80 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 16 คน คำนวณได้ร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 คำนวณจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามสถานะทางครอบครัว

สถานะทางครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
โสด	146	36.50	2
สมรส	188	47.00	1
หย่าร้าง	29	7.30	3
แยกกันอยู่	15	3.80	5
หม้าย	22	5.50	4
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีสถานะทางครอบครัว สมรสมากที่สุด จำนวน 188 คน จำนวนได้ร้อยละ 47.00 รองลงมา มีสถานะ โสด จำนวน 146 คน จำนวนได้ร้อยละ 36.50 สถานะหย่าร้าง จำนวน 29 คน จำนวนได้ร้อยละ 7.30 สถานะหม้าย จำนวน 22 คน จำนวนได้ร้อยละ 5.50 สถานะแยกกันอยู่จำนวน 15 คน จำนวนได้ร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ที่ให้ข้อมูล จำแนกตามศาสนา

ศาสนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ศาสนาพุทธ	400	100.00	1
ศาสนาอิสลาม	-	-	
ศาสนาฮินดู	-	-	
ศาสนาซิกข์	-	-	
ศาสนาคริสต์	-	-	
อื่น ๆ (ไปรตระบุ)	-	-	
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 400 คน จำนวนได้ร้อยละ 100

ตารางที่ 8 จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ที่ให้ข้อมูล จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ไทย	400	100	1
จีน	-	-	
พม่า	-	-	
ลาว	-	-	
อื่น ๆ (ไปรตระบุ)	-	-	
รวม	400	100.00	



จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีสัญชาติไทย จำนวน 400 คน จำนวนได้ร้อยละ 100

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านวิถีชีวิต

การศึกษาผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลปัจจัยด้านวิถีชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่มาจากปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการแจกแจงเพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 9 จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามการทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

การทำกิจกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
1. ทำบุญ	217	54.30	1
2. ปฏิบัติธรรม	84	21.00	2
3. ปิดทองพระธาตุเจดีย์ทอง	21	5.30	4
4. ไหว้พระ 9 วัด	14	3.50	6
5. เดินวิง-การกุศล	20	5.00	5
6. สวดมนต์ทำวัตรเย็น	30	7.50	3
7. สวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่	14	3.50	6
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี มากที่สุดได้แก่ ทำบุญ จำนวน 217 คน จำนวนได้ร้อยละ 54.30 รองลงมาเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ กิจกรรมปฏิบัติธรรม จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 กิจกรรมสวดมนต์ทำวัตรเย็น จำนวน 30 คน จำนวนได้ร้อยละ 7.50 กิจกรรมปิดทองพระธาตุเจดีย์ทองจำนวน 21 คน จำนวนได้ร้อยละ 5.30 กิจกรรมเดินวิงการกุศล จำนวน 20 คน จำนวนได้ร้อยละ 5.00 กิจกรรมไหว้พระ 9 วัด จำนวน 14 คน จำนวนได้ร้อยละ 3.50 และกิจกรรมสวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ จำนวน 14 คน จำนวนได้ร้อยละ 3.50

ตารางที่ 10 จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

ความสนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
1. ทำบุญ ตักบาตร	176	44.00	1
2. การปฏิบัติธรรม	108	27.00	2
3. พระธาตุเจดีย์ทอง	43	10.80	3
4. เข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา	27	6.80	4
5. กิจกรรมเดินวิง-การกุศล	18	4.50	5
6. กิจกรรมไหว้พระ 9 วัด	14	3.50	6
7. สวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่	14	3.50	6
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี มากที่สุดได้แก่ ทำบุญ ตักบาตร จำนวน 176 คน จำนวนได้ร้อยละ 44.00 รองลงมาเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ การปฏิบัติธรรม จำนวน 108 คน จำนวนได้ร้อยละ 27.00 พระธาตุเจดีย์ทอง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 เข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา จำนวน 27 คน จำนวนได้ร้อยละ 6.80 กิจกรรมเดินวิง-การกุศล จำนวน 18 คน จำนวนได้ร้อยละ 4.50 กิจกรรมไหว้พระ 9 วัด และ สวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ มีจำนวนคนสนใจเท่ากันคือ จำนวน 14 คน จำนวนได้ร้อยละ 3.50

ตารางที่ 11 จำนวนจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

ความสนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
1. การมาปฏิบัติธรรมทำให้มีสมาธิและจิตใจสงบสุข	209	52.30	1
2. วัดเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าและมีความสวยงาม	64	16.00	3
3. ควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา	77	19.30	2
วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป	50	12.50	4
4. พุทธศาสนิกชนมีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา			
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากที่สุด ได้แก่ การมาปฏิบัติธรรมทำให้มีสมาธิและจิตใจสงบสุข จำนวน 209 คน จำนวนได้ร้อยละ 52.30 ควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป จำนวน 77 คน จำนวนได้ร้อยละ 19.30 วัดเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าและมีความสวยงาม จำนวน 64 คน จำนวนได้ร้อยละ 16.00 พุทธศาสนิกชนมีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา จำนวน 50 คน จำนวนได้ร้อยละ 12.50

### ส่วนที่ 3 : การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในแต่ละด้านของการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของกลุ่มตัวอย่างที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการนำมาแปลความหมายค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีหลักเกณฑ์คะแนนของการวิเคราะห์ ดังนี้

เกณฑ์การวัดระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ระดับคะแนน	ความหมาย
ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.51- 5.00	หมายความว่า อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.51- 4.50	หมายความว่า อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.51- 3.50	หมายความว่า อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.51- 2.50	หมายความว่า อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00 -1.50	หมายความว่า อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตารางที่ 12 ภาพรวมของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในแต่ละด้านของการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในแต่ละด้านของการบอกต่อ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. การจาริกแสวงบุญ	4.06	1.03	มาก	6
2. การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	4.06	1.05	มาก	6
3. ความต้องการทางจิตวิญญาณ	4.25	0.95	มาก	2
4. ความต้องการศึกษาทางศาสนา	4.13	0.92	มาก	5
5. ความเชื่อ	4.04	1.02	มาก	7
6. ความสงบสุข	4.39	0.81	มาก	1
7. กิจกรรมนันทนาการ	4.02	1.07	มาก	8
8. ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม	4.18	0.92	มาก	3
9. ร่วมศาสนพิธี	4.14	0.95	มาก	4
10. การปฏิบัติธรรม	4.06	1.05	มาก	6
รวม (n = 400 )	4.13	0.98	มาก	

จากตารางที่ 12 พบว่าในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในแต่ละด้านของการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.13$ , SD 0.98) โดยมีระดับความคิดเห็นด้วยมากเรื่องความสงบสุขมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ( $\bar{X}=4.39$ , SD 0.81) รองลงมาคือเรื่องความต้องการทางจิตวิญญาณ ( $\bar{X}=4.25$ , SD = 0.95) ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม ( $\bar{X}=4.18$ , SD = 0.92) ร่วมศาสนพิธี ( $\bar{X}=4.14$ , SD = 0.95) ความต้องการศึกษาทางศาสนา ( $\bar{X}=4.13$ , SD = 0.92) การจาริกแสวงบุญกับการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และการปฏิบัติธรรม ( $\bar{X}=4.06$ , SD = 1.05) ความเชื่อ ( $\bar{X}=4.04$ , SD = 1.02) และกิจกรรมนันทนาการ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.02$ , SD = 1.07) ตามลำดับ และสามารถนำมาแจกแจงรายละเอียดของแต่ละด้านได้ดังนี้

ตารางที่ 13 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อด้านจาริกแสวงบุญ

การจาริกแสวงบุญ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. การเดินทางมาทำบุญไหว้พระ	4.22	1.01	มาก	1
2. การเข้ารับฟังธรรมเทศนาจากพระอาจารย์วิทยากร	4.07	1.00	มาก	2
3. การเดินทางมาเที่ยวชมความสวยงามของศาสนาสถาน โบราณวัตถุ	3.90	1.07	มาก	3
รวม (n = 400 )	4.06	1.03	มาก	

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อด้านการจาริกแสวงบุญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.06$ , SD = 1.03) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คือ การเดินทางมาทำบุญไหว้พระ ( $\bar{X}=4.22$ , SD = 1.01) การเข้ารับฟังธรรมเทศนาจากพระอาจารย์วิทยากร ( $\bar{X}=4.07$ , SD = 1.00) และการเดินทางมาเที่ยวชมความสวยงามของศาสนาสถาน โบราณวัตถุ ( $\bar{X}=3.90$ , SD = 1.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อการสักการะด้านสิ่งศักดิ์สิทธิ์

การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ปิดทองพระธาตุเจดีย์ทอง	4.10	1.07	มาก	2
2. ไหว้สาการะพระธาตุเจดีย์ทอง	4.17	1.03	มาก	1
รวม (n = 400 )	4.06	1.05	มาก	

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ,  $SD = 1.05$ ) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คือ ไหว้สาการะพระธาตุเจดีย์ทอง ( $\bar{X} = 4.17$ ,  $SD = 1.03$ ) ปิดทองพระธาตุเจดีย์ทอง ( $\bar{X} = 4.10$ ,  $SD = 1.07$ )

ตารางที่ 15 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อด้านความต้องการทางจิตวิญญาณ

ความต้องการทางจิตวิญญาณ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. การแสดงตนเป็นพุทธมามกะ เข้าร่วมศาสนาพิธีต่าง ๆ	4.10	0.99	มาก	3
2. การอนุรักษศาสนสถาน ประเพณีต่าง ๆ ให้คงอยู่ต่อไป	4.34	0.97	มาก	1
3. การปฏิบัติธรรม ด้วยการกำหนดจิต เจริญวิปัสสนากรรมฐาน ดำรงอยู่ในสัมมาทิฐิ ดำเนินชีวิตด้วยสัมมาปฏิบัติ	4.30	0.88	มาก	2
รวม (n = 400 )	4.25	0.95	มาก	

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อด้านความต้องการทางจิตวิญญาณมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.25$ ,  $SD = 0.95$ ) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การอนุรักษศาสนสถาน ประเพณีต่าง ๆ ให้คงอยู่ต่อไป ( $\bar{X} = 4.34$ ,  $SD = 0.97$ ) การปฏิบัติธรรม ด้วย



การกำหนดจิต เจริญวิปัสสนากรรมฐาน ดำรงอยู่ในสัมมาทิฐิ ดำเนินชีวิตด้วยสัมมาปฏิบัติ ( $\bar{X}=4.30$ ,  $SD=0.88$ ) และการแสดงตนเป็นพุทธมามกะ เข้าร่วมศาสนพิธีต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.34$ ,  $SD=0.97$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านการบอกต่อด้านความต้องการศึกษาทางศาสนา

ความต้องการศึกษาทางศาสนา	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ศึกษาหลักอริยสัจ ๔	4.25	0.85	มาก	1
2. ศึกษาพระไตรปิฎก	3.99	1.02	มาก	3
3. ศึกษาการเจริญวิปัสสนากรรม ตามสติปัฏฐาน ๔	4.14	0.88	มาก	2
รวม (n = 400 )	4.13	0.92	มาก	

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านการบอกต่อด้านความต้องการศึกษาทางศาสนา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.13$ ,  $SD=0.92$ ) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ศึกษาหลักอริยสัจ ๔ ( $\bar{X}=4.25$ ,  $SD=0.85$ ) ศึกษาการเจริญวิปัสสนากรรม ตามสติปัฏฐาน ๔ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.14$ ,  $SD=0.88$ ) และศึกษาพระไตรปิฎก ( $\bar{X}=3.99$ ,  $SD=1.02$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านการบอกต่อความเชื่อ

ความเชื่อ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. การมาเปิดทองพระธาตุเจดีย์ทองจะช่วยให้ชีวิตเจริญรุ่งเรือง	4.00	1.03	มาก	2
2. การปฏิบัติธรรมทำให้จิตใจสงบ มีสมาธิ เกิดปัญญา	4.41	0.79	มาก	1
3. การทำบุญไหว้พระขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จะทำให้สมหวังตามต้องการ	3.71	1.23	มาก	3
รวม (n = 400 )	4.04	1.02	มาก	

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อความเชื่อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ,  $SD = 1.02$ ) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การปฏิบัติธรรมทำให้จิตใจสงบ มีสมาธิ เกิดปัญญา ( $\bar{X} = 4.41$ ,  $SD = 0.79$ ) การมาปิดทองพระธาตุเจดีย์ทองจะช่วยให้ชีวิตเจริญรุ่งเรือง ( $\bar{X} = 4.00$ ,  $SD = 1.03$ ) และการทำบุญไหว้พระขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จะทำให้สมหวังตามต้องการ ( $\bar{X} = 3.71$ ,  $SD = 1.23$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อความสงบสุข

ความสงบสุข	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. การมาทำบุญไหว้พระ ถวายทาน ทำให้ สุขภาพ สบายใจ	4.42	0.83	มาก	1
2. สถานที่ภายในวัดเงียบสงบ เหมาะกับ สงบจิตสงบใจ	4.41	0.80	มาก	2
3. การรับฟังธรรมเทศนา ทำให้จิตใจสงบ และได้ข้อคิดดี ๆ จากการฟัง	4.34	0.81	มาก	3
รวม (n = 400 )	4.39	0.81	มาก	

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อความสงบสุขมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.39$ ,  $SD = 0.81$ ) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การมาทำบุญไหว้พระ ถวายทาน ทำให้สุขภาพ สบาย ( $\bar{X} = 4.42$ ,  $SD = 0.83$ ) สถานที่ภายในวัดเงียบสงบ เหมาะกับสงบจิตสงบใจ ( $\bar{X} = 4.41$ ,  $SD = 0.80$ ) และการรับฟังธรรมเทศนา ทำให้จิตใจสงบ และได้ข้อคิดดี ๆ จากการฟัง ( $\bar{X} = 4.34$ ,  $SD = 0.81$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อกิจกรรมนันทนาการ

กิจกรรมนันทนาการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. กิจกรรมเดินวิ่ง-การกุศล	3.94	1.10	มาก	3
2. กิจกรรมไหว้พระ ๙ วัด	4.05	1.03	มาก	2
3. กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี ในวันขึ้นปีใหม่	4.06	1.07	มาก	1
รวม (n = 400 )	4.02	1.07	มาก	

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อกิจกรรมนันทนาการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ,  $SD = 1.07$ ) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี ในวันขึ้นปีใหม่ ( $\bar{X} = 4.06$ ,  $SD = 1.07$ ) กิจกรรมไหว้พระ ๙ วัด ( $\bar{X} = 4.05$ ,  $SD = 1.03$ ) และกิจกรรมเดินวิ่ง-การกุศล ( $\bar{X} = 3.94$ ,  $SD = 1.10$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม

ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานในพระพุทธศาสนา	4.10	0.91	มาก	3
2. ประวัติความเป็นมาและความมีชื่อเสียงของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนิกม จังหวัดชลบุรี	4.18	0.91	มาก	2
3. มีความเป็นเอกลักษณ์ของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนิกม จังหวัดชลบุรี	4.26	0.93	มาก	1
รวม (n = 400 )	4.18	0.92	มาก	

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.18$ ,  $SD=0.92$ ) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ มีความเป็นเอกลักษณ์ของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ( $\bar{X}=4.26$ ,  $SD=0.93$ ) ประวัตความเป็นมาและความมีชื่อเสียงของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.18$ ,  $SD=0.91$ ) และเป็นแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานในพระพุทธศาสนา ( $\bar{X}=4.10$ ,  $SD=0.91$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านการบอกต่อร่วมศาสนพิธี

ร่วมศาสนพิธี	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. การทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา	4.30	0.92	มาก	1
2. ทานพิธี เช่น การถวายทาน เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค	4.14	0.89	มาก	3
3. การแสดงตนเป็นพุทธมามกะ เช่น เวียนเทียนในวันสำคัญทางศาสนา	4.22	0.95	มาก	2
รวม (n = 400 )	4.22	0.92	มาก	

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านของการบอกต่อร่วมศาสนพิธี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.22$ ,  $SD=0.92$ ) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา ( $\bar{X}=4.30$ ,  $SD=0.92$ ) การแสดงตนเป็นพุทธมามกะ เช่น เวียนเทียนในวันสำคัญทางศาสนา ( $\bar{X}=4.22$ ,  $SD=0.95$ ) และทานพิธี เช่น การถวายทาน เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ( $\bar{X}=4.14$ ,  $SD=0.89$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 รายละเอียดระดับของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อการปฏิบัติธรรม

การปฏิบัติธรรม	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์และวันสำคัญทางศาสนา	4.05	1.05	มาก	2
2. การปฏิบัติธรรมวิปัสสนากรรมฐาน	4.11	1.02	มาก	1
3. รักษาศีล ๘ ในระหว่างปฏิบัติธรรม และแต่งกายสุภาพสีขาว	4.11	1.03	มาก	1
รวม (n = 400 )	4.09	1.03	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านการบอกต่อการปฏิบัติธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.09$ ,  $SD = 1.03$ ) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การปฏิบัติธรรมวิปัสสนากรรมฐาน ( $\bar{X}=4.11$ ,  $SD = 1.02$ ) และรักษาศีล ๘ ในระหว่างปฏิบัติธรรมและแต่งกายสุภาพสีขาว ( $\bar{X}=4.11$ ,  $SD = 1.03$ ) การปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์และวันสำคัญทางศาสนา ( $\bar{X}=4.05$ ,  $SD = 1.05$ )

#### ส่วนที่ 4 : การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรีของของกลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการนำมาแปลความหมายค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีหลักเกณฑ์คะแนนของการวิเคราะห์ ดังนี้

เกณฑ์การวัดระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ระดับคะแนน	ความหมาย
ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.51- 5.00	หมายความว่า อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.51- 4.50	หมายความว่า อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.51- 3.50	หมายความว่า อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.51- 2.50	หมายความว่า อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อย



ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00 -1.50      หมายความว่า อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตารางที่ 23 รายละเอียดระดับด้านปัจจัยด้านการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรม

การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรม	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. การเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการมาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อ	4.07	0.94	มาก	3
2. การให้คำแนะนำเกี่ยวกับเส้นทางมาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อ	4.06	0.90	มาก	4
3. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการมาปฏิบัติธรรมที่สำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อ	4.02	0.90	มาก	5
4. การแชร์รูปภาพของสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อ	4.09	0.87	มาก	2
5. การแนะนำให้กับบุคคลอื่น ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อให้มาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่น ๆ	4.12	0.89	มาก	1
รวม (n = 400 )	4.07	0.90	มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07$ ,  $SD = 0.90$ ) โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับจาก



มากไปน้อยดังนี้ การแนะนำให้กับบุคคลอื่น ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อให้มาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ให้กับบุคคลอื่น ๆ ( $\bar{X} = 4.12, SD = 0.89$ ) การแชร์รูปภาพของสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อ ( $\bar{X} = 4.09, SD = 0.87$ ) การเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการมาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อ ( $\bar{X} = 4.07, SD = 0.94$ ) การให้คำแนะนำเกี่ยวกับเส้นทางมาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อ ( $\bar{X} = 4.06, SD = 0.90$ ) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการมาปฏิบัติธรรมที่สำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อ ( $\bar{X} = 4.02, SD = 0.90$ ) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ที่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ด้วยการใช้สถิติ Independent sample t-test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรต้น 2 กลุ่ม ใช้สถิติ One-way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regressions) สามารถวิเคราะห์ได้ตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : เพศที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ

เพศ	การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19				
	N	$\bar{X}$	SD	t	P-value
ชาย	84	4.15	0.89	0.89	0.69
หญิง	316	4.05	0.84		

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 24 พบว่า การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของเพศ มีความเห็น เกี่ยวกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า P-value  $>$  0.05 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่ม ตัวอย่างที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่มีเพศต่างกัน มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : อายุที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ

การบอกต่อ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
การบอกต่อให้มาสำนัก	ระหว่างกลุ่ม	2.90	4	0.72	0.99	0.41
ปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ภายในกลุ่ม	286.37	395	0.72		
	รวม	289.27	399			

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 25 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรม แห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-Test ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.41 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีการบอกต่อให้ มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

การบอกต่อ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ระหว่างกลุ่ม	126.00	9	14.00	33.44	0.18
	ภายในกลุ่ม	163.27	390	0.41		
	รวม	289.27	399			

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 26 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรม แห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-Test ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.18 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : อาชีพที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว  
คลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อาชีพที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลอง  
หลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว  
คลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ

การบอกต่อ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
การบอกต่อให้มาสำนัก ปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ระหว่างกลุ่ม	45.53	4	11.38	18.45	0.00
	ภายในกลุ่ม	243.73	395	0.61		
	รวม	289.27	399			

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 27 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรม  
แห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ  
แบบ One-way ANOVA F-Test ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ  
0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ซึ่ง  
หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว  
คลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี  
Fisher's Least Significant Difference (LSD) (ดังตารางที่ 4-28)

ตารางที่ 28 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานของรัฐ	อื่น ๆ	
	$\bar{X}$	3.68	3.65	4.59	3.81	4.31
นักเรียน/ นักศึกษา	3.68					
ธุรกิจส่วนตัว	3.65	-0.024				
พนักงานบริษัทเอกชน	4.59	0.915*	0.939*			
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานของรัฐ	3.81	0.133	0.157	-0.782*		
อื่น ๆ	4.31	0.632*	0.656*	-0.283*	0.499*	

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 28 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีการบอกต่อต่างไปจากอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่น ๆ (แม่บ้าน พ่อบ้าน ไม่ได้ประกอบอาชีพใด ๆ ในปัจจุบัน) โดยอาชีพนักเรียน/ นักศึกษามีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.915 และ 0.632 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีการบอกต่อต่างไปจากอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่น ๆ (แม่บ้าน พ่อบ้าน ไม่ได้ประกอบอาชีพใด ๆ ในปัจจุบัน) โดยอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.939 และ 0.656 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานของรัฐ มีการบอกต่อต่างไปจากอาชีพอื่น ๆ (แม่บ้าน พ่อบ้าน ไม่ได้ประกอบอาชีพใด ๆ ในปัจจุบัน) โดยอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานของรัฐ มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.499



สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : รายได้ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้

การบอกต่อ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ระหว่างกลุ่ม	12.07	5	2.41	3.42	0.01
	ภายในกลุ่ม	277.20	394	0.70		
	รวม	289.27	399			

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 29 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-Test ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ซึ่งหมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (ดังตารางที่ 4-30)



ตารางที่ 30 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้

รายได้	น้อยกว่าและเท่ากับ 10,000 บาท	10,001–20,000 บาท	20,001–30,000 บาท	30,001–40,000 บาท	40,001–50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท
$\bar{X}$	3.95	4.17	4.39	4.17	4.00	3.81
น้อยกว่าและเท่ากับ 10,000 บาท	3.95					
10,001–20,000 บาท	4.17	.219*				
20,001–30,000 บาท	4.39	.432*	0.213			
30,001–40,000 บาท	4.17	0.214	-0.005	-0.218		
40,001–50,000 บาท	4.00	0.046	-0.173	-0.386	-0.168	
มากกว่า 50,001 บาท	3.81	-0.140	-.360*	-.573*	-0.354	-0.187

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 30 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ โดยใช้ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่าและเท่ากับ 10,000 บาท มีการบอกต่อต่างไปจากรายได้ 10,001–20,000 บาท และรายได้ 20,001–30,000 บาท โดยรายได้น้อยกว่าและเท่ากับ 10,000 บาท มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากกว่า และมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.219 และ 0.432 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001–20,000 บาท มีการบอกต่อต่างไปจากรายได้ มากกว่า 50,001 บาท โดยรายได้ 10,001–20,000 บาท มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีน้อยกว่า และมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.360

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001–30,000 บาทมีการบอกต่อต่างไปจากรายได้ มากกว่า 50,001 บาท โดยรายได้ 20,001–30,000 บาท มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีน้อยกว่า และมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.573

สมมติฐานที่ 1.6 สถานะทางครอบครัวที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : สถานะทางครอบครัวที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : สถานะทางครอบครัวที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานะทางครอบครัว

การบอกต่อ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ระหว่างกลุ่ม	2.30	4	0.57	0.79	0.53
	ภายในกลุ่ม	289.97	395	0.72		
	รวม	289.27	399			

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 31 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานะทางครอบครัว โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-Test ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.53 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า สถานะทางครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 ศาสนาที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : ศาสนาที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ศาสนาที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

เนื่องจากในงานวิจัยนี้ ในการเก็บข้อมูลจริงจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยมีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นศาสนาพุทธ จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จึงไม่สามารถนำมาทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความแตกต่างระหว่างประชากรได้

สมมติฐานที่ 1.8 สัญชาติที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : สัญชาติที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : สัญชาติที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

เนื่องจากในงานวิจัยนี้ ในการเก็บข้อมูลจริงจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยมีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นสัญชาติไทย จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จึงไม่สามารถนำมาทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความแตกต่างระหว่างประชากรได้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านวิถีชีวิต แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 การทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : การทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : การทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามการทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมฯ

การบอกต่อ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
การบอกต่อให้มาสำนัก ปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ระหว่างกลุ่ม	42.69	6	7.11	11.34	0.00
	ภายในกลุ่ม	246.58	393	0.62		
	รวม	289.27	399			

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 32 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามการทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมฯ โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-Test ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ซึ่งหมายความว่า การทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (ดังตารางที่ 33)

ตารางที่ 33 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามการทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมฯ

การทำกิจกรรม	ทำบุญ	ปฏิบัติ ธรรม	ปิดทองพระ ธาตุเจดีย์ทอง	ไหว้พระ 9 วัด	เดินวิ่ง การกุศล	สวดมนต์ ทำวัตรเย็น	สวดมนต์ข้ามปี ในวันขึ้นปีใหม่	
	$\bar{X}$	3.92	4.67	3.74	3.47	3.94	4.01	4.23
ทำบุญ	3.92							
ปฏิบัติธรรม	4.67	0.744*						
ปิดทองพระธาตุ เจดีย์ทอง	3.74	-0.180	-0.924*					
ไหว้พระ 9 วัด	3.47	-0.451*	-1.195*	-0.271				
เดินวิ่ง-การกุศล	3.94	0.017	-0.727*	0.197	0.469			
สวดมนต์ทำวัตรเย็น	4.01	0.084	-0.660*	0.264	0.535*	0.067		
สวดมนต์ข้ามปีในวัน ขึ้นปีใหม่	4.23	0.306	-0.438	0.486	0.757*	0.289	0.222	

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 33 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามการทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมฯ โดยใช้ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการทำกิจกรรมทำบุญมีการบอกต่อต่างไปจากการทำกิจกรรมปฏิบัติธรรม และการทำกิจกรรม ไหว้พระ 9 วัด โดยการทำกิจกรรม ทำบุญมีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากกว่าการทำกิจกรรมปฏิบัติธรรม โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.744 และน้อยกว่าการทำกิจกรรม ไหว้พระ 9 วัด โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.451

กลุ่มตัวอย่างที่มีการทำกิจกรรมปฏิบัติธรรมมีการบอกต่อต่างไปจากการทำกิจกรรมปิดทองพระธาตุเจดีย์ทอง ไหว้พระ 9 วัด เดินวิ่ง-การกุศล และการทำกิจกรรม สวดมนต์ทำวัตรเย็น โดยการทำกิจกรรมปฏิบัติธรรมมีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าการทำกิจกรรมปิดทองพระธาตุเจดีย์ทอง ไหว้พระ 9 วัด เดิน



วัง-การกุศล และการทำกิจกรรม สวคมนตรีทำวัตรเย็น โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.924 1.195 0.727 และ 0.660 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการทำกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดมีการบอกต่อต่างไปจากการทำกิจกรรม สวคมนตรีทำวัตรเย็นและการทำกิจกรรมสวคมนตรีข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ โดยการทำกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดมีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากกว่าการทำกิจกรรมสวคมนตรีทำวัตรเย็นและการทำกิจกรรมสวคมนตรีข้ามปีในวัน ขึ้นปีใหม่ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.535 และ 0.757 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.2 ความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้ มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : ความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนัก ปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนัก ปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ

การบอกต่อ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
การบอกต่อให้มาสำนัก	ระหว่างกลุ่ม	42.69	6	7.11	11.34	0.00
ปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ภายในกลุ่ม	246.58	393	0.62		
	รวม	289.27	399			

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 34 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรม แห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความสนใจในสำนัก ปฏิบัติธรรมฯ โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-Test ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับ สมมติฐานรอง  $H_1$  ซึ่งหมายความว่า ความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน มีการ บอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (ดังตารางที่ 35)



ตารางที่ 35 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ

ความสนใจ	ทำบุญ ตักบาตร	ปฏิบัติธรรม	พระธาตุเจดีย์ทอง	เข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา	เดินวิงการกุศล	ไหว้พระ 9 วัด	สวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่	
	$\bar{X}$	3.99	4.51	3.76	3.53	3.74	4.01	4.23
ทำบุญ ตักบาตร	3.99							
ปฏิบัติธรรม	4.51	0.523*						
พระธาตุเจดีย์ทอง	3.76	-0.224	-0.746*					
เข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา	3.53	-0.453*	-0.976*	-0.229				
เดินวิงการกุศล	3.74	-0.242	-0.765*	-0.018	0.211			
ไหว้พระ 9 วัด	4.01	0.028	-0.495*	0.251	0.481	0.270		
สวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่	4.23	0.242	-0.281	0.466	0.695*	0.484	0.214	

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 35 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ โดยใช้ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจทำบุญ ตักบาตรมีการบอกต่อต่างไปจากการความสนใจปฏิบัติธรรม และความสนใจเข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา โดยความสนใจทำบุญ ตักบาตรมีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากกว่าความสนใจปฏิบัติธรรม โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.523 และน้อยกว่าความสนใจเข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.453

กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจปฏิบัติธรรมมีการบอกต่อต่างไปจากการความสนใจพระธาตุเจดีย์ทอง เข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา เดินวิงการกุศล และความสนใจไหว้พระ 9 วัด โดยความสนใจปฏิบัติธรรมมีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าความสนใจพระธาตุเจดีย์ทอง เข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญ

ทางศาสนา เดินวิงการกุศล และความสนใจไหว้พระ 9 วัด โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.746 0.976 0.765 และ 0.495 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนามีการบอกต่อต่างไปจากการสวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ โดยความสนใจเข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนามีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรีมากกว่าความสนใจสวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.695

สมมติฐานที่ 2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : ความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ

การบอกต่อ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ระหว่างกลุ่ม	36.20	6	6.03	9.37	0.00
	ภายในกลุ่ม	253.07	393	0.64		
	รวม	289.27	399			

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 36 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-Test ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ซึ่งหมายความว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (ดังตารางที่ 37)

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ

ความคิดเห็น	การมาปฏิบัติ ธรรมทำให้มี สมาธิและ จิตใจสงบสุข	วัดเป็น สถานที่ที่มี คุณค่าและมี ความสวยงาม	ควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ ต่อไป	พุทธศาสนิกชนมีความ เลื่อมใสศรัทธาใน พระพุทธศาสนา	
	$\bar{X}$	4.09	3.93	4.38	3.69
การมาปฏิบัติธรรมทำให้มีสมาธิ และจิตใจสงบสุข	4.09				
วัดเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าและมี ความสวยงาม	3.93	-0.156			
ควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ ต่อไป	4.38	0.294*	0.450*		
พุทธศาสนิกชนมีความเลื่อมใส ศรัทธาในพระพุทธศาสนา	3.69	-0.402*	-0.246	-0.696*	

\*P-value  $\leq$  0.05

จากตารางที่ 37 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ โดยใช้ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นการมาปฏิบัติธรรมทำให้มีสมาธิและจิตใจสงบสุข มีการบอกต่อต่างไปจากการความคิดเห็นควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป และพุทธศาสนิกชนมีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา โดยความคิดเห็นการมาปฏิบัติธรรมทำให้มีสมาธิและจิตใจสงบสุข มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากกว่าความคิดเห็นควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.294 และน้อยกว่าความความคิดเห็นพุทธศาสนิกชนมีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนาเข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.402

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นวัดเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าและมีความสวยงาม มีการบอกต่อต่างไปจากการความคิดเห็นควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป โดยความคิดเห็นวัดเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าและมีความสวยงาม มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากกว่าความคิดเห็นควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.450

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป มีการบอกต่อต่างไปจากการความคิดเห็นพุทธศาสนิกชนมีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนาโดยความคิดเห็นควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าความคิดเห็นพุทธศาสนิกชนมีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนาโดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.696

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

$H_0$ : ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา อย่างน้อย 1 ด้าน ไม่มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

$H_1$ : ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา อย่างน้อย 1 ด้าน มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple linear regression analysis) ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ด้วยวิธี Enter

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients		t	Sig.	Collinearity statistics	
	B	Std. error	Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	0.13	0.11			1.18	0.236	0.44	
1. การจาริกแสวงบุญ	0.15	0.03	0.16		5.01	0.00*	0.33	2.26
2. การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	0.10	0.03	0.12		3.39	0.00*	0.19	3.00
3. ความต้องการทางจิตวิญญาณ	-0.22	0.05	-0.21		-4.37	0.00*	0.32	5.16
4. ความต้องการศึกษาทางศาสนา	0.13	0.03	0.12		3.37	0.00*	0.40	3.09
5. ความเชื่อ	-0.14	0.03	-0.14		-4.36	0.00*	0.22	2.46
6. ความสงบสุข	-0.03	0.05	-0.03		-0.66	0.50	0.43	4.37
7. กิจกรรมนันทนาการ	0.12	0.02	0.14		4.47	0.00*	0.14	2.28
8. ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม	0.28	0.05	0.29		5.14	0.00*	0.20	6.81
9. ร่วมศาสนพิธี	0.24	0.04	0.25		5.40	0.00*	0.28	4.77
10. การปฏิบัติธรรม	0.29	0.03	0.34		8.49	0.00*	0.44	3.47
F	173.98							
R	0.90							
R <sup>2</sup>	0.82							
Adjusted R square	0.81							
Durbin-Watson	1.97							

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธี Multiple linear regression แบบ Enter เมื่อทดสอบแล้ว ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ได้แก่ การจาริกแสวงบุญ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความต้องการทางจิตวิญญาณ ความต้องการศึกษาทางศาสนา ความเชื่อ ความสงบสุข กิจกรรมนันทนาการ



ประสพการณ์เชิงวัฒนธรรม ร่วมศาสนพิธี การปฏิบัติธรรมไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1 ค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 ค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่า ตัวแปรอิสระตัวนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ น้อย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และตัวแปรตาม การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.90 หมายถึง ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ความสัมพันธ์กันร้อยละ 90 มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R square) เท่ากับ 0.82 หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงของ “การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี” ขึ้นอยู่กับ “ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา” ร้อยละ 80.20 ส่วนที่เหลือจะเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่น ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R square) เท่ากับ 0.81

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น สามารถแสดงสมการได้ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 0.13 + 0.15 X_1 + 0.10 X_2 - 0.22 X_3 + 0.13 X_4 - 0.14 X_5 + 0.12 X_7 + 0.28 X_8 + 0.24 X_9 + 0.29 X_{10}$$

$$\text{Standardized } \hat{Y} = 0.16 X_1 + 0.12 X_2 - 0.21 X_3 + 0.12 X_4 - 0.14 X_5 + 0.14 X_7 + 0.29 X_8 + 0.25 X_9 + 0.34 X_{10}$$

เมื่อ  $\hat{Y}$  = การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

- $X_1$  = การจาริกแสวงบุญ
- $X_2$  = การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์
- $X_3$  = ความต้องการทางจิตวิญญาณ
- $X_4$  = ความต้องการศึกษาทางศาสนา
- $X_5$  = ความเชื่อ
- $X_6$  = ความสงบสุข
- $X_7$  = กิจกรรมนันทนาการ
- $X_8$  = ประสพการณ์เชิงวัฒนธรรม



$X_9$  = ร่วมศาสนพิธี

$X_{10}$  = การปฏิบัติธรรม

สรุปได้ว่าตัวแปรปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านการจาริกแสวงบุญ ด้านการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ด้านความต้องการศึกษาทางศาสนา ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม ด้านร่วมศาสนพิธี ด้านการปฏิบัติธรรม มีอิทธิพลทางบวก ส่วนด้านความต้องการทางจิตวิญญาณและความเชื่อมีอิทธิพลทางลบกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี จึงสามารถยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา อย่างน้อย 1 ด้าน มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี สำหรับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านความสงบสุข ( $X_6$ ) ไม่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี

## ตารางที่ 39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานหลักการวิจัย (H <sub>0</sub> )	ผลการทดสอบ ยอมรับ ปฏิเสธ
1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน	
1.1 เพศที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	✓
1.2 อายุที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	✓
1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรม	✓
1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	✓
1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	✓
1.6 สถานะทางครอบครัวที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติ	✓
1.7 ศาสนาที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ไม่สามารถ
1.8 สัญชาติที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ทดสอบได้
1.8 สัญชาติที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19	ไม่สามารถ
2 ปัจจัยด้านวิถีชีวิต แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรม	
2.1 การทำกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้ว	✓
คลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติ	
ธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี	
แตกต่างกัน	

ตารางที่ 39 (ต่อ)

สมมติฐานหลักการวิจัย ( $H_0$ )	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
2.2 ความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน		√
2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน		√
3 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนสนิคม จังหวัดชลบุรี		√

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ซึ่งใช้วิธีการสำรวจ (Survey research method) โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นมาจากกรทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจกับบุคคลที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป การศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพอื่น ๆ ซึ่งในแบบสอบถามระบุว่า เป็นแม่บ้าน, พ่อบ้าน หรือมิได้ประกอบอาชีพใด ๆ ในขณะที่ตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยนี้ มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท สถานะทางครอบครัวสมรส นับถือศาสนาพุทธ และมีสัญชาติไทย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านวิถีชีวิต ของผู้ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ จำนวน 400 คน มีกิจกรรมในสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี เป็นทำบุญ มากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมปฏิบัติธรรม กิจกรรมสวดมนต์ทำวัตรเย็น กิจกรรมปิดทองพระธาตุเจดีย์ทอง กิจกรรมเดินวิงการกุศล กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดและการสวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ ตามลำดับ

มีความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี มากที่สุด ได้แก่ ทำบุญ ตักบาตร รongลงมาเรียงตามลำดับ คือ การปฏิบัติธรรม พระธาตุเจดีย์ทอง การเข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา กิจกรรมเดินวิง-การกุศล กิจกรรมไหว้พระ 9 วัด และสวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ ตามลำดับ

มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากที่สุด ได้แก่ การมาปฏิบัติธรรมทำให้มีสมาธิและจิตใจสงบสุข รongลงมาคือ ควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป วัดเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าและมีความสวยงาม พุทธศาสนิกชนมีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของข้อมูลปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในแต่ละด้านของการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างที่มาสักสำนักปฏิบัติธรรมฯ จำนวน 400 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในแต่ละด้านของการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความคิดเห็นด้วยมากเรื่องความสงบสุขมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 รongลงมาคือเรื่องความต้องการทางจิตวิญญาณ ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม ร่วมศาสนพิธี ความต้องการศึกษาทางศาสนา การจาริกแสวงบุญกับการสักการะ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และการปฏิบัติธรรม ความเชื่อ และกิจกรรมนันทนาการ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาสักสำนักปฏิบัติธรรมฯ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ มากที่สุด คือ การแนะนำให้กับบุคคลอื่น รongลงมาคือ การแชร์รูปภาพของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕, การเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการมาสักสำนักปฏิบัติธรรม, การให้คำแนะนำเกี่ยวกับเส้นทางมาสักสำนักปฏิบัติธรรมฯ และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการมาปฏิบัติธรรมที่สำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อ ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน



พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน โดยปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพทางครอบครัวที่แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านวิถีชีวิต แตกต่างกัน การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

พบว่าปัจจัยด้านวิถีชีวิต ด้านการทำกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมฯ ที่แตกต่างกัน มีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้ว คลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี

พบว่า ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านการจาริกแสวงบุญ ด้านการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ด้านความต้องการศึกษาทางศาสนา ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม ด้านร่วมศาสนพิธี ด้านการปฏิบัติธรรม มีอิทธิพลทางบวก ส่วนด้านความต้องการทางจิตวิญญาณและความเชื่อมีอิทธิพลทางลบกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ในขณะที่ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านความสงบสุข ไม่มีอิทธิพลทางลบกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 จากการสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 จำนวน 400 คนในงานวิจัยนี้พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพทางครอบครัวที่แตกต่างกันการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันในขณะที่ปัจจัยบุคคล ได้แก่ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ในเรื่องของอาชีพที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาจากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ในเรื่องการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมฯ พบว่าพนักงานเอกชนมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในการบอกต่อสูงกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ เมื่อ



พิจารณาจากสภาพแวดล้อมปะสังคมในปัจจุบัน จะเห็นว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สร้างผลกระทบโดยตรงกับประเทศอย่างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงงาน เพราะเศรษฐกิจหยุดชะงัก ขาดศักยภาพในการพึ่งพาตนเอง กระทบต่อรายได้และความ เป็นอยู่ของครัวเรือน ส่งผลต่อสุขภาพของประชาชน อีกทั้งมีบริษัทเอกชนที่ต้องปิดตัวลงเมื่อไม่ สามารถดำเนินกิจการไปต่อได้ จากสถานะเช่นนี้ จึงอาจทำให้เกิดความไม่มั่นคงทางจิตใจ ทำให้เกิด เป็นทุกข์ หรืออาจเป็นเพราะว่ามีเวลาว่างมากจากมาตรการการเว้นระยะทางสังคม (Social Distancing) ที่อาจทำให้บางสถานที่ทำงานเลือกที่จะให้ทำงานอยู่กับบ้านมากกว่าไปทำงาน ณ ที่ตั้ง ของบริษัท ซึ่งตามแนวคิดของอนุศักดิ์ ฉันทไพศาล (2563) กล่าวว่า ภาวะเศรษฐกิจของประชาชนมี ผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โภคที่แตกต่างกันมาก ซึ่งปัจจัยด้านอาชีพของผู้คน เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ ปัจจุบัน ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่ม เหล่านี้อาจเป็นกลุ่มที่มีเวลาว่าง และสามารถใช้เวลาดังกล่าวมาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ได้บ่อย และเกิดความประทับใจกับกิจกรรมที่ทางสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ได้จัดกิจกรรมไว้ อาทิเช่น กิจกรรมปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์ ตลอดทั้งปี มีกิจกรรมเดิน-วิ่ง การกุศลไหว้พระธาตุเจดีย์ศรีทอง มีกิจกรรมสวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ ซึ่งการสื่อสารด้วยการบอกต่อตามที่ Schiffman and Kanuk (2007) จะทำหน้าที่ 2 ประการคือ การให้ข่าวสารและการมีอิทธิพลจงใจให้เกิดความ ต้องการข้อมูล ซึ่งในงานวิจัยนี้มีการบอกต่อโดยการแนะนำให้กับบุคคลอื่น ด้วยการสื่อสาร แบบบอกต่อให้มาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่น ๆ มากที่สุด ซึ่งการบอกต่อนี้เป็นการสื่อสาร โดยการบอกต่อเชิงบวก (Positive word-of-mouth communication) เป็นการบอกต่อสิ่งที่ดีให้กับผู้อื่น ที่เป็นข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product news) ได้แก่สถานที่ปฏิบัติธรรม กิจกรรมที่จัด และประสบการณ์ส่วนตัว (Personal experience) ที่ได้รับจากการมาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 นี้ ที่แตกต่างกันตามประสบการณ์และ ความประทับใจในสถานที่ กิจกรรมที่เข้าร่วมที่สามารถเข้าร่วมได้หลายกิจกรรมและใช้เวลาได้นาน กว่าผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ จึงทำให้อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรม แห่งที่ 19 แตกต่างกัน นอกจากนี้ รายได้ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้การบอกต่อให้มาสำนัก ปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 อาจเนื่องจากการใช้จ่ายสำหรับการมาปฏิบัติธรรมตามสถานที่ต่าง ๆ หากมี รายได้มากย่อมสามารถใช้จ่าย เช่น ค่าเดินทาง ค่าทำบุญได้มากและอาจเลือกบอกต่อสถานที่อื่น ๆ ที่ สร้างความประทับใจและสร้างประสบการณ์ส่วนตัวตามที่ตัวเองได้รับมากกว่า

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน พบว่า วิถีชีวิตทั้ง 3 ด้าน กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็นที่แตกต่างกันมีการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ

แนวคิดของ Kotler (2000) ที่กล่าวว่า วิถีชีวิตของแต่ละบุคคลจะมีเอกลักษณ์ของตนที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของบุคคลนั้น ๆ โดย Reimer (1995) กล่าวว่า กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคเลือกกระทำตามวิถีชีวิตของตน โดยวิถีชีวิตของแต่ละบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งที่เป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา (เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม และการเรียนรู้) และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (เช่น ครอบครัว ชั้นทางสังคม และวัฒนธรรม) และสอดคล้องกับ นชกฤต วันตะเมธ (2555) ที่กล่าวถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลยังเป็นลักษณะความเป็นอยู่ที่แสดงถึงการใช้เวลาว่างของแต่ละบุคคล (Activities) การให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมรอบตัว (Interests) และความคิดเห็นที่มีต่อตัวเองและสิ่งรอบข้าง (Opinion) และเมื่อพิจารณาจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มพบว่า กิจกรรมและความสนใจของผู้มาปฏิบัติธรรม ที่มีผลต่อการบอกต่อมากที่สุดคือการปฏิบัติธรรม ซึ่งอาจทำให้ประสบการณ์ที่จะนำมาบอกต่อแตกต่างกันไปจากผู้ที่มาทำกิจกรรมที่สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 เพื่อทำบุญ ปฏิบัติธรรม เป็นประจำ ในส่วนของความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 พบว่า มีความคิดเห็นว่าควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป มีระดับความคิดเห็นที่ทำให้เกิดการบอกต่อมากที่สุด จึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ปฏิบัติธรรมที่เดินทางมาสถานปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ๆ เป็นกลุ่มที่มีรูปแบบวิถีชีวิตเป็นผู้ถือมั่น (believers) คือมีความคิดในอุดมคติ มีความคิดเชิงอนุรักษ์ มีชีวิตตามขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา บรรทัดฐานทางสังคม เป็นผู้บริโภคที่ทำนายได้ง่าย เพราะมักจะเชื่อสินค้าแบบเดิม ๆ และยึดถือเป็นที่ยึด และมีความภักดีต่อตราสินค้า อันเป็นรูปแบบของวิถีชีวิตแบบ VALS ที่ Arnold Mitchell (1970) กล่าวว่า ผลของงานวิจัยนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิตา คงชัย (2559) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย : ในบริบทเทศกาลดนตรี แล้วพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยว และเมื่อการท่องเที่ยวในได้สร้างประสบการณ์การเปิดรับข่าวสารในเชิงบวก และรู้สึกดีกับกิจกรรมที่ได้เข้าร่วม ก็จะมีการบอกต่อ เชิญชวนให้ผู้อื่นเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ๆ ด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดยปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้านที่มีผลในเชิงบวกมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ การปฏิบัติธรรม ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม และการร่วมศาสนพิธี ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านพบว่า ในด้านการปฏิบัติธรรม ส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการมาปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์และวันสำคัญทางศาสนามากที่สุด ด้านประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม

เห็นด้วยกับมีความเป็นเอกลักษณ์ของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี มากที่สุด และด้านการร่วมศาสนพิธี เห็นด้วยกับการทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา สอดคล้องกับพุทธรัศมี ปรานนอก (2562) ที่กล่าวว่า ศาสนสถานเป็นสิ่งสำคัญที่ก่อสร้างขึ้นตามประเพณีที่ถือปฏิบัติกันตามคตินิยมของแต่ละศาสนา เป็นศูนย์รวมจิตใจของสังคมไทย และวิถีการดำรงชีวิตของชาวพุทธมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และสอดคล้องกับคำกล่าวของศุภลักษณ์ อัครางกูร (2554) โดยผู้ที่นับถือศาสนานั้น ๆ มักจะมีความเชื่อในการทำกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งรวมถึงการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือประกอบพิธีกรรม อย่างไรก็ตามในงานวิจัยนี้กลับพบว่า ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านความต้องการทางจิตวิญญาณ และความเชื่อกลับมีอิทธิพลเชิงลบในการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการทางจิตวิญญาณต้องเป็นความต้องการที่ก่อให้เกิดความหมาย ให้คุณค่า และจุดมุ่งหมายในการดำเนินชีวิต อันเป็นที่พึงหรือสิ่งยึดเหนี่ยวทางใจ ผลักดันให้บุคคลผ่านพ้นอุปสรรค อันอาจเกิดจากผู้ที่มีความทุกข์ทางจิตใจอย่างหนักและต้องการที่พึ่ง ทำให้ไม่สามารถบอกต่อหรือแนะนำให้บุคคลอื่นมายังสถานปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ได้ ในขณะที่เดียวกันปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ด้านความเชื่ออันหมายถึงความคิด ความเข้าใจ ความนับถือ และการยอมรับ ในงานวิจัยนี้ เป็นการให้หลักการและความเชื่อของตนเองในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ มากกว่าการใช้อารมณ์ความรู้สึก ดังนั้นการบอกต่อด้วยความเชื่อของตนเองอาจไม่สามารถเล่าเป็นประสบการณ์หรือเป็นอิทธิพลที่แนะนำให้ใคร ๆ มายังสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี ได้ ดังนั้นผู้ที่มาขอต้องประจักษ์ด้วยตนเองถึงความเชื่อและความนับถือด้วยตัวเองมากกว่าการมาตามคำบอกต่อของผู้อื่น

### ข้อเสนอแนะ

1. ในงานวิจัยนี้ พบว่าอาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ๆ กัน แตกต่างกัน ทางผู้วิจัยพิจารณาพร้อมกับช่วงระยะเวลาที่ได้มีการดำเนินการเก็บข้อมูล ซึ่งเก็บข้อมูลในช่วง เดือนเมษายน พ.ศ. 2565 ยังเป็นช่วงที่ยังมีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อจากไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งแต่ละอาชีพอาจมีผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวแตกต่างกันไป ทางผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ๆ มีกิจกรรมที่สนใจทำกิจกรรมที่สำนักปฏิบัติธรรมแห่งนี้ในเรื่องของการทำบุญ การปฏิบัติธรรม ซึ่งหากเรื่องการบอกต่อเป็นผลโดยตรงมาจากประสบการณ์ของผู้มาปฏิบัติธรรม และพิจารณาร่วมกับผลวิจัยที่พบว่า อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลให้เกิดการบอกต่อที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงมี

ข้อเสนอแนะให้สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ฯ ให้มีหลักสูตรการปฏิบัติธรรมที่แตกต่างกันไปในแต่ละอาชีวะ เช่น หลักสูตรการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานสำหรับนักเรียน/นักศึกษา เพื่อให้เจริญสติตามแนวทางของพระพุทธศาสนา เกิดความสงบกาย วาจา ใจ และเป็นการอบรมจิตใจให้เกิดความเจริญงอกงาม หลักสูตรการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้บุคลากรในหน่วยงานต่าง ๆ ได้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานร่วมกัน เกิดความสงบ มีสติพัฒนาคุณภาพชีวิตเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ให้มีความพร้อมทั้งด้านร่างกายและด้านจิตใจ มีความฉลาดด้านอารมณ์และสติสัมปชัญญะ ซึ่งผู้วิจัยมีแนวคิดว่า หากผู้มาปฏิบัติธรรมสามารถได้รับการฝึกปฏิบัติทางพระพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องและสามารถนำไปใช้ในอาชีพของตนได้ จะทำให้เกิดประสบการณ์เชิงบวก ที่อยากจะทำหรือบอกเล่าให้ผู้อื่นมายังสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ฯ ได้เพิ่มมากขึ้น

2. วิถีชีวิตด้านกิจกรรมที่ทำและความสนใจในการมาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ฯ นิยมเรื่องทำบุญ ตักบาตรและการปฏิบัติธรรมซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นค่านิยมในการเข้ามาใช้บริการสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 หากทางสำนักปฏิบัติธรรมต้องการให้มีผู้มาสำนักฯ เพิ่มเติม อาจใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงรูปแบบกิจกรรม เช่น การตักบาตรด้วยข้าวสารอาหารแห้งและนำไปทำบุญต่อแก่ผู้ยากไร้ การจัดคอร์สปฏิบัติธรรมที่มีความแปลกใหม่ไปจากเดิมให้สอดคล้องกับสภาพวิถีชีวิตของผู้มาสำนักปฏิบัติธรรมในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี นอกเหนือไปจากปัจจัยด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงคุณภาพ โดยมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีเปรียบเทียบกับผลที่ได้จากการศึกษาในเชิงปริมาณครั้งนี้ เพื่อให้สามารถระบุถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ฯ อันจะเป็นประโยชน์ต่อแนวทางในการสร้างความโดดเด่นของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 ฯ เพื่อให้เกิดการบอกต่อมายังสถานที่แห่งนี้มากยิ่งขึ้น





## บรรณานุกรม

- ชูชัย สมितिไกร. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิ.พรินท์.
- ธนิกานต์ มะรินทร์. (2559). *การรับรู้ของประชากรศาสตร์ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาอย่างยั่งยืน*  
กรณีศึกษา: วัดสมานรัตนาราม จังหวัดฉะเชิงเทรา. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการ  
จัดการการท่องเที่ยว. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ธนิดา คงชัย. (2559). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิง*  
*สร้างสรรค์กับการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยว : ในบริบทเทศกาลดนตรี*. ศิลปศาสตร  
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- นชกฤต วันตะเมตต์. (2555). *การสื่อสารการตลาด : กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*  
บัญชีรายชื่อสำนักปฏิบัติธรรมประจำจังหวัดตามมคิมหาเถร กองพุทธศาสนศึกษา สำนักงาน  
พระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2564) เข้าถึงได้จาก  
<https://www.onab.go.th/th/content/category/detail/id/20/iid/12191>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ชธรรมสาร
- ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา. (2561). *การจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกงที่มีอิทธิพลต่อ*  
*นักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์พุทธ  
รักษ์ ปรานนอก. (2562). *การสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของวัดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา* .  
ขอนแก่น. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- มคิมหาเถรสมาคม. (2564) เข้าถึงได้จาก [http://mahathera.onab.go.th/index.php?url=mati\\_lst](http://mahathera.onab.go.th/index.php?url=mati_lst)มหา  
มงคล หวังนอก. (2562). *ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยการมี ส่วน*  
*ร่วมของชุมชนภาคอีสาน*. สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาสารคามรัตนาวดี คีรีวรรณ.  
(2559). *พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในจังหวัด*  
*สิงห์บุรี*
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2554). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. หจก โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา จังหวัด  
ขอนแก่น
- สุวิรัตน์สนธิ์ โสภณศิริ. (2554). *การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว : ก้าวแรกสู่การเป็นผู้*  
*บริหารธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ* : กรุงเทพฯ : อินทนิล



เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล. (2561). *พฤติกรรมผู้บริโภคกับธุรกิจค้าปลีก*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น  
อุชวัล สากยะ. (2559). *การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน จังหวัดเชียงราย*.

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยพะเยา  
อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ คลยา จาตุรงค์กุล. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อนุศักดิ์ นีน ไพบาล. (2562). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง  
อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี



## วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

### แบบสอบถาม

เรื่อง การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติการธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง

อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความจริงและขอขอบคุณท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย  ในช่อง  หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี

2. 20-30 ปี

3. 31-40 ปี

4. 41-50 ปี

5. 51 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

1. น้อยกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. สูงกว่าปริญญาตรี

## 4. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา
  2. ธุรกิจส่วนตัว  
 3. พนักงานบริษัทเอกชน
  4. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ  
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

## 5. รายได้

1. น้อยกว่าและเท่ากับ 10,000 บาท
  2. 10,001–20,000 บาท  
 3. 20,001–30,000 บาท
  4. 30,001–40,000 บาท  
 5. 40,001–50,000 บาท
  6. มากกว่า 50,001 บาท

## 6. สถานะทางครอบครัว

1. โสด
  2. สมรส  
 3. หย่าร้าง
  4. แยกกันอยู่  
 5. หม้าย

## 7. ศาสนา

1. ศาสนาพุทธ
  2. ศาสนาอิสลาม  
 3. ศาสนาฮินดู
  4. ศาสนาซิกข์  
 5. ศาสนาคริสต์
  6. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

## 8. สัญชาติ

1. ไทย
  2. จีน  
 3. พม่า
  4. ลาว  
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านวิถีชีวิต

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ตรงตามความเป็นจริง

1. ท่านได้ทำกิจกรรมใดในสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง  
อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ทำบุญ                        | <input type="checkbox"/> 2. ปฏิบัติธรรม       |
| <input type="checkbox"/> 3. ปิดทองพระธาตุเจดีย์ทอง       | <input type="checkbox"/> 4. ไหว้พระ 9 วัด     |
| <input type="checkbox"/> 5. เดินวิง-การกุศล              | <input type="checkbox"/> 6. สวดมนต์ทำวัตรเย็น |
| <input type="checkbox"/> 7. สวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ |   |

2. ท่านให้ความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง  
อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ทำบุญ ตักบาตร                | <input type="checkbox"/> 2. การปฏิบัติธรรม                     |
| <input type="checkbox"/> 3. พระธาตุเจดีย์ทอง             | <input type="checkbox"/> 4. เข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา |
| <input type="checkbox"/> 5. กิจกรรมเดินวิง-การกุศล       | <input type="checkbox"/> 6. กิจกรรมไหว้พระ 9 วัด               |
| <input type="checkbox"/> 7. สวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่ |  |

3. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง  
อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

- 1. การมาปฏิบัติธรรมทำให้มีสมาธิและจิตใจสงบสุข
- 2. วัดเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าและมีความสวยงาม
- 3. ควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ต่อไป
- 4. พุทธศาสนิกชนมีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา



ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในแต่ละด้านของการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งประกอบด้วย การจาริกแสวงบุญ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความต้องการทางจิตวิญญาณ ความต้องการศึกษาทางศาสนา ความเชื่อ ความสงบสุข กิจกรรมนันทนาการ ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม ร่วมศาสนพิธี การปฏิบัติธรรม คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด ระดับ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>การจาริกแสวงบุญ</b>					
1. การเดินทางมาทำบุญไหว้พระ					
2. การเข้ารับฟังธรรมเทศนาจากพระอาจารย์วิทยากร					
3. การเดินทางมาเที่ยวชมความสวยงามของศาสนาสถาน โบราณวัตถุ					
<b>การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์</b>					
4. ปิดทองพระธาตุเจดีย์ทอง					
5. ไหว้สาการะพระธาตุเจดีย์ทอง					
<b>ความต้องการทางจิตวิญญาณ</b>					
6. การแสดงตนเป็นพุทธมามกะ เข้าร่วมศาสนพิธีต่างๆ					
7. การอนุรักษ์ศาสนาสถาน ประเพณีต่างๆ ให้คงอยู่ต่อไป					
8. การปฏิบัติธรรม ด้วยการกำหนดจิต เจริญวิปัสสนากรรมฐาน ดำรงอยู่ในสัมมาทิฐิ ดำเนินชีวิตด้วยสัมมาปฏิบัติ					

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>ความต้องการศึกษาทางศาสนา</b>					
9. ศึกษาหลักอริยสัจ ๔					
10. ศึกษาพระไตรปิฎก					
11. ศึกษาการเจริญวิปัสสนากรรม ตามสติปัฏฐาน ๔					
<b>ความเชื่อ</b>					
12. การมาปิดทองพระธาตุเจดีย์ทองจะช่วยให้ชีวิตเจริญรุ่งเรือง					
13. การปฏิบัติธรรมทำให้จิตใจสงบ มีสมาธิ เกิดปัญญา					
14. การทำบุญไหว้พระขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะทำให้สมหวังตามต้องการ					
<b>ความสงบสุข</b>					
15. การมาทำบุญไหว้พระ ถวายทาน ทำให้สุขภาพ สบายใจ					
16. สถานที่ภายในวัดเงียบสงบ เหมาะกับสงบจิตสงบใจ					
17. การรับฟังธรรมเทศนา ทำให้จิตใจสงบ และได้ข้อคิดดีจากการฟัง					
<b>กิจกรรมนันทนาการ</b>					
18. กิจกรรมเดินวิง-การกุศล					
19. กิจกรรมไหว้พระ ๙ วัด					
20. กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี ในวันขึ้นปีใหม่					
<b>ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม</b>					
21. เป็นแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานในพระพุทธศาสนา					

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
22. ประวัติความเป็นมาและความมีชื่อเสียงของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี					
23. มีความเป็นเอกลักษณ์ของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี					
<b>ร่วมศาสนพิธี</b>					
24. การทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา					
25. ทานพิธี เช่น การถวายทาน เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค					
26. การแสดงตนเป็นพุทธมามกะ เช่น เวียนเทียนในวันสำคัญทางศาสนา					
<b>การปฏิบัติธรรม</b>					
27. ปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์และวันสำคัญทางศาสนา					
28. การปฏิบัติธรรมวิปัสสนากรรมฐาน					
29. รักษาศีล ๘ ในระหว่างปฏิบัติธรรม และแต่งกายสุภาพสีขาว					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง  
อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

ระดับ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การบอกต่อ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>การบอกต่อ</b>					
1. ท่านจะเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการมาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่นๆด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อมากน้อยในระดับใด					
2. ท่านจะให้คำแนะนำเกี่ยวกับเส้นทางมาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่นๆด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อมากน้อยในระดับใด					
3. ท่านจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการมาปฏิบัติธรรมที่สำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่นๆด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อมากน้อยในระดับใด					
4. ท่านจะแชร์รูปภาพของสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่นๆมากน้อยในระดับใด					
5. ท่านจะแนะนำให้กับบุคคลอื่นๆด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อให้มาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากน้อยในระดับใด					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....





ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) แบบสอบถาม  
การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง  
อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี



## ผลการวิเคราะห์การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่องานนิพนธ์ : การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง

อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ

ดังรายนามต่อไปนี้

1. ดร.สุรติ สุพิชญางกูร

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2. ดร.รชฎ จันทร์น้อย

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

3. ผศ.ดร. ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัยได้กำหนดดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) ของแต่ละข้อ ไม่น้อยกว่า 0.5

(อ้างอิง) คังตารางสรูปกะแนนแบบทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม

ดังนี้ -1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ 1 หมายถึง สอดคล้อง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC	แปลผล
	1	2	3			
1. เพศ <input type="checkbox"/> 1. ชาย <input type="checkbox"/> 2. หญิง	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. อายุ <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 20 ปี <input type="checkbox"/> 2. 20-30 ปี <input type="checkbox"/> 3. 31-40 ปี <input type="checkbox"/> 4. 41-50 ปี <input type="checkbox"/> 5. 51 ปีขึ้นไป	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. การศึกษา <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่าปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าปริญญาตรี	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4. อาชีพ <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา <input type="checkbox"/> 2. ธุรกิจส่วนตัว <input type="checkbox"/> 3. พนักงานบริษัทเอกชน <input type="checkbox"/> 4. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5. รายได้ <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่าและเท่ากับ 10,000 บาท <input type="checkbox"/> 2. 10,001–20,000 บาท <input type="checkbox"/> 3. 20,001–30,000 บาท <input type="checkbox"/> 4. 30,001–40,000 บาท <input type="checkbox"/> 5. 40,001–50,000 บาท <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 50,001 บาท	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

6. สถานะทางครอบครัว <input type="checkbox"/> 1. โสด <input type="checkbox"/> 2. สมรส <input type="checkbox"/> 3. หย่าร้าง <input type="checkbox"/> 4. แยกกันอยู่ <input type="checkbox"/> 5. หม้าย	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
7. ศาสนา <input type="checkbox"/> 1. ศาสนาพุทธ <input type="checkbox"/> 2. ศาสนาอิสลาม <input type="checkbox"/> 3. ศาสนาฮินดู <input type="checkbox"/> 4. ศาสนาซิกข์ <input type="checkbox"/> 5. ศาสนาคริสต์ <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
8. สัญชาติ <input type="checkbox"/> 1. ไทย <input type="checkbox"/> 2. จีน <input type="checkbox"/> 3. พม่า <input type="checkbox"/> 4. ลาว <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....	1	1	0	2	0.67	สอดคล้อง

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านวิถีชีวิต

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC	แปลผล
	1	2	3			
<p>1. ท่านได้ทำกิจกรรมใดในสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี</p> <p><input type="checkbox"/> 1. ทำบุญ</p> <p><input type="checkbox"/> 2. ปฏิบัติธรรม</p> <p><input type="checkbox"/> 3. ปิดทองพระธาตุเจดีย์ทอง</p> <p><input type="checkbox"/> 4. ไหว้พระ 9 วัด</p> <p><input type="checkbox"/> 5. เดินวิ้ง-การกุศล</p> <p><input type="checkbox"/> 6. สวดมนต์ทำวัตรเย็น</p> <p><input type="checkbox"/> 7. สวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่</p>	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
<p>2. ท่านให้ความสนใจเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี</p> <p><input type="checkbox"/> 1. ทำบุญ ตักบาตร</p> <p><input type="checkbox"/> 2. การปฏิบัติธรรม</p> <p><input type="checkbox"/> 3. พระธาตุเจดีย์ทอง</p> <p><input type="checkbox"/> 4. เข้าร่วมพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา</p> <p><input type="checkbox"/> 5. กิจกรรมเดินวิ้ง-การกุศล</p> <p><input type="checkbox"/> 6. กิจกรรมไหว้พระ 9 วัด</p> <p><input type="checkbox"/> 7. สวดมนต์ข้ามปีในวันขึ้นปีใหม่</p>	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
<p>3. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๕ วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังนิคม จังหวัดชลบุรี</p> <p><input type="checkbox"/> 1. การปฏิบัติธรรมทำให้สมาธิและจิตใจสงบสุข</p> <p><input type="checkbox"/> 2. วัดเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าและมีความสวยงาม</p>	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

<input type="checkbox"/> 3. ควรช่วยกันอนุรักษ์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีให้คงอยู่ต่อไป						
<input type="checkbox"/> 4. พุทธศาสนิกชนมีความเลื่อมใสศรัทธาใน พระพุทธรูปศาสนา						

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC	แปลผล
	1	2	3			
<b>1.การจาริกแสวงบุญ</b>						
1. การเดินทางมาทำบุญไหว้พระ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. การเข้ารับฟังธรรมเทศนาจากพระอาจารย์ วิทยากร	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. การเดินทางมาเที่ยวชมความสวยงามของศาสนา สถาน โบราณวัตถุ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
<b>2.การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์</b>						
1. ปิดทองพระธาตุเจดีย์ทอง	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. ไหว้สาการะพระธาตุเจดีย์ทอง	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC	แปลผล
	1	2	3			
<b>3.ความต้องการทางจิตวิญญาณ</b>						
1. การแสดงตนเป็นพุทธมามกะ เข้าร่วมศาสนพิธี ต่างๆ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. การอนุรักษ์ศาสนสถาน ประเพณีต่างๆ ให้คงอยู่ ต่อไป	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. การปฏิบัติธรรม ด้วยการกำหนดจิต เจริญ วิปัสสนากรรมฐาน ดำรงอยู่ในสัมมาทิฐิ ดำเนิน ชีวิตด้วยสัมมาปฏิบัติ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

<b>4.ความต้องการศึกษาทางศาสนา</b>						
1. ศึกษาหลักอริยสัจ ๔	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. ศึกษาพระไตรปิฎก	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. ศึกษาการเจริญวิปัสสนากรรมตามสติปัฏฐาน๔	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
<b>5.ความเชื่อ</b>						
1. การมาเปิดทองพระธาตุเจดีย์ทองจะช่วยให้ชีวิตเจริญรุ่งเรือง	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. การปฏิบัติธรรมทำให้จิตใจสงบ มีสมาธิ เกิดปัญญา	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. การทำบุญไหว้พระขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จะทำให้สมหวังตามต้องการ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
<b>6.ความสงบสุข</b>						
1. การมาทำบุญไหว้พระ ถวายทาน ทำให้สุขภาพสบายใจ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. สถานที่ภายในวัดเงียบสงบ เหมาะกับสงบจิตสงบใจ	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. การรับฟังธรรมเทศนา ทำให้จิตใจสงบ และได้ข้อคิดดีๆจากการฟัง	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
<b>7.กิจกรรมนันทนาการ</b>						
1. กิจกรรมเดินวิ่ง-การกุศล	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. กิจกรรมไหว้พระ ๙ วัด	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี ในวันขึ้นปีใหม่	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง



รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC	แปลผล
	1	2	3			
<b>8.ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม</b>						
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานในพระพุทธศาสนา	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. ประวัติความเป็นมาและชื่อเสียงของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังสนิม จังหวัดชลบุรี	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. มีความเป็นเอกลักษณ์ของสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพุนนังสนิม จังหวัดชลบุรี	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
<b>9.ร่วมศาสนพิธี</b>						
1. การทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. ทานพิธี เช่น การถวายทาน เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. การแสดงตนเป็นพุทธมามกะ เช่น เวียนเทียนในวันสำคัญทางศาสนา	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
<b>10.การปฏิบัติธรรม</b>						
1. ปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์และวันสำคัญทางศาสนา	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. การปฏิบัติธรรมวิปัสสนากรรมฐาน	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. รักษาศีล ๘ ในระหว่างปฏิบัติธรรม และแต่งกายสุภาพสีขาว	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอ  
พนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC	แปลผล
	1	2	3			
1. ท่านจะเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการมาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่นๆด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อมากน้อยในระดับใด	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
2. ท่านจะให้คำแนะนำเกี่ยวกับเส้นทางมาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่นๆด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อมากน้อยในระดับใด	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
3. ท่านจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการมาปฏิบัติธรรมที่สำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่นๆด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อมากน้อยในระดับใด	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
4. ท่านจะแชร์รูปภาพของสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีให้กับบุคคลอื่นๆมากน้อยในระดับใด	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง
5. ท่านจะแนะนำให้บุคคลอื่นๆด้วยการสื่อสารแบบบอกต่อให้มาสำนักสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมากน้อยในระดับใด	1	1	1	3	1.00	สอดคล้อง

ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.99



แบบสอบถามที่สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงปริมาณ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... *Surat*

ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ

ลงชื่อ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา

ชื่อเรื่องงานวิทยานิพนธ์.....การบอกต่อให้มาส่วนนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๙ วัดเกาะแก้วคลองหลวง

ส่วนเขตพื้นที่สนธิคม.จังหวัดชลบุรี.

ชื่อผู้วิจัย.....นายวราภรณ์ น. ล้อมีทอง

รหัสประจำตัว.....๕๓๗๑๐๐๓๑

นิสิตหลักสูตร ๒ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร (Ex-mba รุ่น 46/1)

หมายเลขโทรศัพท์...๐๑๕-๕๑๕๕๕๕๕, email 63710039@su.burapha.ac.th

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชนนิ แผลโยธิน

ข้อมูลเบื้องต้น

๑. วัดอุประสงฆ์

- 1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิต, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา, การบอกต่อ
- 1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิตกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนสนธิคม จังหวัดชลบุรี
- 1.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนสนธิคม จังหวัดชลบุรี



แบบสอบถามที่สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงปริมาณ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....

ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ

..... 25/1/65

ลงชื่อ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา

ชื่อเรื่องงานวิทยานิพนธ์.....การบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง

สำนักสงฆ์สันนิคม จังหวัดชลบุรี

ชื่อผู้วิจัย.....นพวรรณโพธิ์ สัมปโลง

รหัสประจำตัว.....63710039

นิสิตหลักสูตร ๒ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร (Ex-mba รุ่น 46/1)

หมายเลขโทรศัพท์.....095-5158555. email 63710039@so.buu.ac.th

อาจารย์ที่ปรึกษา.....ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพนันท์ เจริญไธรินทร์

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัดอุประสงค์

- 1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิต, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา, การบอกต่อ
- 1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิตกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนันทนิคม จังหวัดชลบุรี
- 1.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกต่อให้มาสำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอนันทนิคม จังหวัดชลบุรี



แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงปริมาณ)

- ได้  
 ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน  
 ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีณยา เลิศพุทธิรักษ์

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

...5...../...กุมภาพันธ์.../...2565.....

ชื่อเรื่องงานพิมพ์.....การรณลกศอโง้ให้มาสำนักรปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๙.วัดเกาะแก้วคลองหลวง

อำเภอพนัสนิคม.จังหวัดชลบุรี.

ชื่อผู้วิจัย.....นายวรวรณัน.ฉิมเมือง

รหัสประจำตัว.....63710039

นิสิตหลักสูตร ๒ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร (Ex-mba รุ่น 46/1)

หมายเลข โทรศัพท์...095-5158555. email 63710039@ab.burapha.ac.th

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ศส.สุพนนิน.เมธีโชติจิน.

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัดจุประสังข์

- 1.1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิต, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา, การบอกรับ  
 1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล, วิถีชีวิตกับการบอกรับให้มาสำนักรปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19

วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

- 1.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีอิทธิพลกับการบอกรับให้มาสำนักรปฏิบัติธรรมแห่งที่ 19 วัดเกาะแก้วคลองหลวง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

## ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายวรรณัย จำเมือง
วัน เดือน ปี เกิด	7 กันยายน พ.ศ. 2536
สถานที่เกิด	อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	42 หมู่ 6 ตำบลไผ่หลักทอง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	ตำแหน่ง Strategic Planning officer บริษัท มิตซูบิชิ เทอร์โบชาร์จเจอร์ เอเชีย จำกัด
ประวัติการศึกษา	จบการศึกษาปริญญาตรีคณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

