



แนวทางการพัฒนาบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไหว้พระเก้าวัด
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The behaviour and the contentment of a tourist who have to build
monk 9 Wat salutation, in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

นัตยา เกตุสมบุญ*

Nattaya Ketsomboon

บทคัดย่อ

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการไหว้พระเก้าวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาไหว้พระเก้าวัดและระดับความพึงพอใจของผู้มาไหว้พระเก้าวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พร้อมทั้งเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้มาไหว้พระเก้าวัดและการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมมาไหว้พระเก้าวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นชาวไทยได้มาไหว้พระในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน ๔๐๐ คน ซึ่งใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS การวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการวิจัยเป็นเพศหญิง (ร้อยละ ๕๙.๕) อายุอยู่ในช่วง ๒๑-๔๐ ปี (ร้อยละ ๔๕.๐) การศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (ร้อยละ ๔๐.๖) อาชีพโดยทำงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ ๓๗.๗) รายได้ไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทต่อเดือน (ร้อยละ ๓๒.๒) สถานภาพสมรสแล้ว (ร้อยละ ๔๔.๘) และภูมิลำเนาจากต่างจังหวัด (ร้อยละ ๓๗.๔) ที่เป็นจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่กรุงเทพมหานครหรือจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและปริมณฑล

ส่วนพฤติกรรมของผู้มาไหว้พระเก้าวัด ทราบข่าวจากเอกสารแนะนำไหว้พระเก้าวัด (ร้อยละ ๓๒.๒) ลักษณะการเดินทางของผู้มาไหว้พระด้วยรถส่วนตัว (ร้อยละ ๘๓.๙) และเหตุผลที่ผู้มาเที่ยวอยุธยาเพื่อไหว้พระเพื่อพักผ่อนและไหว้พระ (ร้อยละ ๕๕.๐) ความถี่ของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้มาไหว้พระ ๖ ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ ๓๕.๕) ช่วงวันในการมาไหว้พระของกลุ่มตัวอย่างเป็นวันอาทิตย์ (ร้อยละ ๕๕.๐) ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่มาไหว้พระอยุธยาครบครัน (ร้อยละ ๕๒.๐) และกิจกรรมที่ให้

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.



บากราบไหว้พระมีความศักดิ์สิทธิ์ฯ (ร้อยละ ๓๘.๗) ความเชื่อในการมาไหว้พระที่อยุธยาแล้วทำให้จิตใจสบายขึ้น (ร้อยละ ๕๕.๓) การมาไหว้พระที่อยุธยาของกลุ่มตัวอย่างมีการใช้จ่ายประมาณไม่เกิน ๑,๐๐๐ บาท (ร้อยละ ๖๕.๓) และการจะกลับมาไหว้พระที่อยุธยาอีกหรือไม่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคาดว่าจะมาไหว้พระปีละ ๒-๓ ครั้ง (ร้อยละ ๓๘.๘)

สำหรับระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มาไหว้พระในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมแต่ละข้อในด้านสถานที่ของวัดมีระดับความพึงพอใจมาก ด้านอำนวยความสะดวกมีระดับความพึงพอใจมาก ด้านการให้บริการของวัดมีระดับความพึงพอใจมาก และด้านบรรยากาศมีระดับความพึงพอใจมาก

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มาไหว้พระเก้าวัดที่อยุธยา โดยรวมเพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจของผู้มาไหว้พระเก้าวัดไม่ต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันโดยทุกข้อ มีระดับความพึงพอใจในการมาไหว้พระเก้าวัดต่างกัน ด้านการศึกษาที่ต่างกันซึ่งทุกข้อมีระดับความพึงพอใจไม่ต่างกัน ด้านอาชีพที่ต่างกันโดยทุกข้อมีระดับความพึงพอใจต่างกันด้านรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันโดยรวมมีระดับความพึงพอใจไม่ต่างกัน ด้านสถานภาพสมรสที่ต่างกันโดยรวมมีระดับความพึงพอใจต่างกัน และด้านภูมิลำเนาที่แตกต่างกันซึ่งทุกข้อมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้มาไหว้พระเก้าวัดที่อยุธยา โดยด้านเพศที่ต่างกันโดยรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการมาไหว้พระต่างกัน ด้านอายุที่ต่างกันโดยรวมมีพฤติกรรมในการมาไหว้พระไม่ต่างกัน ด้านการศึกษาที่ต่างกันโดยรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการมาไหว้พระต่างกัน ด้านอาชีพที่ต่างกันโดยรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการมาไหว้พระที่ต่างกัน ด้านรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันโดยรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการมาไหว้พระที่ต่างกัน ด้านสถานภาพสมรสที่ต่างกันโดยรวมมีพฤติกรรมการมาไหว้พระไม่ต่างกันและทางด้านภูมิลำเนาที่แตกต่างกันโดยรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการมาไหว้พระที่อยุธยาแตกต่างกัน

คำสำคัญ :

Abstract

From the research story to the behaviour and the contentment of a tourist who have to build monk nine temple salutation in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, by have the objective for study the behaviour of person come to pay respect to the Buddha 9 Wat and contentment level of person come to pay respect to the Buddha nine a temple in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, together with,



compare with contentment level of person come to pay respect to the Buddha nine a temple and the analysis seek the relation between personal factor with coming to behaviour pay respect to the Buddha nine a temple in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, by use the sample can is Thai comes to pay respect to the Buddha in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, 400 persons amounts, which, use readymade way Statistics Program, SPSS, the research can summarize as follows,

The research result is the female (59.5 %) percentages age are during 21-40 year (45.0%) education high school education percentages are/, the vocational certificate is (40.6 %) occupation percentages by work a company/work for general (ten thousands one 37.7 %) income not exceed baht percentages build month (32.2 %) marriage status percentages have already (44.8 %) percentages and the domicile are from provincial (37.4 %) percentages that are other province at s are not Bangkok or, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province and the perimeter,

Behaviour part of person come to pay respect to the Buddha nine a temple , know news from the manual pays respect to the Buddha nine a temple (32.2 %) character travel percentages of person come to pay respect to the Buddha with individual car (83.9 %) percentages and the reason at person come to tour Phra Nakhon Si Ayutthaya for pay respect to the Buddha for relax and pay respect to the Buddha (55.0 %) frequency percentages of the sample at s person come to pay respect to the Buddha 6 time go up (35.5 %) period percentages day in coming to s pay respect to the Buddha of the sample s are Sunday (55.0 %) character percentages of source sample s pay respect to the Buddha Phra Nakhon Si Ayutthaya and a family (52.0 %) percentages and the activity that bevel plain pay respect to the Buddha to have the magical power (38.7 %) belief percentages in coming to s have paid respect to the Buddha at Phra Nakhon Si Ayutthaya already s make comfortable mind s go up (55.3 %) coming to percentages pay respect to the Buddha at Phra Nakhon Si Ayutthaya s of the sample s have buying s about 1,000 not exceed a baht (65.3 %) percentages will and something come back to pay respect to the Buddha at Phra Nakhon Si Ayutthaya again not, which, the sample will suppose to come to pay respect to the Buddha year vacate 2-3 time (38.8 %),



For contentment level of source sample pays respect to the Buddha in Phra Nakhon Si Ayutthaya province, generally, each in the sense of of the temple place is high class many contentment, a side offers the convenience to are high class many contentment, alms side serves the of the temple is high class many contentment, and atmosphere side, be high class many contentments,

The relation between personal factor with the behaviour of person come to pay respect to the Buddha nine a temple where Phra Nakhon Si Ayutthaya , by gender side generally differently affect to build [wasp] coming to behaviour pays respect to the Buddha differently, a side age at generally differently has the behaviour in coming to pays respect to the Buddha not differently, education side generally differently affect to build coming to behaviour pays respect to the Buddha differently, occupation side generally differently affect to build [wasp] coming to behaviour pays respect to the Buddha that differently, income side builds [wasp] month at generally differently affect to build coming to behaviour pays respect to the Buddha that differently, marriage status side generally differently has coming to behaviour pays respect to the Buddha not differently and of different domicile generally affect to build coming to behaviour pay respect to the Buddha at Phra Nakhon Si Ayutthaya different,

Keywords :

บทนำ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดหนึ่งซึ่งตั้งอยู่ภาคกลางซึ่งเป็นดินแดนแห่งอารยธรรมที่สืบเนื่องมาแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นความเจริญที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน นอกจะอุดมสมบูรณ์เป็นอยู่ช้ำอู่แล้วยังมีทรัพยากรทางธรรมชาติมากมาย และแหล่งท่องเที่ยวโบราณคดี โบราณสถาน เช่น วัดวาอารามต่างๆ ปราสาทราชวังที่งดงาม นอกจากนี้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาก็ยังเป็นศูนย์รวมทางการท่องเที่ยวที่กระจายไปสู่ภูมิภาคอื่นๆ ของภาคกลาง และยังเป็นพื้นที่ที่มีความเจริญขึ้นอย่างมาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นทุกด้านในกิจกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยม



ชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและแอฟริกา รวมถึงชื่อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมผลงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับการไหว้พระเก้าวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งประกอบด้วย ๑) วัดพนัญเชิง ๒) วัดใหญ่ชัยมงคล ๓) วัดหน้าพระเมรุ ๔) วัดธรรมิกราช ๕) วัดไชยวัฒนาราม ๖) วัดท่าการ้อง ๗) วัดพุทไธสวรรย์ ๘) วัดมงคลบพิตร ๙) วัดไชยวัฒนาราม

วัตถุประสงค์การวิจัย

๑. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาไหว้พระเก้าวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
๒. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้มาไหว้พระเก้าวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
๓. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้มาไหว้พระในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
๔. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมผู้มาไหว้พระเก้าวัด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ประชากรคือ ประชาชนคนไทยที่เดินมาไหว้พระในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นประชาชนที่มีทั้งมาจากกรุงเทพมหานคร มาจากในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและปริมณฑล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๔๐๐ คน ที่เดินทางมาไหว้พระตามวัดต่างๆ จำนวน ๙ วัด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มจากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนดไว้ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น ๓ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน ๗ ข้อ

ส่วนที่ ๒ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางมาไหว้พระอยุธยา จำนวน ๑๐ ข้อ

ส่วนที่ ๓ แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มาไหว้พระตามวัด จำนวน ๒๕ ข้อ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่มาไหว้พระเก้าวัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ ๕๙.๕) อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง ๒๑-๔๐ ปี (ร้อยละ ๔๕.๐) การศึกษาส่วนใหญ่ระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (ร้อยละ ๔๐.๖) อาชีพส่วนใหญ่ทำงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ ๓๗.๗) รายได้ส่วนใหญ่ไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทต่อเดือน (ร้อยละ ๓๒.๒) สถานภาพส่วนใหญ่สมรสแล้ว (ร้อยละ ๔๔.๘) และภูมิลำเนาส่วนใหญ่มา



จากต่างจังหวัด (ร้อยละ ๓๗.๔) ที่เป็นจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่กรุงเทพมหานครหรือจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และปริมณฑล

ส่วนพฤติกรรมของผู้มาไหว้พระแก้วัด ส่วนใหญ่ทราบข่าวจากเอกสารแนะนำไหว้พระแก้วัด (ร้อยละ ๓๒.๒) ลักษณะการเดินทางของผู้มาไหว้พระส่วนใหญ่มาด้วยรถส่วนตัว (ร้อยละ ๘๓.๙) และเหตุผลที่ผู้มาเที่ยวอยุธยาเพื่อไหว้พระส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อนและไหว้พระ (ร้อยละ ๕๕.๐) ความถี่ของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้มาไหว้พระส่วนใหญ่มา ๖ ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ ๓๕.๕) ช่วงวันในการมาไหว้พระของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นวันอาทิตย์ (ร้อยละ ๕๕.๐) ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่มาไหว้พระอยุธยาส่วนใหญ่มาไหว้พระกับครอบครัว (ร้อยละ ๕๒.๐) และกิจกรรมที่เฝ้ากราบไหว้พระมีความศักดิ์สิทธิ์ (ร้อยละ ๓๘.๗) ความเชื่อในการมาไหว้พระที่อยุธยา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไหว้พระแล้วทำให้จิตใจสบายขึ้น (ร้อยละ ๕๕.๓) การมาไหว้พระที่อยุธยาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้จ่ายประมาณไม่เกิน ๑,๐๐๐ บาท (ร้อยละ ๖๕.๓) และการจะกลับมาไหว้พระที่อยุธยาอีกหรือไม่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดว่าจะมาไหว้พระปีละ ๒-๓ ครั้ง (ร้อยละ ๓๘.๘)

โดยรวมแต่ละข้อในด้านสถานที่ของวัดมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = ๓.๙๑$) ด้านอำนวยความสะดวกมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = ๓.๘๑$) ด้านการให้บริการของวัดมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = ๓.๗๐$) และด้านบรรยากาศ มีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = ๓.๙๙$)

การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มาไหว้พระแก้วัดที่อยุธยา
โดยรวมเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจของผู้มาไหว้พระแก้วัดไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันโดยทุกข้อ มีระดับความพึงพอใจในการมาไหว้พระแก้วัดความแตกต่างกัน ด้านการศึกษาที่แตกต่างกันซึ่งทุกข้อมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ด้านอาชีพที่แตกต่างกันโดยทุกข้อมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันโดยรวมมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันโดยรวมมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน และด้านภูมิลำเนาที่แตกต่างกันซึ่งทุกข้อมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

การหาความสัมพันธ์หรือส่งผลต่อระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้มาไหว้พระแก้วัดที่อยุธยา โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล คือด้านเพศที่แตกต่างกันโดยรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการมาไหว้พระแตกต่างกัน ด้านอายุที่แตกต่างกันโดยรวมมีพฤติกรรมในการมาไหว้พระไม่แตกต่างกัน ด้านการศึกษาที่แตกต่างกันโดยรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการมาไหว้พระแตกต่างกัน ด้านอาชีพที่แตกต่างกันโดยรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการมาไหว้พระที่แตกต่างกัน ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันโดยรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการมาไหว้พระมีความแตกต่างกัน ด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันโดยรวมมีพฤติกรรมการมาไหว้พระไม่แตกต่างกัน และทางด้านภูมิลำเนาที่แตกต่างกันโดยรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการมาไหว้พระที่อยุธยาแตกต่างกัน



การวิจารณ์/อภิปรายผล

การที่ผู้มาไหว้พระเป็นเพศหญิงมากชาย เป็นเพราะเพศหญิงชอบเข้าวัดทำบุญไหว้พระ หรือหาที่พึ่งทางใจมากกว่าชาย และช่วงอายุของหนุ่มสาวมาทำบุญไหว้พระ ซึ่งสอดคล้องกับระดับการศึกษาที่ส่วนใหญ่จบระดับมัธยมศึกษา/ปวช. และทำงานบริษัทต่างๆ ส่วนพฤติกรรมการมาไหว้พระ ที่ทราบข่าวจากเอกสารแนะนำไหว้พระแก้ววัดซึ่งเป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์ทางวัดและกิจการของรถทัวร์ โดยเดินทางด้วยรถส่วนตัว และเหตุผลที่ผู้มาเที่ยวอยุธยาเพื่อพักผ่อนและไหว้พระด้วย ส่วนความถี่ที่มาไหว้พระ ๖ ครั้งขึ้นไปนับว่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ทำให้ประชาชนสนใจมาไหว้พระโดยเฉพาะวันเสาร์อาทิตย์และมาไหว้พระกับครอบครัว และความเชื่อในการมาไหว้พระแล้วทำให้จิตใจสบายขึ้น โดยการใช้จ่ายไม่เกิน ๑,๐๐๐ บาท พร้อมทั้งจะกลับมาไหว้พระที่อยุธยาอีก เพราะว่าการเดินทางสะดวก

ความพึงพอใจของผู้มาไหว้พระในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยด้านสถานที่ของวัดมีระดับความพึงพอใจมากนั้น เป็นเพราะปัจจุบันมีการปรับปรุงและพัฒนาโบราณสถานให้ดียิ่งขึ้น และอำนวยความสะดวกให้ผู้มาทำบุญไหว้พระซึ่งเป็นการเน้นให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจทำให้ผู้มาทำบุญสบายใจเพิ่มขึ้น

ส่วนความพึงพอใจของผู้มาไหว้พระที่อยุธยา มีทั้งแตกต่างกันและไม่แตกต่างกัน เช่น เพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจของผู้มาไหว้พระแก้ววัดไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันโดยทุกข้อ มีระดับความพึงพอใจในการมาไหว้พระแก้ววัดความแตกต่างกัน ด้านการศึกษาที่แตกต่างกันซึ่งทุกข้อมี ระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ด้านอาชีพที่แตกต่างกันโดยทุกข้อมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันโดยรวมมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันโดยรวมมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน และด้านภูมิลำเนาที่แตกต่างกันซึ่งทุกข้อมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นการทำบุญไหว้พระเป็นเรื่องของความเชื่อศรัทธาทางด้านจิตใจมากกว่าสิ่งอื่น

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามเฉพาะผู้มาทำบุญไหว้พระ ซึ่งยังมีได้ศึกษาวิธีการบริหารจัดการของผู้บริหารหรือเจ้าอาวาสในแต่ละวัด จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

๑. ข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารนำไปปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

๑) ด้านสถานที่ของวัด ควรจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอกับประชาชนที่มาทำบุญไหว้พระและจัดที่จอดรถให้เป็นระเบียบ โดยเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ และจัดระบบการรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินและสิ่งของผู้มาทำบุญไหว้พระ โดยทำป้ายแสดงขั้นตอนถึงกิจกรรมการทำบุญไหว้พระอย่างชัดเจน

๒) ด้านอำนวยความสะดวก ควรจัดเจ้าหน้าที่ของวัดไว้เพื่อคอยแนะนำถึงขั้นตอนทำบุญไหว้พระ และจัดที่นั่งพัก เพื่อผ่อนคลายจากการเดินทางไกล การจัดน้ำดื่มหรือน้ำมนต์ไว้บริการตามศรัทธาของผู้มาไหว้พระ และ จัดดอกไม้-ธูป-เทียนที่เห็นแล้วนำศรัทธาเพื่อไว้บริการให้กับผู้มาทำบุญไหว้พระ

๓) ด้านการให้บริการของวัด การให้บริการของเจ้าหน้าที่วัดควรเต็มไปด้วยอัธยาศัยและมิตรไมตรี ที่จะทำให้ผู้มาทำบุญไหว้พระเห็นแล้วสบายใจ และคอยดูแลเอาใจใส่ต่อผู้มาทำบุญไหว้พระ พร้อมทั้งจัดให้พระสงฆ์คอยคำแนะนำให้ความรู้หรือช่วยชี้ให้พรในขณะที่ทำบุญไหว้พระ

๔) ด้านบรรยากาศในวัด การจัดบรรยากาศภายในวัดให้มีความร่มเย็น มีความสงบเงียบ และมองเห็นสะอาดตา และการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ในวัดควรมีลักษณะสุภาพ เรียบร้อยและมีความเหมาะสม ให้ความเคารพบุคคลที่ควรเคารพหรือนับถือ โดยสร้างบรรยากาศภายในวัดหรือวิหารให้น่าเคารพศรัทธาในความศักดิ์สิทธิ์ เพราะจะทำให้ผู้มาทำบุญไหว้พระมีจิตใจสบายขึ้นซึ่งเชื่อมั่นในคุณธรรมพระพุทธศาสนา

๒. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยที่อาจมีขึ้นครั้งต่อไป

โดยควรทำวิจัยเน้นด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกเฉพาะพฤติกรรมกรรมการเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระและวิธีการบริหารจัดการภายในวัด โดยวัดที่ประชาชนนิยมมาทำบุญไหว้พระในวันเสาร์หรืออาทิตย์ วันละ ๓๐๐-๕๐ คน พร้อมทั้งถึงผลประโยชน์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว



บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **สรุปแผนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดภาคกลาง.**

กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๔๐.

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (๒๕๔๙). พระนครศรีอยุธยามรดกโลก. **พระนครศรีอยุธยา : จังหวัดฯ**

นุชศินี ยศปกรณ์. (๒๕๔๖). **การบริหารจัดการของบริษัทท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจ**

ของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)

พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

สุมาลี สุขเขตต์. การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่อการพักที่

สอร์ทเชิงอนุรักษ์. **วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป).**

พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, ๒๕๔๙

อภินันท์ จันตะนี. **ระเบียบวิธีวิจัยทางการจัดการชั้นสูง. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลง**

ภรณ์ราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔.

Cronbach, Lee J. **Essentials of Psychological Testing.** 3rd ed. New York : McGraw-Hill, 1974.

Fayol, Henry. **General and Industrial Management.** London : Pittman, 1983.

Herzberg, F. **The Motivation To Work.** New York : Wiley, 1959.

Kotler, Philip. **Marketing Management.** New York : Pearson Education, 1997.

