



พฤติกรรม และความพึงพอใจ ในปัจจัยการสื่อสาร ของนักท่องเที่ยวยุโรป
ที่มีต่อ วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา

โดย

นายสันติสุข บุรฉัตรเจริญกุล

วันที่ 20 S.H. 2553
เลขทะเบียน 012312 ๑13

อพพ.

๑10.๑๑1

๘ ๕๘๗ พ

ม.กธ.๘๘๓ท.

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2553

**Behavior and Satisfaction of Thai Tourists Visiting the
Sothorn Wararam Voramahavihan Temple In Chachoengsao**

BY

Mr. Suntisuk Burachatcharoenkul

**A Study Report Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Communication
Faculty of Communication Arts
KRIRK UNIVERSITY
2010**

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะนิเทศศาสตร์

สารนิพนธ์

ของ

นายสันติสุข บุรฉัตรเจริญกุล

เรื่อง

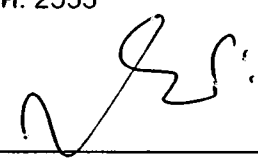
พฤติกรรมและความพึงพอใจในปัจจุบันการสื่อสารของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมมหาวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

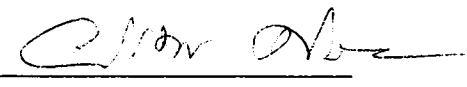
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ ๙๕ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๓

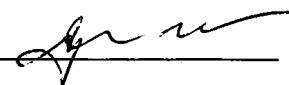
ประธานกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

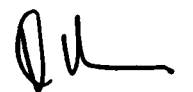
กรรมการสารนิพนธ์


(รองศาสตราจารย์ อรทัย ศรีสันติสุข)

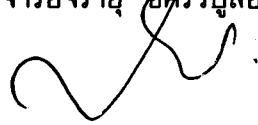
กรรมการสารนิพนธ์


(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

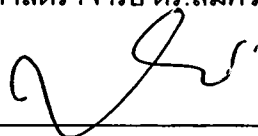
กรรมการสารนิพนธ์


(อาจารย์จिरาย อัครวิบูลย์กิจ)

หัวหน้าสาขาวิชา


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์

พฤติกรรม และความพึงพอใจ ในปัจจัยการสื่อสาร
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อ วัดโสธรวราราม
รวมหาวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทราชื่อผู้เขียน

ชื่อผู้วิจัย

นายสันติสุข บุรฉัตรเจริญกุล

สาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย

สาขาวิชา การสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/
คณะนิเทศศาสตร์/มหาวิทยาลัยเกริก

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ

ปีการศึกษา

2552

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจ ในปัจจัยการสื่อสาร ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหารและเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive) คือ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย การสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบจำนวนผู้มาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร โดยใช้สูตรของดับเบิลยูจิคอคแคเรน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ซึ่งเป็นมาตรวัดประมาณค่า (rating scale) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test One-way Anova F-test และ LSD

ผลการศึกษาพบว่า 1. พฤติกรรมการมาสักการะบูชาที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ส่วนใหญ่เดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหารมากกว่า 3 ครั้ง โดยเดินทางมากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง และส่วนใหญ่จะเดินทางมา

ช่วงเวลา วันหยุด สุดสัปดาห์ วัตถุประสงค์หลักที่เดินทางมาเพื่อนมัสการหลวงพ่อบุญโสธร ทำบุญ และแก้บน

(2)

2. ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ใน การศึกษาครั้งนี้พบว่า โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้าน ผลลัพธ์ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้านสถานที่ มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านราคา และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

3. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหารแตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ

.05

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์ สมควร กวียะ ประธานกรรมการที่ปรึกษา ในการทำสารนิพนธ์เรื่องนี้ และเจ้าหน้าที่ของโครงการ ในคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริกแห่งนี้ ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ทุกท่านที่เมตตา กรุณา ได้ให้ความรู้ คำแนะนำในหลาย ๆ ด้าน ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสมบูรณ์ จนทำให้สารนิพนธ์เล่มนี้สามารถสำเร็จลงได้ด้วยดี นิตินขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณเพื่อนนิตินทุกท่านที่คอยให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ ทั้งการเรียน และการจัดทำ การวิเคราะห์ข้อมูล สารนิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบคุณบิดา มารดา ที่ส่งให้มาศึกษาเล่าเรียน ในมหาวิทยาลัยเกริกแห่งนี้ จนการศึกษา ค้นคว้านี้เสร็จสมบูรณ์

สันติสุข บุรฉัตรเจริญกุล

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญแผนภาพ	(15)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	9
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
1.5 นิยามคำศัพท์	11
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิดในการวิจัย	
2.1 ทฤษฎีสารเวลา	12
2.2 ทฤษฎีสวนประสมการตลาด	13
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	14
2.4 ทฤษฎีแรงจูงใจและการท่องเที่ยว	15
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
2.6 กรอบแนวคิด	21
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	
3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา	22
3.2 ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูล	22
3.3 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง	22
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	24

สารบัญ (ต่อ)

	(หน้า)
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย	27
ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงพฤติกรรมกรรมการมาสักการะที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร	29
ส่วนที่ 3 ข้อมูลแสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธร วรารามวรมหาวิหาร	31
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร	34
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	57
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	58
5.3 ข้อเสนอแนะ	60
ภาคผนวก	62
แบบสอบถาม	63
บรรณานุกรม	68
ประวัติผู้วิจัย	70

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
2	จำนวนร้อยละของจำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาวัดโสธร วรารามวรมหาวิหาร	29
3	จำนวนร้อยละของการเดินทางมาวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ครั้งนี้ท่านเดินทางมากับใคร	29
4	จำนวนร้อยละของพาหนะที่ใช้เดินทางมาวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร	30
5	จำนวนร้อยละของช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านเดินทางมา วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร	30
6	จำนวนร้อยละของวัตถุประสงค์หลักที่ท่านเดินทางมา วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร	31
7	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์	31
8	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านราคา	32
9	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านสถานที่	32
10	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด	33
11	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหารด้านต่างๆ	33
12	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร จำแนกตามเพศ	34
13	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร จำแนกตามอายุ	33
14	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามอายุ	36

(7)

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวราราม รวมวิหารด้านราคา โดยจำแนกตามอายุ	37
16	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวราราม รวมวิหารด้านสถานที่ โดยจำแนกตามอายุ	38
17	ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามอายุ	39
18	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวรารามรวมวิหาร โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	40
19	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวราราม รวมวิหารด้านผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	41
20	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวราราม รวมวิหารด้านสถานที่ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	43
21	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวราราม รวมวิหารด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามระดับ การศึกษา	43
22	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวรารามรวมวิหาร โดย จำแนกตามอาชีพ	44
23	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวราราม รวมวิหารด้านผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามอาชีพ	45
24	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวราราม รวมวิหารด้านราคา โดยจำแนกตามอาชีพ	46

(8)

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
25	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวราราม รวมวิหารด้านสถานที่ โดยจำแนกตามอาชีพ	48
26	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวราราม รวมวิหารด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามอาชีพ	48
27	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมวิหาร โดย จำแนกตามรายได้(ต่อเดือน)	49
28	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวราราม รวมวิหารด้านผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามรายได้(ต่อเดือน)	50
29	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวราราม รวมวิหารด้านราคา โดยจำแนกตามรายได้(ต่อเดือน)	51
30	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวราราม รวมวิหารด้านสถานที่ โดยจำแนกตามรายได้(ต่อเดือน)	52
31	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวราราม รวมวิหารด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามรายได้(ต่อ เดือน)	53

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ศาสนา หมายถึง ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งเหนือธรรมชาติ หรือ หลักการ สถาบัน หรือ ประเพณี ที่เป็นที่ยึดถือโดยทั่วไปแล้วอาจกล่าวได้ว่า ศาสนาเป็นสิ่งที่ควบคุมและประสานความสัมพันธ์ของมนุษย์ ให้อยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข หรือ หลักการและวิถีทางที่มนุษย์เลือกใช้ในการดำรงชีวิต สำหรับประเทศไทย ประชาชนมีเสรีภาพในการนับถือศาสนา โดยพระมหากษัตริย์ทรงเป็นอัครศาสนูปถัมภ์ ทุกศาสนา ศาสนาสำคัญและมีคนนับถือมากที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ ศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลาม ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู และศาสนาซิกข์

ในศาสนาพุทธสิ่งที่เป็นตัวแทนของพระพุทธเจ้า ซึ่งเป็นที่นับถือ ยึดถือของแต่ละบุคคล หรือ เครื่องรางของขลังอะไรเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจก็ตาม ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของพระพุทธรูป พระพิมพ์ พระเหรียญ พระสงฆ์ แต่ที่จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัดโสธรวรารามวรมหาวิหารซึ่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางปะกง ห่างจากปากน้ำขึ้นไป ประมาณ 24 กิโลเมตร ในสมัยก่อนซึ่งสันนิษฐานว่า จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นเมืองใหญ่ ซึ่งตั้งขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา ประมาณปี พ.ศ. 2092 ในแผ่นดินของพระมหาจักรพรรดิ เพื่อใช้ในการเป็นที่ระดมพล ในยามเกิดสงคราม และปรากฏชื่อเมืองฉะเชิงเทราเป็นครั้งแรกในพระราชพงศาวดาร ในแผ่นดินพระมหาธรรมราชา ขณะนั้นไทยเรากำลังบอบช้ำ เนื่องจากแพ้ศึกพม่า พญาละแวกกษัตริย์เขมรเห็นเป็นโอกาสงาม ที่จะได้ประชาชนพลเมืองของไทยไปเป็นกำลัง จึงยกกองทัพทางบก และทางเรือ เข้ากวาดต้อน ชาวเมืองจันทบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา และนครนายก ไปเป็นจำนวนมาก

ฉะเชิงเทรา หรือ ที่เรียกกันอีกชื่อหนึ่งว่า แปรริ้ว ห่างจากกรุงเทพฯประมาณ 100 กิโลเมตร มีพื้นที่ 5,351 ตารางกิโลเมตร พื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม เหมาะแก่การเพาะปลูก

ฉะเชิงเทราเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเดินทางมาเที่ยวชมเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมือง ริมแม่น้ำบางปะกงซึ่งมี “หลวงพ่อโส

ธร” ประดิษฐานอยู่ อันเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดฉะเชิงเทรา และด้วยประวัติของหลวงพ่อโสธร อันมีบุญบารมีอภินิหารความศักดิ์สิทธิ์ เป็นสิ่งมหัศจรรย์ที่ใคร ๆ จะปฏิเสธไม่ได้เลย และจะแข่งขันให้เท่าเทียมกันนั้นก็ยาก จะมีบ้างก็บางสถานที่ บางท่านบางคน ทั้งยังเป็นสิ่งที่เหนือเหตุผลของการพิสูจน์ ดังที่พระพุทธองค์ตรัสว่า สิ่งมหัศจรรย์นั้นเป็นอนัตตา ไม่ควรคิดค้นหาเหตุผล ความศักดิ์สิทธิ์อภินิหารจะคลบับคาลให้เกิดมีเฉพาะผู้มีบุญวาสนาและผู้เลื่อมใสศรัทธาเชื่อมั่นเท่านั้น หลวงพ่อโสธรองค์หนึ่งที่ทรงอานุภาพศักดิ์สิทธิ์มีอภินิหาร เป็นพระพุทธรูปที่ทรงอานุภาพศักดิ์สิทธิ์ เป็นมิ่งขวัญของชาวจังหวัดฉะเชิงเทรา และเป็นที่รู้จักเคารพบูชาของประชาชนทั้งหลาย หลวงพ่อโสธรเป็นพระพุทธรูปที่หล่อด้วยทองสัมฤทธิ์ หน้าตักกว้างประมาณ 1 ศอกเศษ ปรากฏชัดสมาธิเพชร

พระพุทธรูปปางสมาธิเพชร พระพุทธรูปอยู่ในพระอิริยาบถประทับ (นั่ง) ชัดสมาธิไขว้พระขงฆ์ (แข็ง) หงายฝ่าพระบาททั้งสองข้าง ฝ่าพระหัตถ์วางหงายซ้อนกันบนพระเพลา (ตัก) พระหัตถ์ก็ขวาทับบนพระหัตถ์ซ้าย

ความเป็นมาของปางสมาธิเพชร

หลังจากที่พระบรมโพธิสัตว์รับหญ้าจาก โสถดิยพราหมณ์แล้ว ทำนำไปปูล่างบัลลังก์ ณ ฌคองไม้้อสตัดโพธิพฤกษ์ แล้วประทับ(นั่ง) ชัดสมาธิ อธิษฐานว่า “เนื้อและเลือดในสรีระนี้ แม้จะเหือดแห้งไปหมดสิ้น จะเหลือแต่หนังเอ็นและกระดูกก็ตามที ถ้าเรายังไม่บรรลุนุตรสัมมาสัมโพธิญาณก็จักไม่ทำลายบัลลังก์นี้”

แต่ได้เสริมแต่ขึ้นจากเดิมโดยพอกปูนลงลัก ปิดทอง ให้เป็นพระพุทธรูปปางสมาธิ หน้าตักกว้าง 3 ศอก 5 นิ้ว พระเนตรเนื้อเลียนแบบพระสมัยลานช้าง หรือเรียกกันสามัญว่า “พระลาว” ซึ่งวัดที่ประดิษฐานนี้มีชื่อเรียกว่า วัดหงส์ โดยที่วัดนี้มีเสาใหญ่ มีหงส์เป็นเครื่องหมายติดอยู่กับยอดเสา วัดนี้ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำบางปะกงด้านทิศตะวันตก สถานที่ตั้งวัดแต่ดั้งเดิมนั้น เวลานี้ถูกน้ำเซาะพังเป็นแม่น้ำไปหมดแล้ว วัดนี้ใครเป็นผู้สร้าง และสร้างขึ้นในสมัยใดไม่ปรากฏ แต่ได้ความว่าเป็นวัดเก่าแก่สร้างมานานแล้วและได้เปลี่ยนชื่อเรียกเรื่อยมา จากสาเหตุที่วัดนี้ได้ชื่อว่า โสธร หรือ โสธร นั้นเล่ากันว่า กาลต่อมาหงษ์ใหญ่ที่ติดอยู่บนยอดเสานั้น พลัดตกลงมาหักลง คงเหลือแต่เสา จึงได้เอาผ้าสีนใหญ่ทำเป็นธงขึ้นไปแขวนไว้บนยอดเสาแทนหงส์ ประชาชนก็เลยเรียกชื่อตามนิมิตเครื่องหมายนั้นว่า วัดเสาธง นานมาเสาธงนี้ได้ถูกลมพายุพัดหัก โคนลงมาเป็น 2 ท่อน ชาวบ้านก็เลยถือเอานิมิตที่เสาธงหักเป็นท่อนนั้นตั้งเป็นชื่อวัดว่า “วัดเสาทอน” อยู่สันกาลช้านาน จวบจนถึงสมัยที่มีพระพุทธรูป 3 องค์ ฟัน้องล่องลอยน้ำมาจากเหนือ และใน

จำนวนพระพุทธรูป 3 องค์ นั้น ได้อารานาอัญเชิญขึ้นมาประดิษฐานไว้ที่วัดนี้ 1 องค์ คือ หลวงพ่อโสธร และปรากฏหลังครั้งหลังก่อนหลวงพ่อโสธรจะมีชื่อเรียกมาอย่างไรไม่มีใครทราบ เมื่อได้หลวงพ่อมาไว้สักการบูชาแล้ว ก็ได้มีท่านผู้รู้ออกความเห็น ว่า วัดนี้ยังเรียกชื่อวัดกันไม่แน่นอน จึงพร้อมใจกันเปลี่ยนชื่อวัดเสียใหม่ ว่า “วัดโสธร” อันหมายความว่า วัดพระ 3 องค์ ที่นั่งร่วมอุทรเดียวกัน เมื่อเปลี่ยนเป็นชื่อวัดโสธรแล้ว หมู่บ้านและคลองที่ขึ้นอยู่กับวัดนี้ก็ได้นำมาเปลี่ยนตามวัดไปด้วย เดิมทีเดิมวัดนี้ใช้ตัวหนังสือเขียนว่า “โสทร” ไม่ได้เขียนว่า “โสธร” ดังปัจจุบันนี้ แต่เนื่องด้วยพระพุทธรูปที่ได้มาก็คือ หลวงพ่อโสธร นั้น มีอานุภาพและความศักดิ์สิทธิ์ที่ปรากฏ และรูปทรงท่านสวยงามมาก จึงได้เขียนและเปลี่ยนชื่อวัดเสียใหม่ ว่า “วัดโสธร” ซึ่งมีความหมายว่า “พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์” มาจนทุกวันนี้ คำว่า “โสธร” นี้มีพระอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นว่า เป็นนามที่ศักดิ์สิทธิ์ (โส) เป็นอักษรสำเร็จรูป ป้องกันทุกข์โศกโรคภัยได้ทั้งปวง (ธ) นั้นเป็นพยัญชนะอำนาจ มีคະเชษานุภาพ (ธ) เป็นอักษรมหานิยมเป็นที่ชื่นชมของเทวดาและมนุษย์

เมื่อ พ.ศ. 2458 สมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระยาวชิรญาณวโรรสพระสังฆราชเสด็จมาตรวจการคณะสงฆ์ที่วัดโสธร ทรงสันนิษฐานว่า ผู้ที่ให้ชื่อวัดนี้ไม่ใช่คนที่ไม่มีความรู้ เพราะเป็นนามที่ไพเราะทั้งแปลก็ได้ใจความดังนี้ หลวงพ่อโสธรมาประดิษฐานอยู่ที่วัดโสธรนานเท่าใด ไม่มีใครทราบได้แน่นอน พอจะมีเค้าตามคำบอกเล่าอันเกี่ยวโยงถึง หลวงพ่อบ้านแหลมจังหวัดสมุทรสงคราม และหลวงพ่อดโตวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการว่า เป็นพระพุทธรูปที่ลอยนำมาด้วยกัน และเป็นพระพี่น้องกัน และชาวบ้านแหลมได้อัญเชิญหลวงพ่อบ้านแหลมขึ้นจากน้ำเมื่อ พ.ศ. 2313 จึงคาดคะเนเอาว่าหลวงพ่อก็จะมาประดิษฐานอยู่ที่วัดโสธรราว พ.ศ. 2313 หรือก่อนนั้นก็ไม่น่าแน่ ประวัตติความเป็นมาของหลวงพ่อโสธรนี้มีผู้เล่าสืบ ๆ กันมาหลายกระแส ได้สอบถามผู้เฒ่าผู้แก่ หลายคน ซึ่งท่านเหล่านั้นก็ได้รับฟังมาจากบรรพบุรุษเล่าให้ฟังต่อกันว่า “หลวงพ่อโสธร” ลอยตามน้ำ มีพระพี่น้องชายกัน 3 องค์ อยู่ทางเมืองเหนือแสดงอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ล่องลอยมาตามแม่น้ำจากทางทิศเหนือ เรือยมาตามลำแม่น้ำเจ้าพระยา ในที่สุดมาหยุดขึ้นใน แม่น้ำบางปะกง ณ ที่ตำบลหนึ่ง และแสดงปาฏิหาริย์ล่องทวนกระแสทำให้ประชาชนเห็นทั้ง 3 องค์ ประชาชนแถบนั้นต่างพร้อมใจกันอารานาเอาเชือกพรวนมนิลากลงไปผูกมัดที่องค์หลวงพ่อทั้ง 3 แล้วช่วยกันถูลากขึ้นฝั่งด้วยจำนวนผู้คนประมาณ 500 กว่าคนก็ถูกลงไม่ได้ เชือกขนาดใหญ่ที่ผูกองค์หลวงพ่อทั้ง 3 ก็ขาดหลุดไม่สำเร็จตามความประสงค์ ครั้นแล้วหลวงพ่อทั้งสามองค์ก็จมน้ำหายไป ต่อหน้าคนทั้งหมด สถานที่พระพุทธรูปทั้ง 3 องค์ ได้ล่องทวนน้ำมานั้นเลยได้ชื่อว่า “ตำบลสามพระทวน” แต่ต่อมากลับเรียกว่า สัมปทวน ได้แก่แม่น้ำหน้าวัดสัมปทวน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ทุกวันนี้ ต่อจากนั้นพระพุทธรูปทั้ง 3 องค์ ก็ล่องลอยตามแม่น้ำบางปะกง เลยผ่านหน้าวัดโสธร ไปถึงคู้้งน้ำได้วัดโส

ธร แสดงอภินิหารผุดขึ้นให้ชาวบ้านบางนั้นเห็น ชาวบ้านได้ช่วยกันอาราธนาผุดขึ้นฝั่งทำนองเดียวกันกับ
 ชาวสัมปทวน แต่ก็ไม่สำเร็จหมู่บ้านบางนั้นจึงได้ชื่อว่า บางพระ มาจนถึงทุกวันนี้ จากนั้นพระพุทธรูปทั้ง
 3 องค์ก็ล่องลอยทวนน้ำขึ้นมาถึงและลอยวนอยู่ที่หัวเลี้ยว ตรงกองพันทหารช่างที่ 2 ปัจจุบัน สถานที่
 พระพุทธรูปทั้ง 3 องค์มาลอยวนอยู่นั้นจึงเรียกกันว่า แหลมห้ววน และได้จมน้ำหายไปหลังจากนั้น
 พระพุทธรูปองค์ที่ใหญ่ ได้แสดงอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ ล่องลอยไปผุดขึ้นที่ลำน้ำแม่กลอง จังหวัด
 สมุทรสงคราม ประชาชนชาวประมงอาราธนาขึ้นได้ และประดิษฐานเป็นมิ่งขวัญอยู่ที่วัดบ้านแหลม เรา
 เรียกว่าหลวงพ่อบ้านแหลม ทุกวันนี้ เป็นที่บูชานับถือกันว่าเป็นพระที่ศักดิ์สิทธิ์ ทัดเทียมกับ หลวง
 พ่อโสธร ส่วนองค์สุดท้ายได้แสดงอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ล่องลอยไปผุดขึ้นที่ปากคลองสำโรง ชาวบ้านแถบ
 นั้นได้อาราธนาขึ้นแพใช้เรือพายลากจูง ทั้งอธิษฐานว่าจะขึ้นเป็นมิ่งขวัญที่ใด ก็ขอให้แพนั้นจงหยุดอยู่กับ
 ที่ แล้วล่องมาตามลำคลองแพนั้นก็มาหยุดอยู่หน้าวัดบางพลีใหญ่ใน จังหวัดสมุทรปราการ ชาวบางพลีก็
 ได้อาราธนาอัญเชิญประดิษฐานอยู่ที่วัดบางพลีใหญ่ใน ก็ปรากฏว่ามีผู้คนเคารพเลื่อมใสมากมาย
 ทัดเทียมกับหลวงพ่อบ้านแหลม และหลวงพ่อโสธร ส่วนพระพุทธรูปองค์กลาง คือ หลวงพ่อโสธร
 เมื่อลอยตามน้ำมาจากหัวนวดังกล่าวแล้ว ก็มาผุดขึ้นที่ท่าหน้าวัด โสธร กล่าวกันว่าประชาชนจำนวนมาก
 ทำการจตุลาคขึ้น โดยได้มีอาจารย์ผู้มีความรู้ทางไสยศาสตร์กระทำตามพิธีการอันถูกต้อง แล้วเอาค้าย
 สายสิญจน์คล้องกับพระหัตถ์หลวงพ่อโสธร อัญเชิญขึ้นมาบนฝั่ง นำมาประดิษฐานในวิหารสำเร็จตาม
 ความประสงค์ แล้วก็จัดให้มีการฉลองสมโภช และให้นามหลวงพ่อกว่า หลวงพ่อโสธร องค์หลวงพ่อโสธร
 จริง ๆ นั้นในสมัยที่ล่องลอยน้ำมาเดิม เป็นพระพุทธรูปที่หล่อด้วยทองสัมฤทธิ์ปางสมาธิเพชร หน้าตัก
 กว้างประมาณ 1 ศอกเศษ รูปทรงสวยงามมาก แต่ต่อมาพระสงฆ์ในวัดเห็นว่ากาลต่อไปภายหน้าฝูงคนที่มี
 ตัณหาและความโลภแรงกล้ามีอหังการเป็นบาปลามกไม่มีความศรัทธาเลื่อมใส จักนำไปเป็นประโยชน์
 ส่วนตัวจะไม่เป็นการปลอดภัย จึงพอกปูนเสริมให้ใหญ่หุ้มองค์จริงไว้ภายในดังปรากฏที่เห็นในปัจจุบันนี้
 สถานที่วัด โสธรตั้งอยู่เดิมภายแแรกนั้น ทางบกเป็นป่ามีหมู่บ้านคนน้อยมาก การคมนาคมไม่ค่อยสะดวก
 เมื่อหลวงพ่อกว่ามาประดิษฐานอยู่ที่วัดโสธรแล้ว ประชาชนชาวเรือนับถือว่า ถ้าได้บอกขอต่อหลวงพ่อโสธร
 แล้ว สิ้นค้าก็ซื้อขายคล่องเป็นเทน้ำเทท่า เรือแพที่ผ่านไปมาในแม่น้ำพอถึงที่ตรงกับโบสถ์หลวงพ่อโส
 ธรแล้ว ผู้ที่นิยมนับถือและเห็นความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อกว่าก็กวักเอาน้ำในแม่น้ำซึ่งนับถือว่าเป็นน้ำมนต์
 หลวงพ่อดื่มน้ำ ลูบศิระบ้าง ล้างหน้าประพรมเรือ สิ้นค้าในเรือ ดังได้เห็นกันอยู่ทุกวันนี้ ครั้นต่อมา
 การคมนาคมทางบกสะดวกขึ้น จึงมีผู้คนไปนมัสการหลวงพ่อกว่ากันมากขึ้น ผู้ใดเจ็บป่วยก็มาขอความ
 กุ้มครองจากหลวงพ่อโสธร และก็ได้รับสมความปรารถนาเป็นส่วนมาก กิตติศัพท์ความศักดิ์สิทธิ์ของหลวง
 พ่อโสธรได้แผ่ไพศาลไปในถิ่นต่าง ๆ มูลเหตุที่มีงานสมโภชนั้น เล่นกันว่า สมัยหนึ่งบ้านโสธรเกิดข้า
 ยากหมากแพง ฝนแล้งข้าวกล้าในนาเหี่ยวแห้งตาย สัตว์ที่ใช้เป็นพาหนะเกิดโรคระบาด ผู้คนทั้งเด็กและ

ผู้ใหญ่เป็นโรคฝีดาษล้มเจ็บลงตามกัน ผู้ที่พอหนีได้ก็ทิ้งสมบัติบ้านเรือนหนีเอาตัวรอด ผู้ที่ป่วยไปไม่ไหว ก็นอนรอวันตายของตนอยู่ ในกาลนั้นยังมีบุรุษหัวหน้าครอบครัว ๆ หนึ่ง ก็ได้เป็นโรคนี้ เมื่อเห็นว่าไม่มีคนที่พอจะเป็นที่พึ่งกันได้ ก็เลยหันหน้าเข้าพึ่งสภะนัมสการอธิษฐานบนบานขอความคุ้มครองรักษาจาก หลวงพ่อโสธรในวิหาร รับเอายาดีของหลวงพ่อกว่า 3 อย่าง คือ ขี้รูป ดอกไม้เหี่ยวแห้งที่บูชาแล้ว 1 และ น้ำมันต์จากหลวงพ่อ 1 เอามาต้มกินทาอาบทั่วสรรพางค์กาย ปรากฏว่าได้ผลสมปรารถนา โรคภัยต่าง ๆ หายเป็นปกติด้วยความดีใจที่โรคหายสมประสงค์จึงจัดให้มีการสมโภชแก่นบถหลวงพ่อดังนั้นมา กิตติศัพท์ความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อ ก็แพร่ไปทั่วในถิ่นต่าง ๆ กว้างขวางมากยิ่งขึ้น จนเป็นที่เลื่องลือ นับถือบูชาว่าหลวงพ่อโสธรศักดิ์สิทธิ์ ผู้ใดปรารถนาสิ่งใดที่ชอบธรรม ท่านก็ประสิทธิ์ประสาทให้สมประสงค์ การสมโภชแก่นบถจึงมีขึ้นตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

ความสำคัญของหลวงพ่อโสธร พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ถึงกับทรงมีพระบรมราชวินิจฉัยเกี่ยวกับหลวงพ่อโสธร เมื่อคราวเสด็จประพาสเมืองฉะเชิงเทรา พ.ศ. 2541 ไว้ดังนี้

กลับมาแหวะวัดโสธร ซึ่งกรมหลวงดำรงคิดจะแปลว่า ยะโสธร จะให้เกี่ยวข้องกับแก่การที่ได้สร้างเมื่อเสด็จกลับจากไปตีเขมรแผ่นดินพระบรมไตรโลกนาถ หรือเมื่อใดนั้น แต่เป็นที่สงสัยด้วยเห็นไม่ถนัด พระพุทธรูปทำด้วยศิลาแลงทั้งนั้น องค์ที่สำคัญว่าเป็นหมอดินนั้น คือองค์ที่อยู่กลาง คูรูปตัก และเอวงามเป็นทำนองเดียวกับพระพุทธรูปเทวปฏิมากร แต่คอนบนกลายเป็นฝีมือนักปั้นปั้นว่าลายนามาก็เป็นความจริง เพราะเป็นศิลาแลงคงจะไม่ได้ทำในที่นี้

นอกจากพระบรมราชวินิจฉัยดังกล่าวแล้ว ยังมีนักโบราณคดีอีกสองท่านได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับองค์หลวงพ่อโสธรไว้ดังต่อไปนี้ หลวงรณสิทธิพิชัย เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งอธิบดีกรมศิลปากร ได้บันทึกไว้ว่า หลวงพ่อโสธรเป็นพระพุทธรูปปางสมาธิ หน้าตักกว้าง 1.65 เมตร สูง 1.98 เมตร เป็นพระพุทธรูปที่บูรณะขึ้นในสมัยปลายกรุงศรีอยุธยา หรือ ต้นกรุงรัตนโกสินทร์ และช่างที่บูรณะนั้น น่าจะเป็นช่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคอีสาน

เหตุที่สันนิษฐานว่าพระพุทธรูปโสธรได้บูรณะ หรือสร้างขึ้นในสมัยปลายกรุงศรีอยุธยา หรือต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ก็โดยสังเกตจากวงพักตร์ ชายสังฆาฏิ ทรวดทรง และศิลาในการสร้าง โดยเฉพาะช่างฝีมือนักปั้นปั้นทางภาคอีสาน การสร้างพระพุทธรูปไม่สู้จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก นายตรี อมาตย์กุล หัวหน้ากองประวัติศาสตร์กรมศิลปากร ได้ให้ทัศนะไว้ในเรื่องนำเที่ยว ฉะเชิงเทรา สรุปได้ว่า

พระพุทธรุโสธร เป็นพระพุทธรูปปางสมาธิลงรักปิดทอง มีขนาดสูง 1.98 เมตร หน้าตักกว้าง 1.65 เมตร จากการตรวจดูรูปภายนอก ซึ่งลงรักปิดทองไว้ ปรากฏว่าเป็นพระพุทธรูปฝีมือช่าง ซึ่งนิยมทำกันมากแถบหลวงพระบาง แถบประเทศอินโดจีน ฝรั่งเศส และทางภาคอีสานของไทย พอสรุปได้ว่า หลวงพ่อพุทธรุโสธร ไม่ได้ทำขึ้นในจังหวัดฉะเชิงเทรา แต่ไม่ได้นำมาจากที่อื่น เพราะพระพุทธรุโสธรทำด้วยศิลาแลง พระพุทธรูปเป็นฝีมือแบบล้านช้าง หรือที่เรียกว่า พระลาว ได้บูรณะสร้างขึ้นในปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา หรือต้นรัตนโกสินทร์

นอกจากนี้พระอุโบสถวัดโสธรวรารามรวมมหาวิหาร ยังได้รับความสำคัญให้นำมาใช้เป็นตราประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งปัจจุบันพระอุโบสถหลังเก่าได้รื้อถอน แล้วก่อสร้างพระอุโบสถหลังใหม่ขึ้นจนแล้วเสร็จในปีพ.ศ. 2499 ต่อมาในวันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2509 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พร้อมด้วยสมเด็จพระนางเจ้า พระบรมราชินีนาถ และพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าอุบลรัตน์ราชกัญญา ได้เสด็จมายังวัดโสธรวรารามรวมมหาวิหาร เพื่อทรงประกอบพิธีวิสาขบูชาตามขัตติยราชประเพณี เมื่อเสด็จภารกิจแล้วได้เสด็จออกนอกพระอุโบสถ และมีพระราชดำรัสว่า “ตั้งใจมานมัสการหลวงพ่พุทธรุโสธรนานแล้ว ทำไมสร้างพระอุโบสถแบบนี้ ไม่สมเกียรติหลวงพ่พุทธรุโสธร ให้ปรับปรุงแก้ไขพระอุโบสถเสียใหม่ และมีพระราชดำรัสถึงเรื่องโรงเรียน และแหล่งเสื่อมโทรมหน้าพระอุโบสถ ให้แก้ไขให้สมเกียรติหลวงพ่พุทธรุโสธร

ในปี พ.ศ. 2530 ทางวัดจึงได้มอบหมายให้ นายประเวศ ลิมปรังยี เป็นสถาปนิกผู้ออกแบบพระอุโบสถหลังใหม่ หลังจากได้ร่างแบบแปลนแผนผังงานก่อสร้างพระอุโบสถเสร็จแล้วก็ได้ส่งแบบแปลนแผนผังของพระอุโบสถหลังใหม่ให้สำนักราชเลขาธิการพระบรมมหาราชวัง เพื่อทูลเกล้าฯ ถวายทอดพระเนตร พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้มีพระราชกระแสว่าเรียบร้อยดีแล้วไม่ทรงมีข้อทักท้วงแก้ไข วันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2531 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พร้อมด้วยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จพระราชดำเนิน ทรงวางศิลาฤกษ์ ก่อสร้างพระอุโบสถวัดโสธรวรารามรวมมหาวิหาร สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีทรงรับเป็นองค์ประธานในการก่อสร้างพระอุโบสถ นับตั้งแต่วันที่ 5 มิถุนายนพ.ศ. 2535 ซึ่งสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพิธีบวงสรวงในการรื้อถอนพระอุโบสถหลังเดิม และดำเนินงานรื้อถอนพระอุโบสถหลังเดิม และการก่อสร้างพระอุโบสถหลังใหม่ จึงได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา

ความอลังการของพระอุโบสถหลังใหม่ หากเดินผ่านเข้าไปภายใน ประตูทางเข้า และผนังอาคารของโบสถ์เป็นจุดแรกที่ปะทะสายตา การก่อสร้างผนังภายนอกพระอุโบสถ ไปด้วยหินอ่อนจากอิตาลี เพื่อให้ทนแดดทนฝน และสวยงาม ซึ่งได้รับการบอกเล่าจากช่างว่า หินอ่อนจากอิตาลีมีความคงทน และมีอายุการใช้งานยาวนานกว่าหินอ่อนในเมืองไทย ส่วนผนังภายในใช้หินอ่อนในประเทศ ชும்กรอบประตูหน้าต่างทำด้วยหินเผา โดยนำหินขาวคุณภาพดีมาป็นเป็นชุ้มแล้วต้องเผาอุณหภูมิ 1,000 องศา เช่นกัน เมื่อเผาเสร็จแล้วตรงไหนอยากให้เป็นสีทองก็จะเคลือบน้ำทองอีกทีให้เปล่งปลั่งสวยงาม กระเบื้องหลังคาโบสถ์ทำจากเซรามิกเผาสีอ่อน เพื่อให้ตัดกับสีทองของ ฉัตรทองคำ ช่อฟ้า ใบระกา และทวย ขณะที่ยี่ว หรือกำแพงแก้ว ทำด้วยหินแกรนิตสีดำ สลับลูกกรงเหล็กสีดำคาดทอง กรรมวิธีของการทำส่วนประกอบพระอุโบสถแต่ละชิ้นแต่ละอันละเอียดลออ และต้องประณีตอย่างยิ่ง หากสิ่งไหนทำไปแล้วเกิดรอยแตก หรือตำหนิแม้แต่นิดเดียว ต้องทิ้งแล้วทำใหม่ทันที ดังนั้นจึงใช้เวลาในการก่อสร้างนานมาก สำหรับพื้นภายในพระอุโบสถเป็นหินอ่อนสีแดง สลักลวดลายเป็นห้วงมหาสมุทร ตรงกึ่งกลางเป็นดอกบัวขนาดใหญ่ มีกลีบคว่ำ กลีบหงายสลับกัน ภายในดอกบัวเป็นที่ประดิษฐานองค์พระ หลวงพ่อโสธรองค์จริง ซึ่งอยู่ตรงกลาง รายล้อมด้วยพระองค์อื่น ๆ อีก 13 องค์ ทั้งหมดอยู่ภายในฐานกลีบบัว ซึ่งมีเกสรบัวเป็นที่ระบายน้ำขึ้นได้ดินจากฐานองค์พระ ไม่ให้ความชื้นขึ้นมาทำลายองค์พระ

เลขานุการเจ้าอาวาส กล่าวว่าด้านบนสุด หรือ เพดานพระอุโบสถนั้นทำเป็นท้องฟ้ามีดาวระยับ เรียกว่า จักรวาล ใช้วัสดุเรืองแสง ถึงไม่เปิดไฟก็มองเห็นเป็นท้องฟ้าที่คารคายด้วยหมู่ดาว เป็นการสร้างตามตำราทางโหราศาสตร์ โดยจักรวาลจะทำมุมเล็งลักษณะกับองค์พระเป็นมิ่งมงคลอยู่ตลอดเวลาที่พระประดิษฐานในพระอุโบสถ จะเห็นว่าตั้งแต่หลวงพ่อบุทธโสธรขึ้นจากน้ำและมาประทับอยู่ที่ตรงพระอุโบสถปัจจุบันนี้ องค์พระไม่เคยขยับเขยื้อนไปไหนเลย และถ้ามองจากข้างล่างขึ้นไปจะเห็นว่าพระอุโบสถมีทั้งหมด 8 ชั้น ตั้งแต่ชั้น 5 ขึ้นไปเป็นที่ประดิษฐาน พระบรมสารีริกธาตุ ส่วนพื้นที่สี่มุมภายในพระอุโบสถเป็นชุ้มเสมาสำหรับบรรจุลูกนิมิต โดยลูกนิมิตนี้จะไม่ฝังดิน แต่จะใส่เข้าไปในชุ้มที่ตั้งไว้บนพื้น เพื่อกำหนดเป็นเขตพัทธสีมาที่ใช้ในการประกอบพิธีสังฆกรรมของสงฆ์

ทุกวันนี้จะมีผู้มานมัสการปิดทองหลวงพ่อบุทธโสธรเป็นจำนวนมาก เนื่องจากอุโบสถหลังเก่ามีสภาพทรุดโทรมและคับแคบ ทางคณะกรรมการวัดจึงได้มีมติให้รื้อ พระอุโบสถหลังเก่าและสร้างพระอุโบสถหลังใหม่ โดยอัญเชิญพระพุทธรูปองค์จำลองไปประดิษฐานไว้ ณ อาคารชั่วคราวเพื่อเปิดให้ประชาชนได้นมัสการตามปกติ ประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์และเริ่มดำเนินการก่อสร้างเมื่อ พ.ศ. 2530 โดย

มีสำนักงานโยธาจังหวัดเป็นผู้ควบคุมการก่อสร้าง เป็นอาคารทรงไทย ที่ออกแบบพิเศษ เฉพาะรัชกาล
ลักษณะแบบพระอุโบสถเป็นหลังคาประกอบเครื่องยอดชนิดยอดทรงมณฑปแบบไทย ที่ออกแบบ
พิเศษเฉพาะรัชกาลต่อเชื่อมด้วยวิหารทั้งด้านหน้า และด้านหลัง ด้านข้างต่อเชื่อมด้วยอาคารรูปทรง
เดียวกับพระวิหารเป็นอาคารมุขเด็จ จึงมีลักษณะเป็นอาคารมีหลังคาแบบจัตุมุขอย่างปราสาทไทยกว้าง
44.50 เมตร ยาว 123.50 เมตร ยอดฉัตรเป็นทองคำหนัก 77 กิโลกรัม มูลค่า 4 ล้านบาท ผนังด้านนอก
พระอุโบสถ เสา ผนัง และเพดานจะบรรจุเรื่องราวให้เป็นแดนแห่งทิพย์ เป็นเรื่องราวของสี่พันคร
มหาสมุทร จตุโลกบาล สวรรค์ดาวดึงส์ พรหมโลก ดวงดาว และจักรวาล ตำแหน่งของดวงดาวบน
เพดานจะกำหนดตำแหน่งตามดาราศาสตร์ตรงกับวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2539 ซึ่งเป็นวันยกยอดฉัตร
ทองคำ เหนือมณฑปพระอุโบสถและภาพของจักรวาลบนเพดานจะเป็นภาพเขียน ประดับโมเสกสี
ดังนั้นเมื่อการก่อสร้างเสร็จสมบูรณ์ จะเป็นพระอุโบสถที่มีขนาดใหญ่และสวยงามเป็นอย่างยิ่ง
อานุภาพความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อโสธร มีมากเหลือที่จะเล่าสู่กันฟังให้หมดได้ เพราะหลวงพ่อ
โสธรเปรียบเสมือนเป็นต้นโพธิ์ ต้นไทรอันใหญ่ ให้สรรพสัตว์ได้พำนักอาศัย หลวงพ่อเป็นร่มใหญ่กาง
กั้นสรรพภัยอันตราย ความเดือดร้อนลำเค็ญให้สรรพสัตว์ได้อยู่เย็นเป็นสุข เป็นแพทย์วิเศษพยาบาลผู้
อาพาธให้หายขาดไม่กลับคืนเป็นสภาวะที่พึ่งพิงของหมู่บ้านที่ถูกภัยคุกคาม เป็นนิธิบอนุญศลของ
ทายกทายิกาผู้ใฝ่หามุญศลเป็นหมอดูพยากรณ์ทายโชคชะตาวาสนาทั้งอดีต อนาคต ปัจจุบัน ให้ทุก
ท่านผู้ต้องการทราบหลวงพ่อเป็นสัพพัญญูสำเร็จวิชาทุกอย่างทั้งทางโลกและทางธรรม เป็นบรมครู
ของเทวดาและมนุษย์ไม่มีผู้ใดยิ่งไปกว่าหลวงพ่อ

หลวงพ่อโสธรเป็นพระศักดิ์สิทธิ์ มีประชาชนพุทธบริษัททั้งใกล้ไกลที่นับถือ และผู้ที่ไป
นมัสการ ไม่ขาด ทางวัดจึงจัดให้มีงานเทศกาลฉลององค์หลวงพ่อ ปีหนึ่งมีสองครั้ง คือ

1. งานเดือน 5 เรียกว่างานกลางเดือน 5 เริ่มงานตั้งแต่วันขึ้น 14-15 ค่ำ ถึงวันแรม 1 ค่ำ เดือน 5
รวม 3 วัน
2. งานเดือน 12 เรียกว่างานกลางเดือน 12 เริ่มงานตั้งแต่วันขึ้น 12 ค่ำ เดือน 12 ถึงวันแรม 1 ค่ำ
เดือน 12 รวม 5 วัน

จากลักษณะที่โดดเด่นของวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร เนื่องจากชื่อเสียงของวัดและองค์หลวง
พ่อโสธร จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสักการะหลวง

พ่อโสธรเป็นจำนวนมาก ทั้งในช่วงที่เป็นวันธรรมดา คือ จันทร์ ถึง ศุกร์ หรือ วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ หรือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ หรือ วันหยุด LONG WEEKEND

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร เพราะเห็นว่าศาสนามีส่วนสำคัญต่อการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางออกจากบ้านเพื่อไปทำบุญ กราบไหว้พระ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวในสถานที่อื่นๆ จึงจะนำข้อมูลพื้นฐานที่ได้มา ซึ่งจะแสดงให้เห็นรายละเอียดอันสามารถนำไปเพื่อพัฒนาปรับปรุง และแก้ไขในส่วนที่เป็นข้อบกพร่องและปัญหา ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนี้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน เมื่อทราบถึงพฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแล้ว จึงจะสามารถนำงานวิจัยฉบับนี้ไปเป็นแนวทางในการวางแผน เพื่อการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่หน่วยย่อยคือ วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร และสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง ขยายไปยังหน่วยใหญ่ซึ่งเป็นระดับจังหวัด เพื่อช่วยให้แผนงานต่าง ๆ นั้น บรรลุเป้าหมายไปได้ด้วยดี มีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ปริมาณเงินหมุนเวียน การอยู่ดีกินดีของประชาชนในท้องถิ่น ความเจริญในด้านสาธารณูปโภค ถนน สิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ เพื่อประโยชน์อันเกิดแก่ชาวจังหวัด ฉะเชิงเทราที่จะตามมาอันเนื่องจากความเจริญทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยว

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นับถือศาสนาพุทธ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและวางแผนการจัดการ วัดโสธรวรารามรวมมหาวิหาร
2. นำผลจากการวิจัยไปเพื่อพัฒนาปรับปรุงจุดต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น บริเวณ ร่มไม้ ความสะอาด ห้องน้ำ ร้านขายดอกไม้รูปเทียนของทางวัด
3. งานวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

1.5 นิยามคำศัพท์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะอธิบายความหมายของแต่ละคำไว้ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรม ในที่นี้ หมายถึง

-จุดประสงค์ในการเดินทางมาที่วัดโสธรวรารามรวมมหาวิหาร อาจจะเป็นเพื่อการท่องเที่ยว หรือเพื่อการแก้บน เมื่อได้สมปรารถนาในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

-ความเคารพ ความเลื่อมใส ความศรัทธา ในศาสนาพุทธ และหลวงพ่อโสธร ในที่นี้จะหมายถึง การแสดงออกมาในรูปของความเชื่อ การบนบานศาลกล่าว แล้วได้สมความปรารถนา

-ลักษณะของการเดินทางมาเพื่อการสักการะหลวงพ่อโสธร เช่น มากับพวกเพื่อน ๆ เป็นหมู่คณะ มากับทางครอบครัว มาเพื่อการทัศนศึกษาของสถาบันการศึกษา

-ในช่วงเวลา ในที่นี้จะหมายถึง จำนวนครั้ง ความถี่ที่เดินทางมาที่วัดโสธรวรารามรวมมหาวิหารในแต่ละปี

2. ความพึงพอใจ ในที่นี้ หมายถึง

-ปฏิบัติการ การตอบรับต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวในครั้งนี้ อันได้แก่ เกิดความพึงพอใจ เกิดความรู้สึกชอบ ชอบในกิจกรรมที่ทางวัด จัดขึ้น เช่นงานประจำปีหลวงพ่อโสธร

-ความชอบ ความประทับใจ คือ เกิดความพึงพอใจในบริเวณ สถานที่ต่าง ๆ ภายในบริเวณวัด ร้านค้าขายเครื่องสักการบูชา ร้านอาหาร จุดพักร้อนหลบแดด

- ไม่ชอบไม่ประทับใจ หมายถึง ไม่มีความพอใจ ในบริเวณ สถานที่ต่าง ๆ ภายในบริเวณวัด หรือกิจกรรมที่ทางวัดจัดขึ้น หรือ อื่น ๆ

3. นักท่องเที่ยวชาวไทย ในที่นี้ หมายถึง

-นักท่องเที่ยวชาวไทยที่นับถือศาสนาพุทธ ที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวในบริเวณวัดโสธร หรือ เพื่อกิจธุระอื่น ๆ เช่น การแก้บน เมื่อได้สมปรารถนาในเรื่องที่ตนปรารถนา

4. วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ในที่นี้ หมายถึง

พระอารามหลวง ชั้นตรี ชนิดวรวิหาร อยู่ในเขตเทศบาลเมือง รินแม่น้ำบางปะกง ซึ่งเป็นที่ประดิษฐาน “หลวงพ่อโสธร” จังหวัดฉะเชิงเทรา

5. ปัจจัยการสื่อสารหมายถึง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จากทางวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข้อมูลข่าวสาร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาวิจัย ได้ใช้ทฤษฎีต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ เพื่อประยุกต์ใช้กับการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม และความพึงพอใจในปัจจัยการสื่อสาร ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร”

2.1 ทฤษฎีสารเวลา (INFOTIME THEORY)

2.2 ทฤษฎีส่วนผสมการตลาด (MARKETING MIX'S)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (SATISFACTION CONCEPT)

2.4 ทฤษฎีแรงจูงใจและการท่องเที่ยว

2.1 ทฤษฎีสารเวลา (INFOTIME THEORY)

ทุกสรรพสิ่งในโลกล้วนมีข้อจำกัดตามกฎแห่งเวลาด้วยกันทั้งสิ้น ทุกคนจะมีทรัพยากรเวลาที่เท่ากันหมด คือ 24 ชั่วโมง จะมีกลางวัน และกลางคืน แต่สิ่งที่บอกถึงสารเวลา คือ อายุ ความยาวนาน ในทฤษฎีสารเวลา มีส่วนประกอบดังนี้

- สารเวลาทางกายภาพ (PHYSICAL INFOTIME) ซึ่งได้แก่ รูปลักษณ์ภายนอก สิ่งที่สามารถมองเห็นได้ สัมผัสได้ จะถูกสร้างจากธาตุต่าง ๆ ประกอบกันขึ้นมาเป็นชั้นเป็นอัน เป็นรูปร่างในที่นี้ องค์หลวงพ่อโสธร ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพ คือ เป็นพระพุทธรูปหล่อด้วยทองสัมฤทธิ์ หน้าตักกว้างประมาณ 1ศอกเศษ อยู่ในปางขัดสมาธิเพชร แต่ต่อมาได้ทำการพอกปูนลงลัก ปิดทอง เสริมแต่งขึ้นจากเดิม หน้าตักจึงกลายเป็น 3 ศอก 5 นิ้ว
- สารเวลาทางชีวภาพ (BIOLOGICAL INFOTIME) หล่อด้วยทองสัมฤทธิ์ แต่เนื่องจากความงดงามในองค์หลวงพ่อ พระลูกวัด โสธร เกรงว่าจะมีคนนำไปเป็นสมบัติส่วนตัว จึงทำการพอกปูนลงลัก ปิดทองเสียใหม่ แต่องค์ที่ให้สักการบูชาเป็นองค์จำลอง แต่ความเลื่อมใสศรัทธาองค์หลวงพ่อไม่ว่าจะเป็นองค์จริง หรือองค์จำลอง ก็เป็นที่เคารพสักการะอยู่ตลอด
- สารเวลาทางจิตวิทยา (PSYCHOLOGICAL INFOTIME) ความเลื่อมใส ศรัทธาเป็นความเชื่อของแต่ละบุคคล มีเรื่องเล่ามากมายเกี่ยวกับอภินิหารของหลวงพ่อโสธร อภินิหาร คือ สิ่งที่

มองไม่เห็น เป็นสิ่งเหนือธรรมชาติ มีคนเดินทางมากราบหลวงพ่เพื่อขอพร หรือบนบาน กับ หลวงพ่ออย่างมากมาย เมื่อได้ตั้งใจหวังแล้วก็มาแก้บน ตามที่ได้ให้สัญญาไว้กับหลวงพ่ ลักษณะทางจิตวิทยานี้ ต้องมาจากคำล่ำลือสืบทอดกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ต้องอาศัยเวลา ความเชื่อ ความศรัทธา และชื่อเสียงคำล่ำลือในทางบวก ในทฤษฎีสารเวลานี้เองจึงเหมาะสมแก่ คุณค่าทางจิตใจ ความยาวนาน ไม่ว่าเวลาจะผ่านไปนานสักเท่าไร คุณค่าทางจิตใจของ ประชาชนที่นับถือหลวงพ่โสธรก็ยังคงอยู่

- สารเวลาทางสังคม (SOCIOLOGICAL INFOTIME) ศาสนากับสังคมต้องอยู่ควบคู่กัน เพราะว่าศาสนาจะสอนให้คนในสังคมเป็นคนดี มนุษย์เป็นสัตว์สังคมต้องมีกฎระเบียบในการ อยู่ร่วมกัน ทุกคนจะต้องมีศาสนาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ การอยู่ร่วมกันจึงจะอยู่ได้อย่าง ปกติสุข ตัวแทนของพระพุทธเจ้าศาสดาของศาสนาพุทธ คือ พระพุทธรูปซึ่งเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ให้คนในสังคมมี ศีลธรรมอันดี ไม่เอารัดเอาเปรียบคนอื่น

2.2 ทฤษฎีส่วผสมการตลาด (MARKETING MIX'S)

ในการสื่อสารทางการตลาด จะทำให้คนรู้จักชื่อเสียงของวัดโสธรวรารามรวมหาวิหารนั้น เพื่อให้กลายเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ จะต้องเกิดจากการผสมผสานในหลาย ๆ สิ่งเข้าด้วยกัน ทฤษฎีของ MC CARTHY (1960s) คือ 4 Ps ที่จะนำองค์ประกอบต่าง ๆ มาเพื่อรวบรวมสร้าง ให้เป็นที่รู้จัก

- ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT) สิ่งที่โดดเด่น ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำให้คนรู้จักสถานที่แห่งนี้ รู้จัก วัดนี้ ของเด่นประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา คือ หลวงพ่โสธร ไม่มีใครปฏิเสธเลยว่า ไม่รู้จักหลวงพ่โสธร เมื่อมีผลิตภัณฑ์ ที่ดี เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียง ก็ง่ายแก่การส่งเสริมการท่องเที่ยว การจะทำให้คนเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยมาท่องเที่ยว มาสักการบูชาหลวงพ่ก็ง่ายเพราะผลิตภัณฑ์ ก็ยอมเป็นที่ ต้องการของตลาด พระเหรียญ พระผงรุ่นแรก ๆ ของหลวงพ่โสธร จึงมีคุณค่า มีราคาสูง เพราะเป็นที่ ต้องการของตลาด เป็นที่นิยมของนักเลงพระ

- ราคา (PRICE) ในที่นี้ อาจจะไม่ได้หมายถึงราคาเสมอไป แต่จะหมายถึง คุณค่า บามี อภินิหาร อัจฉริยะต่างๆ ที่ล่ำลือ ที่คนสมัยโบราณเล่าสืบทอดกันมา หลาย ๆ คนอาจจะได้พบได้เจอมา

กับตัวเอง สิ่งที่เป็นคุณค่านี้เองทำให้ส่งผลไปยังผลิตภัณฑ์คือหลวงพ่อโสธร ให้เป็นที่ยอมรับโดยประชาชนชาวพุทธ อีกทั้งยังส่งผลต่อธุรกิจพระเครื่อง เครื่องราง ของที่เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจคุ้มครองผู้ที่เคารพนับถือ ให้มีราคาซึ่งเป็นตัวเงินสูงขึ้นตามลำดับ ตามความต้องการของตลาด โดยปกติถ้าห้อยพระที่ค่ออยู่แล้ว ถ้าวันไหนถอดและลืมใส่ วันนั้นทั้งวันจะรู้สึกหงุดหงิดมาก เหมือนกับขาดบางสิ่งบางไป

- ช่องทาง (PLACE) ช่องทาง สถานที่ การเดินทาง ในสมัยก่อนการเดินทางไปต่างจังหวัด ยังไม่สะดวกเหมือนในปัจจุบัน ในปัจจุบันการคมนาคมสะดวกสบาย เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาทำให้โลกแคบขึ้น การเข้าถึงการเดินทางสะดวกสบายใช้เวลาอันสั้น ถนนหนทางดีกว่าในสมัยก่อน สาธารณูปโภค อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทำให้เอื้ออำนวยแก่การท่องเที่ยวอย่างมาก จะกลับเวลากลางคืนก็สะดวกเพราะมีไฟฟ้าตลอดทาง

- การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ (PROMOTION) สื่อต่าง ๆ ในปัจจุบัน และการเข้าถึง ทำให้ทุกคนได้รับข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นเชิญร่วมทำบุญ สร้างพระอุโบสถ งานประจำปีหลวงพ่อดาม WEBSITE จะมีข่าวบอกตลอดเวลา มีการตั้งกระทู้ถาม มีการบอกเส้นทางในการเดินทาง เส้นทางที่สะดวก สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง ป้าย BRANER ป้ายโฆษณา ตามสถานที่ที่จะเห็นได้ และเชิญให้คนไปร่วมงานทำบุญกับทางวัด ก็มีตลอด แต่สิ่งที่ขาดไม่ได้ที่จะจงใจให้คนอยากทำบุญมาก ก็คงจะเป็นของที่ระลึก ของดีที่ควรสะสม พระหลวงพ่อโสธรรุ่นสร้างพระอุโบสถ ถือเป็น PROMOTION ที่ดีที่สุดสำหรับทางวัดจะกระทำได้ และดึงดูด เพราะเมื่อวันเวลาแปรเปลี่ยนไป อายุของวัดดงมดก็จะมีค่าตามไปด้วย

ในทฤษฎีนี้ จะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะ จะส่งผลต่อปัจจัยตัวอื่น ๆ ให้ดีขึ้นให้คล้ายตามไปในทิศทางที่ดี ปัจจัยตัวอื่น ๆ อันได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง สินค้า OTOP ของที่ระลึกของจังหวัดฉะเชิงเทรา

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (SATISFACTION CONCEPT)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541:37) ได้กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจ เป็นระดับความรู้สึกที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติ หรือการทำงาน กับการคาดหวัง หรือระหว่างการ

รับรู้ต่อการปฏิบัติ กับการคาดหวัง หรือบริการที่คาดหวัง (EXPECTATION) ระดับความพึงพอใจเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ กับการคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังนั้นเกิดจากประสบการณ์ และความรู้ในอดีตของแต่ละบุคคล ฉะนั้นสิ่งสำคัญในด้านการบริการที่ทำให้ผู้ให้บริการประสบความสำเร็จคือ การเสนอบริการที่มีผลประโยชน์ สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (VALUE ADDED) เกิดจากการทำงานร่วมกันของฝ่ายต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ โดยยึดหลักการที่แตกต่างจากคู่แข่ง และความแตกต่างนั้นต้องมีคุณค่าในสายตาของผู้ใช้บริการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้ ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ ซึ่งความแตกต่างนี้จะเป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มจากผู้ให้บริการ

พิพัฒน์ พงษ์พูล (2546) ได้กล่าวไว้ว่า จากทฤษฎีเชื่อว่า เมื่อมีสิ่งกระตุ้นเกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีการตอบสนอง โดยการตอบสนองอาจจะเป็นไปในทางบวกหรือลบก็ได้ ถ้ามีการตอบสนองในทางบวก แสดงว่าผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจจากสิ่งกระตุ้นเหล่านั้น แต่ถ้าเป็นการตอบสนองในทางลบ หมายถึง ผู้บริโภคไม่ได้รับความพอใจจากสิ่งกระตุ้นเหล่านั้น เมื่อมีการตอบสนองในทางบวก และใช้สิ่งกระตุ้นนั้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการกระทำจนเป็นนิสัย เป็นความเคยชิน เช่น การโฆษณาโดยใช้สิ่งเร้าอย่างเดียวกัน ซ้ำแล้วซ้ำเล่าเพื่อให้เกิดการตอบสนอง คือ ซื้อสินค้าตราหือไอซ์หือหนึ่งเป็นประจำ มีความภักดีในตราหือหนึ่งนั้นแต่ถ้าผู้บริโภคชมโฆษณาแล้วไม่พึงพอใจก็หันไปซื้อสินค้าอื่นแทน

แนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของนักทอ่งเทียว (ฉลองศรี พิมลสมพงค์, 2542 : 33) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการ ความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตอบสนองความต้องการบริโภค นั้น ๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด นักทอ่งเทียวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหาและวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคของนักทอ่งเทียวว่ามีพฤติกรรมกรซื้อก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักทอ่งเทียวได้อย่างเหมาะสม

2.4 ทฤษฎีแรงจูงใจและการท่องเที่ยว (รท.หญิง เกิดศิริ และจุฑามาศ, 2543:45-46)

Fridgen (1991:5) ได้ให้ความหมายของคำว่าแรงจูงใจไว้ดังนี้ “Motivation is a force within an individual which causes him/her to do something to fulfill a biological need or psychological desire”

ในขณะที่ Murray (1964) ได้เสนอแนะว่าแรงจูงใจ คือ “an internal factor that arouses, direct, and integrates a person behavior”

คิ้ว ชุมสาย และ อุบพัน พรหมโยธี ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว โดยกล่าวว่า การเดินทางที่เป็นการท่องเที่ยวมีเงื่อนไขอย่างน้อย 3 ประการ

1. ต้องเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นไปตามความสนใจต้องการของผู้เดินทาง
3. ต้องมิใช่เพื่อรับสินจ้างในการนั้น

(ม. ล. คิ้ว และ อุบพัน, 2527: 43-44)

นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel Motivation) และพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวมีทั้งแรงผลัก (Push Factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องการเดินทางท่องเที่ยวและในขณะที่เดียวกันการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้น ขึ้นอยู่กับแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งทั้งสองปัจจัยหลักนี้ได้มีการศึกษาและ ค้นพบสาเหตุหลายประการดังนี้

แรงผลัก หรือ Push Factors (Unmet needs)

- Physical ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย ในที่นี้ เช่น หากเราต้องการทำงานหนัก ร่างกายย่อมต้องการการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อนร่างกาย (Mill, 1990) สิ่งที่ถูกเลือกอาจจะเป็นการเดินทางไปสักการะบูชาไปทำบุญ
- Escape หลีกหนีความจำเจ ความเครียด รถติด (ibid.; 1990) เพื่อที่จะหาสิ่งแปลกใหม่ สิ่งที่ชอบ หรือหาความสงบ ที่พึ่งทางจิตใจ

- Novelty ต้องการพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ (ibid.; 1990) ในอดีตวัดโสธรวรารามวรวิหารอาจจะเป็นอีกรูปแบบหนึ่ง แต่ในปัจจุบันได้รับการบูรณะใหม่ สร้างใหม่ มีความสวยงามมาก
- Esteem/Prestige ความภูมิใจที่คนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ (ibid.; 1990)ซึ่งความภูมิใจมักจะอยู่ในใจของผู้ที่เดินทางไปสักการะ หลวงพ่อโสธร
- To know and understand/Educational Vacation การเดินทางที่เกิดจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ และ การดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่อาศัยเดิม (Fisher and price, 1991) การศึกษาประวัติความเป็นมาของวัดโสธรวรารามวรวิหาร และหลวงพ่อโสธร ก็เป็นสิ่งที่ทุกคนให้ความสนใจที่จะศึกษา
- Coping ไปทำใจจากเรื่องร้าย ๆ (Fisher and Price, 1991) โดยการใช้ธรรมะเข้าข่ม ทำให้จิตใจสงบ ในทุกวันนี้ประชาชนนิยมเข้าวัดทำบุญ เพื่อทำใจ ทำให้จิตใจสงบ มีสมาธิ มีสติ
- Social – Kinship and New People ความต้องการในการเดินทาง เพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะได้ติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ๆ อย่างไรก็ตาม Kinship relations มีความแตกต่างจาก ความต้องการพบคนใหม่ ๆ Kinship อาจเป็นความต้องการที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว คนรัก หรือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าที่ห่างหายกันไปนานแรงผลักดันที่กล่าวข้างต้นนี้ เป็นเพียงเหตุจูงชนวน ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ต่อจากนี้ในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังสถานที่ใด นั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนอง ความต้องการที่เกิดขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ คือ แรงดึง หรือ Pull Factors

แรงดึงดูด หรือ Pull Factors (การเลือกจุดหมายปลายทาง)

Pull Factors คือ แรงดึงต่าง ๆ นำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ การไปทำใจ (Coping) เขาอาจต้องการไปที่เงียบ ๆ ไม่พบปะผู้คนเพื่อต้องการเวลาในการอยู่เงียบ ๆ คนเดียว แต่หากแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือ การสร้างความ

ภูมิใจให้ตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับทั่วไป แรงดึงดูดในที่นี้ อาจหมายถึงวัดโสธรวรารามวรวิหาร ซึ่งเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่เคารพสักการะบูชา

นอกจากทฤษฎี Push and Pull Factors นี้ Pearce (1988,1991) ได้ค้นคว้าวิจัย โดยใช้ทฤษฎี Five-fold hierachical system ของ Maslow (1959) ในการอธิบายแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว และชี้แนะว่าในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจมากกว่าหนึ่งปัจจัย โดยทั่วไปความต้องการในการท่องเที่ยวมักเริ่มต้นจากความต้องการในการตอบสนองความต้องการของร่างกายเป็นลำดับแรก (Biological needs) และหลังจากนั้นจะเป็นความต้องการความตื่นเต้น แต่เน้นความปลอดภัย (Stimulation with Safety and security needs), ความต้องการสร้างสัมพันธภาพ (Relationship), และความต้องการในการสร้างความภูมิใจ และพัฒนาศักยภาพของตนเอง (Self-esteem and development), และความต้องการขั้นสุดท้าย คือ ความต้องการความสมบูรณ์ ความสงบและความสุข (Fulfillment) ทฤษฎีที่กล่าวแล้วข้างต้นได้นำมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาทำความเข้าใจ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว

จากทฤษฎี และแนวคิดดังกล่าวข้างต้น จะนำมาประยุกต์เป็นเครื่องมือ ซึ่งก็คือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรวิหาร

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นายพิพัฒน์ พงษ์พูล (2546) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ด้านข้อมูลทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 25 ปี ลักษณะพฤติกรรมและความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพบว่า ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ไม่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ข้อมูลข่าวสารแหล่ง

ท่องเที่ยวได้จากโทรทัศน์ ประชาชนส่วนใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา สนใจไปท่องเที่ยวภายในประเทศที่ภาคเหนือ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชอบคือ ชายทะเล / เกาะ / แก่ง

พวงพิศ บุญระรัตน์ (2549) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในจังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากภาคกลาง ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1-2 วัน โดยส่วนใหญ่รู้จักที่พักเพราะมีคนแนะนำมา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ประกอบการคำนึงถึงนักท่องเที่ยวเพื่อที่จะตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และต้องการให้ภาครัฐและเอกชนกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อความยั่งยืนต่อไป

รัฐนิษฐ์ ชัยกิตติพันธ์ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวบึงฉวากจังหวัดสุพรรณบุรี จากปัจจัยส่วนบุคคลตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวที่บึงฉวากคือรายได้ ในการกำหนดปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวคือภาครัฐ และเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องร่วมกันสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

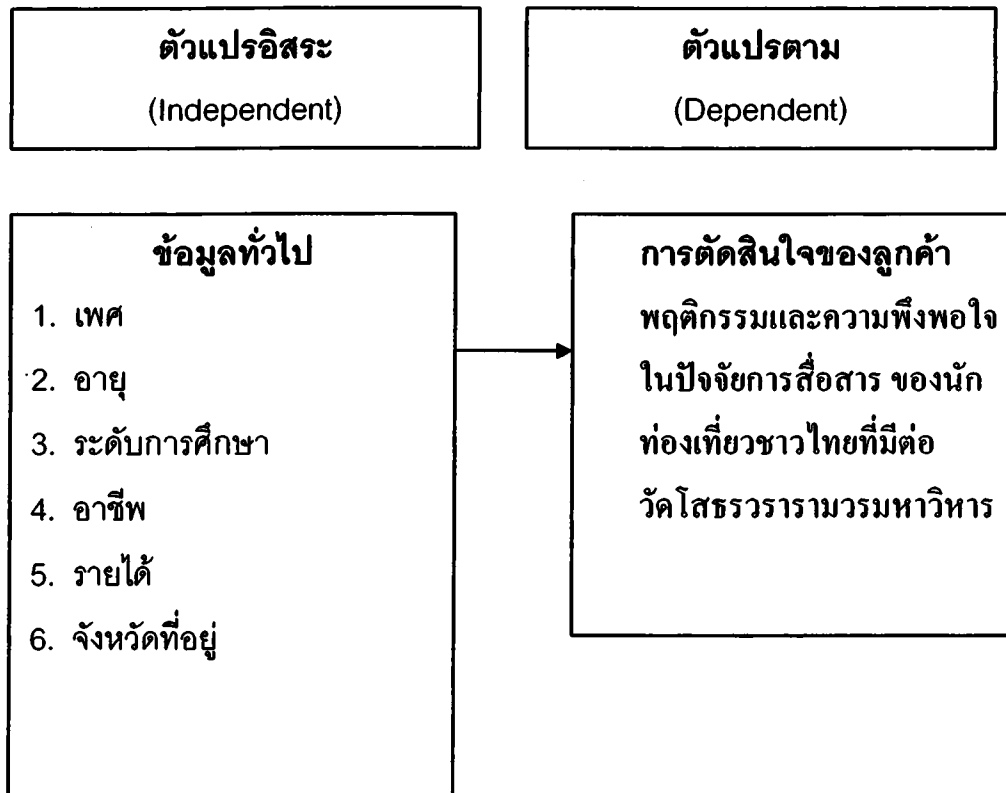
วารุณี ดันติวงค์วานิช (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกที่พักแรมศึกษา ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักแรม ศึกษาถึงปัญหาการเลือกที่พักแรมประเภทต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ภูมิฐานะ ที่มีอิทธิพลมากที่สุด การเลือกใช้ที่พักแรมแต่ละประเภทจะเลือกที่พักที่มีราคาถูก และไม่จองที่พักล่วงหน้า

วีรินทร์ อรรถไกรรัตน์ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปต่างประเทศกับบริษัทนำเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศ เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออกจากประเทศไทยทางท่าอากาศยานกรุงเทพฯ โดยตารางสุ่มตัวอย่างของ YAMANE จำนวน 400 คน คำสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือค่า

ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า T-Test และค่า F-Test โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทและ มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน ลักษณะการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวทุกครั้งในการเดินทางไปต่างประเทศเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนระดับการศึกษาและระดับรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว



2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา



วันที่ 20 S.A. 2553
เลขทะเบียน 012312 ๑.3

ภาพ.
910,921
๘ 587 พ
สม.กร.๘๘๖๓.

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษา เรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจ ในปัจจัยการสื่อสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย กรอบแนวคิดทางการวิจัย ข้อมูลและแหล่งข้อมูล ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยมีแบบสอบถาม (QUESTIONAIR) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของประชากรใน กรุงเทพมหานคร

3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

การศึกษาในเรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหารซึ่งมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่หรือช่องทาง การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

3.2 ข้อมูล และแหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (PRIMARY DATA) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งชายและหญิง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่ม แบบเฉพาะเจาะจง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (SECONDARY DATA) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมและค้นคว้าจาก หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งชายและหญิง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง

3.3.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่มีข้อมูลที่แน่ชัดเกี่ยวกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่มวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบจำนวนผู้มาวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร โดยใช้สูตรของดับเบิลยูจิคอคเครน (W.G.Cochran. 1953 : unpagged) ดังต่อไปนี้ (อภิรักษ์ จันตะนี. 2549 : 18-19)

สูตร	n	=	$\frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$
	n	=	จำนวนตัวอย่าง
	p	=	สัดส่วนของประชากรและ โอกาสที่ได้จากประชากร (.50)
	e	=	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ($e=.05$)
	Z	=	ค่าความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ 95% ซึ่งมีค่า 1.96

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned}
 n &= \\
 &= \frac{.50 (0.5) (3.8416)}{0.0025} \\
 &= 384.16
 \end{aligned}$$

ผลจากการคำนวณจำนวนตัวอย่างอย่างน้อยเท่ากับ 384.16 เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.3.2 วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยจะทำการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เหมาะสมต่อไป

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (QUESTIONNAIRE) ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการมาสักการะบูชาที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบก่อนใช้จริง (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนทั้งหมด 30 ชุด นำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟา (α -Coefficient) โดยวิธีของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเท่ากับ 0.894

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการ จัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้รวบรวมข้อมูล โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อให้ได้ความถูกต้องสมบูรณ์ มีความเที่ยงตรงตามเรื่องที่ทำการศึกษา เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

- ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากร ที่มีอายุ 21 ปีขึ้นไป และจะต้องไม่เคยตอบแบบสอบถามนี้ มาก่อน เพื่อที่ข้อมูลที่ได้มาจะไม่ซ้ำจากชุดเดิม

- ภายหลังจากรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามครบตามจำนวนแล้ว จะทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม พร้อมลงรหัสข้อมูลในแต่ละส่วนของแบบสอบถามทั้งหมด

- ทำการบันทึกและประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS FOR WINDOW ซึ่งจะนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นต่อไป

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติ ค่าทางสถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (DESCRIPTIVE STATISTICS) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่รวบรวมได้ ซึ่งได้แก่ การ

นำเสนอเป็นการแจกแจงความถี่ (FREQUENCY) ร้อยละ (PERCENTAGE) ค่าเฉลี่ย (MEAN) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (STANDARD DEVIATION) การทดสอบค่า t-test การทดสอบ One-way Anova โดยระดับการให้ความสำคัญของคำถามแบบ LIKERT SCALE มีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังต่อไปนี้ (กฤษณี รื่นรัมย์,2545)

ระดับ 5	หมายถึง	ความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ความพึงพอใจมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ความพึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อยมาก

จากการให้คะแนนข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ผู้ศึกษาได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย โดยการแบ่งอัตราภาคชั้นออกเป็น 5 ชั้น (กนกทิพย์ พัฒนาพัทพันธ์,2529)

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.20 - 5.00	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.40 - 4.19	ระดับความพึงพอใจมาก
2.60 - 3.39	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.80 - 2.59	ระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.79	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจ ในปัจจัยการสื่อสาร ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ในระหว่างเดือน ธันวาคม 2552 ถึง มกราคม 2553 ซึ่งจากการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่า 0.894 แสดงว่ามีความเชื่อถือได้และจะแสดงผลการศึกษา 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงพฤติกรรมมารัสการที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลแสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นำเสนอดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

			(N=400)
	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	80	20
	หญิง	320	80
อายุ	17-26 ปี	34	8.5
	27-36 ปี	53	13.2
	37-46 ปี	92	23.0
	47-56 ปี	172	43.0
	56 ปีขึ้นไป	49	12.2
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	19	3.4
	ปวช./ปวส./อาชีวศึกษา	71	12.9
	ปริญญาตรี	277	50.2
	สูงกว่าปริญญาตรี	33	6.0
อาชีพ	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	12	3.0
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	2.2
	รับราชการ	145	36.2
	พนักงานบริษัทเอกชน	51	12.8
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	13	3.2
	ประกอบอื่นๆ เช่น ลูกจ้าง	170	42.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000 บาท	56	14.0
	10,001-15,000 บาท	213	53.2
	15,001-20,000 บาท	59	14.8
	20,001-25,000 บาท	34	8.5
	25,000 บาทขึ้นไป	38	9.5

จากตารางที่ 1 สามารถอธิบายข้อมูลทั่วไปได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย 80 คน และเป็นเพศหญิง 380 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และ 80 ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อายุ 47-56 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา อายุ 37-46 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และน้อยที่สุดอายุ 17-26 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมา ปวช./ปวส./อาชีวศึกษา จำนวน 71 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.9 และพบว่า ผู้จบการศึกษาในระดับที่น้อยที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น ลูกจ้าง จำนวน 170 คน คิดเป็น ร้อยละ 42.5 และรองลงมา รับราชการ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 และพนักงานบริษัท เอกชน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และน้อยที่สุด พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.2

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับรายได้ในปัจจุบัน มากที่สุด 10,001-15,000 บาท จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมา 15,001-20,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.8 รองลงมาน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ น้อยที่สุด 20,001-25,000 จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการมาสักการะที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหารนำเสนอผังตารางที่ 2-11

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาสักการะที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร

ตารางที่ 2 แสดงร้อยละของจำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร

จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	53	13.2
ครั้งที่ 2	83	20.8
ครั้งที่ 3	47	11.8
มากกว่า 3 ครั้ง	217	54.2

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 2 พบว่า จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร มากที่สุดคือมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา ครั้งที่ 2 จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ถัดมา ครั้งแรก จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และครั้งที่ 3 น้อยที่สุดคือ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

ตารางที่ 3 แสดงร้อยละของการเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหารครั้งนี้ท่านเดินทางมากับใคร

การเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหารครั้งนี้ท่านเดินทางมากับใคร	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	245	61.2
เพื่อน	126	31.5
คนเดียว	18	4.5
คู่รัก	11	2.8

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 3 พบว่า การเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหารครั้งนี้ ส่วนใหญ่ คือ มากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมา เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ถัดมา เดินทางมาคนเดียว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และเดินทางมากับคู่รักน้อยที่สุดคือ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4 แสดงร้อยละของพาหนะที่ท่านใช้เดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร

	จำนวน	ร้อยละ
จักรยานยนต์	24	6.0
รถประจำทาง	61	15.2
รถยนต์ส่วนตัว	288	72.0
รถทัวร์	27	6.8

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 4 พบว่า พาหนะที่ท่านใช้เดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมา รถประจำทาง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และพาหนะที่ท่านใช้เดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร น้อยที่สุดคือ จักรยานยนต์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 5 แสดงร้อยละของช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร

ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุด สดสัปดาห์	318	79.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	63	15.8
วันจันทร์-ศุกร์	19	4.8

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 5 พบว่า ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร มากที่สุด คือ วันหยุด สดสัปดาห์ จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมา วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร น้อยที่สุดคือ วันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 6 แสดงร้อยละของวัตถุประสงค์หลักที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร

วัตถุประสงค์หลักที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร	จำนวน	ร้อยละ
นมัสการหลวงพ่อบุญศรีโสธร	335	83.8
ปล่อยนก ปล่อยปลา	53	13.2
แก้บน	108	27.0
ซื้อของหรือรับประทานอาหาร	46	11.5
ทำบุญ	290	72.5
เช่าพระเครื่อง วัดดุมงคล	32	8.0
เครื่องกลาง		

* เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 6 พบว่า วัตถุประสงค์หลักที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร มากที่สุด คือ นมัสการหลวงพ่อบุญศรีโสธร จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 รองลงมา ทำบุญ จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 ถัดมา แก้บน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ ปล่อยนก ปล่อยปลาจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และวัตถุประสงค์หลักที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร น้อยที่สุดคือ เช่าพระเครื่อง วัดดุมงคลเครื่องกลาง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ตารางที่ 7-10

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. ด้านความเชื่อถือ นับถือ	4.34	.83	มากที่สุด
2. ด้านความศรัทธา	4.34	.79	มากที่สุด
3. เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ	4.34	.78	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34	.80	มากที่สุด

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 7 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวรารามวรมหาวิหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.34 และเมื่อพิจารณาทุกด้านพบว่าด้านความเชื่อถือ นับถือ ด้านความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

ตารางที่ 8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านราคา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านราคา			
1. ราคาสิ่งของที่จำหน่าย	3.28	.73	ปานกลาง
2. ราคาสิ่งของที่เก็บน	3.16	.83	ปานกลาง
3. ราคาของวัตถุมงคล	3.19	.86	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21	.80	ปานกลาง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 8 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.21 และจัดเรียงลำดับ ระดับความพึงพอใจ ดังนี้ ราคาสิ่งของที่จำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.28 ราคาของวัตถุมงคล ค่าเฉลี่ย 4.08 และ ราคาสิ่งของที่เก็บน ค่าเฉลี่ย 3.16

ตารางที่ 9 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด โสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านสถานที่

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่			
1. ความสะอาดของสถานที่	3.50	.82	มาก
2. ความสะดวกสบายในที่จอดรถ	3.39	.92	ปานกลาง
3. การเดินทางสะดวก	3.74	.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	.83	มาก

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 9 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 และจัดเรียงลำดับ ระดับความพึงพอใจ ดังนี้ การเดินทางสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.74 ความสะอาดของสถานที่ ค่าเฉลี่ย 3.50 มีราคาอาหารสูง ความสะดวกสบายในที่จอดรถ ค่าเฉลี่ย 3.39

ตารางที่ 10 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด			
1. วัตถุประสงค์ที่ทางวัดแจกให้	3.03	.84	ปานกลาง
2. โรงทาน อาหารเจ	3.23	.79	ปานกลาง
3. บริการน้ำมนต์ของทางวัด	3.33	.82	ปานกลาง
4. ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์	3.27	.86	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22	.82	ปานกลาง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 10 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.22 และจัดเรียงลำดับ ระดับความพึงพอใจ ดังนี้ บริการน้ำมนต์ของทางวัด ค่าเฉลี่ย 3.33 ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.27 โรงทาน อาหารเจ ค่าเฉลี่ย 3.23 และ วัตถุประสงค์ที่ทางวัดแจกให้ ค่าเฉลี่ย 3.03

ตารางที่ 11 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านต่างๆ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.34	.73	มากที่สุด
1. ด้านราคา	3.21	.73	ปานกลาง
2. ด้านสถานที่	3.54	.74	มาก
3. ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด	3.21	.72	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58	.73	มาก

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 11 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรวิหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.58 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคา และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลดังตารางที่ 12-16

ตารางที่ 12 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ความพึงพอใจ						t	sig
	ชาย			หญิง				
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.23	.74	มากที่สุด	4.36	.73	มากที่สุด	1.41	.184
2. ด้านราคา	3.22	.53	ปานกลาง	3.20	.77	ปานกลาง	.184*	.020
3. ด้านสถานที่	3.25	.73	ปานกลาง	3.61	.71	มาก	3.99	.396
4. ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด	3.12	.79	ปานกลาง	3.23	.69	ปานกลาง	1.09	.502
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45	.69	มาก	3.60	.72	มาก	1.66	.275

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 12 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร จำนวน 400 คน ที่มีเพศต่างกัน โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจรายด้านพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร ในด้านราคาของชายและหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่เป็นชายมีความพึงพอใจมากกว่าหญิง โดยค่าเฉลี่ยต่างกัน .02

ตารางที่ 13 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวราราม
รวมหาวิหาร จำแนกตามอายุ

ด้าน	ความพึงพอใจ										F	Sig.
	อายุ 17-26 ปี		อายุ 27-36 ปี		อายุ 37-46 ปี		อายุ 47-56 ปี		56 ปี ขึ้นไป			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.55	1.03	3.92	.83	4.21	.60	4.62	.50	4.56	.64	27.92*	.000
2. ด้านราคา	2.59	.82	3.37	.59	3.41	.87	3.08	.63	3.49	.45	12.82*	.000
3. ด้านสถานที่	3.36	.38	3.16	.86	3.67	.61	3.49	.75	3.99	.64	10.48*	.000
4. ด้านกลยุทธ์ การ ส่งเสริมทางการตลาด	2.97	.53	2.96	.78	3.47	.57	3.06	.76	3.68	.43	14.46*	.000
ค่าเฉลี่ยรวม	3.11	.69	3.35	.76	3.69	.66	3.56	.66	3.93	.54	16.42*	.000

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 13 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร จำนวน 400 คน ที่มีอายุต่างกัน โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหารต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD ได้ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 14-17

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อายุ	\bar{X}	อายุ	อายุ	อายุ	อายุ	56 ปี
		17-26 ปี	27-36 ปี	37-46 ปี	47-56 ปี	ขึ้นไป
	\bar{X}	3.55	3.92	4.21	4.62	4.56
17-26 ปี	3.55	-	.011*	.000*	.000*	.000*
27-36 ปี	3.92		-	.010*	.000*	.000*
37-46 ปี	4.21			-	.000*	.003*
47-56 ปี	4.62				-	.587
56 ปีขึ้นไป	4.56					-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 14 พบว่า

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธาและเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีอายุ 17-26 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 27-36 ปี อายุ 37-46 ปี อายุ 47-56 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .37 .66 1.07 และ 1.01 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีอายุ 27-36 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 37-46 ปี อายุ 47-56 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .66 1.07 และ 1.01 ตามลำดับ

3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีอายุ 37-46 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 47-56 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.07 และ 1.01 ตามลำดับ

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ คู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 15 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธร
รามวรมหาวิหาร ด้านราคา โดยจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อายุ		อายุ 17-26 ปี	อายุ 27-36 ปี	อายุ 37-46 ปี	อายุ 47-56 ปี	56 ปี ขึ้นไป
	\bar{X}	2.59	3.37	3.41	3.08	3.49
17-26 ปี	2.59	-	.000*	.000*	.000*	.000*
27-36 ปี	3.37		-	.743	.008*	.387
37-46 ปี	3.41			-	.000*	.516
47-56 ปี	3.08				-	.000*
56 ปีขึ้นไป	3.49					-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 15 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรรามวรมหาวิหาร ด้านราคา เช่น สิ่งของที่ทำบุญ สิ่งของที่แก้บนและราคาวัตถุมงคล พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา เช่น สิ่งของที่ทำบุญ สิ่งของที่แก้บนและราคาวัตถุมงคล ที่มีอายุ 17-26 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 27-36 ปี อายุ 37-46 ปี อายุ 47-56 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .78 .82 .49 และ .90 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา เช่น สิ่งของที่ทำบุญ สิ่งของที่แก้บนและราคาวัตถุมงคล ที่มีอายุ 27-36 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 47-56 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .04

3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา เช่น สิ่งของที่ทำบุญ สิ่งของที่แก้บนและราคาวัตถุมงคล ที่มีอายุ 37-46 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่า อายุ 47-56 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .33

4. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา เช่น สิ่งของที่ทำบุญ สิ่งของที่แก้บนและราคาวัตถุมงคล ที่มีอายุ 47-56 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .41

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านด้านราคา คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านสถานที่ โดยจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อายุ	\bar{X}	อายุ	อายุ	อายุ	อายุ	56 ปี
		17-26 ปี	27-36 ปี	37-46 ปี	47-56 ปี	ขึ้นไป
	\bar{X}	3.36	3.16	3.67	3.49	3.99
17-26 ปี	3.36	-	.198	.026*	.312	.000*
27-36 ปี	3.16		-	.000*	.003*	.000*
37-46 ปี	3.67			-	.046*	.011*
47-56 ปี	3.49				-	.000*
56 ปีขึ้นไป	3.99					-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 16 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีอายุ 17-26 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 37-46 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .31 และ .63 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีอายุ 27-36 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 37-46 ปี อายุ 47-56 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .51 .33 และ .83 ตามลำดับ

3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีอายุ 37-46 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่า อายุ 47-56 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .18 และ มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .32

4. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีอายุ 47-56 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .50

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด โดยจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อายุ	\bar{X}	อายุ	อายุ	อายุ	อายุ	56 ปี
		17-26 ปี	27-36 ปี	37-46 ปี	47-56 ปี	ขึ้นไป
	\bar{X}	2.97	2.96	3.47	3.06	3.68
17-26 ปี	2.97	-	.955	.000*	.463	.000*
27-36 ปี	2.96		-	.000*	.339	.000*
37-46 ปี	3.47			-	.000*	.087
47-56 ปี	3.06				-	.000*
56 ปีขึ้นไป	3.68					-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 17 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดดุมงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมันค้ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดดุมงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมันค้ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีอายุ 17-26 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 37-46 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .50 และ .71 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดดุมงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมันค้ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีอายุ 27-36 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 37-46 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .51 และ .72 ตามลำดับ

3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดอุ้มงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีอายุ 37-46 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่า อายุ 47-56 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .41

4. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดอุ้มงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีอายุ 47-56 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 56 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .62

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 18 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวราราม วรมหาวิหาร จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้าน	ความพึงพอใจ								F	Sig.
	มัธยมศึกษา		ปวช./ปวส./ อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.84	.17	4.19	.67	4.38	.72	3.96	.92	7.300*	.000
2. ด้านราคา	3.14	.16	3.13	.58	3.22	.82	3.27	.34	.419	.739
3. ด้านสถานที่	2.87	.27	3.52	.61	3.63	.70	3.24	1.05	8.857*	.000
4. ด้านกลยุทธ์ การ ส่งเสริมทางการตลาด	2.82	.20	3.37	.54	3.23	.73	2.94	.98	4.699*	.003
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41	.20	3.55	.60	3.61	.74	3.35	.82	5.31	.185

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 18 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร จำนวน 400 คน ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวราราม
รวมหาวิหาร ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of
variance) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีของ
LSD ได้ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 19-21

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโส
ธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยมศึกษา ตอนต้น	ปวช./ปวส./ อาชีวศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	\bar{X}	4.84	4.19	4.38	3.96
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.84	-	.001*	.007*	.000*
ปวช./ปวส./อาชีวศึกษา	4.19		-	.051	.134
ปริญญาตรี	4.38			-	.002*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.96				-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 19 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่
เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธาและ
เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา
และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับความพึงพอใจมากกว่า
ระดับปวช./ปวส./อาชีวศึกษา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .65 .46
และ .88 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา
และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจมากกว่า ระดับสูงกว่า
ปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .42

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านสถานที่ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./ อาชีวศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		ตอนต้น			
		2.87	3.52	3.63	3.24
มัธยมศึกษาตอนต้น	2.87	-	.001*	.000*	.077
ปวช./ปวส./อาชีวศึกษา	3.52		-	.250	.065
ปริญญาตรี	3.63			-	.003*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.24				-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 20 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า ระดับปวช./ปวส./อาชีวศึกษา และปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .65 และ .76 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจมากกว่า ระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .39

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด โดยจำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		คอนตัน	อาชีวศึกษา		
	\bar{X}	2.82	3.37	3.23	2.94
มัธยมศึกษาคอนตัน	2.82	-	.003*	.018*	.565
ปวช./ปวส./อาชีวศึกษา	3.37		-	.122	.004*
ปริญญาตรี	3.23			-	.031*
สูงกว่าปริญญาตรี	2.94				-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 21 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดดุมงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดดุมงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาคอนตัน มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า ระดับปวช./ปวส./อาชีวศึกษา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .55 .41 และ .12 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดดุมงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีการศึกษา ปวช./ปวส./อาชีวศึกษา มีระดับความพึงพอใจมากกว่า ระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .43

3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดดุมงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจมากกว่า ระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 22 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร จำแนกตามอาชีพ

ด้าน	ความพึงพอใจ												F	Sig.
	นักเรียน		พนักงาน		รับราชการ		พนักงาน		ประกอบ		อาชีพอื่นๆ			
	นิสิต	นักศึกษา	รัฐวิสาหกิจ		บริษัท	เอกชน	ธุรกิจ	ส่วนตัว	เช่นลูกจ้าง					
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2.50	.17	3.14	.17	4.29	.68	4.17	.71	4.69	.48	4.59	.55	35.953*	.000
2. ด้านราคา	1.66	.00	3.29	.35	3.40	.67	3.49	.98	2.79	.32	3.09	.58	19.651*	.000
3. ด้านสถานที่	3.00	.00	3.29	.35	3.53	.70	3.77	.71	3.41	.43	3.54	.80	2.635*	.023
4. ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด	2.50	.00	3.11	.13	3.40	.59	3.11	.89	3.53	.45	3.11	.76	6.038*	.000
ค่าเฉลี่ยรวม	2.41	.04	3.20	.25	3.65	.66	3.63	.82	3.6	.42	3.58	.67	16.06	.005

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 22 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร จำนวน 400 คน ที่มีอาชีพต่างกัน โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหารต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD ได้ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 23-26

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน	พนักงาน	รับ	พนักงาน	ประกอบ	อาชีพ
		นิสิต	รัฐวิสาหกิจ	ราชการ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆเช่นลูกจ้าง
		2.50	3.14	4.29	4.17	4.69	4.59
นักเรียนนิสิต นักศึกษา	2.50	-	.017*	.000*	.000*	.000*	.000*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.14		-	.000*	.000*	.000*	.000*
รับราชการ	4.29			-	.248	.025*	.000*
พนักงานบริษัทเอกชน	4.17				-	.007*	.000*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.69					-	.570
อาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง	4.59						-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 23 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธาและเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีอาชีพนักเรียนนิสิต นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .64 1.79 1.67 2.19 และ 2.09 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อาชีพรับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.15 1.03 1.55 และ 1.45 ตามลำดับ

3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .40 และ .30

4. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .52 และ .42

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ คู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านราคา โดยจำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน	พนักงาน	รับ	พนักงาน	ประกอบ	อาชีพ
		นิสิต	รัฐวิสาหกิจ	ราชการ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆเช่นลูกจ้าง
		1.66	3.29	3.40	3.49	2.79	3.09
นักเรียนนิสิต นักศึกษา	1.66	-	.000*	.000*	.000*	.000*	.000*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.29		-	.620	.418	.081	.368
รับราชการ	3.40			-	.452	.001*	.000*
พนักงานบริษัทเอกชน	3.49				-	.001*	.000*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.79					-	.119
อาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง	3.09						-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 24 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านราคา เช่น สิ่งของที่ทำบุญ สิ่งของที่เก็บและราคาวัตถุมงคล พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา เช่น สิ่งของที่ทำบุญ สิ่งของที่เก็บและราคาวัตถุมงคล ที่มีอาชีพนักเรียนนิสิต นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.63 1.74 1.83 1.13 และ 1.43 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา เช่น สิ่งของที่จำหน่าย สิ่งของที่เก็บ และราคาวัตถุดิบที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับความพึงพอใจมากกว่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .61 และ .31

3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา เช่น สิ่งของที่จำหน่าย สิ่งของที่เก็บ และราคาวัตถุดิบที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความพึงพอใจมากกว่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .70 และ .40

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา คู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านสถานที่ โดยจำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน	พนักงาน	รับ	พนักงาน	ประกอบ	อาชีพ
		นิสิต	รัฐวิสาหกิจ	ราชการ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆเช่นลูกจ้าง
		3.00	3.29	3.53	3.77	3.41	3.54
นักเรียนนิสิต นักศึกษา	3.00	-	.356	.015*	.001*	.160	.013*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.29		-	.339	.072	.718	.322
รับราชการ	3.53			-	.047	.552	.927
พนักงานบริษัทเอกชน	3.77				-	.111	.050*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.41					-	.526
อาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง	3.54						-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 25 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีอาชีพนักเรียนนิสิต นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อาชีพรับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .53 .77 และ .54 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความพึงพอใจมากกว่า อาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .23

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 26 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด โดยจำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	รับ ราชการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อื่นๆเช่น ลูกจ้าง
		2.50	3.11	3.40	3.11	3.53	3.11
นักเรียนนิสิต นักศึกษา	2.50	-	.048*	.000*	.007*	.000*	.003*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.11		-	.239	.995	.159	.983
รับราชการ	3.40			-	.012*	.494	.000*
พนักงานบริษัทเอกชน	3.11				-	.051	.975
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.53					-	.036*
อาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง	3.11						-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 26 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดอุ้มงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดอุ้มงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีอาชีพนักเรียนนิสิต นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า อาชีพพนักงาน

รัฐวิสาหกิจ รัฐบาล พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .61 .90 .61 1.03 และ .61 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดอุโมงค์ที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีอาชีพราชการ มีระดับความพึงพอใจมากกว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29 และ .29

3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัดอุโมงค์ที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีระดับความพึงพอใจมากกว่า อาชีพอื่นๆเช่นลูกจ้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .42

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด คู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 27 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัด โสธรวราราม วรมหาวิหาร จำแนกตามรายได้(ต่อเดือน)

ด้าน	ความพึงพอใจ										F	Sig.
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001- 15000		15,001- 20,000		20,001- 25,000		25,000- ขึ้นไป			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	.94	4.47	.65	4.49	.51	4.32	.57	3.97	.88	10.714*	.000
2. ด้านราคา	2.89	.99	3.23	.72	3.29	.66	3.34	.53	3.33	.45	4.038*	.003
3. ด้านสถานที่	3.03	.67	3.65	.72	3.80	.88	3.56	.40	3.25	.284	12.494*	.000
4. ด้านกลยุทธ์ การ ส่งเสริมทางการตลาด	2.86	.29	3.24	.76	3.22	.98	3.49	.41	3.31	.38	5.083*	.001
ค่าเฉลี่ยรวม	3.17	.72	3.64	.71	3.70	.75	3.67	.47	3.46	.49	8.802*	.001

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 27 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัด โสธรวรารามวรมหาวิหาร จำนวน 400 คน ที่มีรายได้(ต่อเดือน)ต่างกัน โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหารต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD ได้ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 14-17

ตารางที่ 28 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามรายได้(ต่อเดือน) เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า	10,001-	15,001-	20,001-	25,000
		10,000	15000	20,000	25,000	บาท
		บาท	บาท	บาท	บาท	ขึ้นไป
		3.90	4.47	4.49	4.32	3.97
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.90	-	.000*	.000*	.006*	.640
10,001- 15000 บาท	4.47		-	.836	.241	.000*
15,001- 20,000 บาท	4.49			-	.251	.000*
20,001-25,000 บาท	4.32				-	.035
25,000บาทขึ้นไปบาท	3.97					-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 28 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธาและเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า รายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001- 20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .57 .59 .42 และ .07 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .50

3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ ความศรัทธา และเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ที่มี 15,001- 20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจมากกว่า รายได้ 25,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .52

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 28 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านราคา โดยจำแนกตามรายได้(ต่อเดือน) เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า	10,001-	15,001-	20,001-	25,000
		10,000	15000	20,000	25,000	บาท
		บาท	บาท	บาท	บาท	ขึ้นไป
		2.86	3.23	3.29	3.34	3.33
น้อยกว่า 10,000 บาท	2.86	-	.001*	.002*	.002*	.002*
10,001- 15000 บาท	3.23		-	.580	.418	.440
15,001- 20,000 บาท	3.29			-	.752	.793
20,001-25,000 บาท	3.34				-	.954
25,000บาทขึ้นไปบาท	3.33					-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 28 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ด้านราคา เช่น สิ่งของที่ทำบุญ สิ่งของที่แก้บนและราคาวัตถุมงคล พบว่า

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา เช่น สิ่งของที่ทำบุญ สิ่งของที่แก้บน และราคาวัตถุมงคล ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า รายได้ 10,001- 15,000 บาท 15,001- 20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .37 .43 .48 และ .47 ตามลำดับ

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านสถานที่ โดยจำแนกตามรายได้(ต่อเดือน) เป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า	10,001-	15,001-	20,001-	25,000
		10,000	15000	20,000	25,000	บาท
		บาท	บาท	บาท	บาท	ขึ้นไป
		3.03	3.65	3.80	3.56	3.25
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.03	-	.000*	.000*	.000*	.136
10,001- 15,000 บาท	3.65		-	.126	.522	.001*
15,001- 20,000 บาท	3.80			-	.111	.000*
20,001-25,000 บาท	3.56				-	.057
25,000บาทขึ้นไปบาท	3.25					-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 29 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก พบว่า

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า รายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001- 20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .62 .77 และ .53 ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจมากกว่า รายได้ 25,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .4

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจมากกว่า รายได้ 25,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .55

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา คู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 30 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามรายได้(ต่อเดือน) เป็นรายคู่ โดยวิธีของ LSD

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า	10,001-	15,001-	20,001-	25,000
		10,000	15000	20,000	25,000	บาท
		บาท	บาท	บาท	บาท	ขึ้นไป
		2.86	3.24	3.22	3.49	3.31
น้อยกว่า 10,000 บาท	2.86	-	.000*	.006*	.000*	.002*
10,001- 15000 บาท	3.24		-	.877	.054	.546
15,001- 20,000 บาท	3.22			-	.111	.000*
20,001-25,000 บาท	3.49				-	.057
25,000บาทขึ้นไปบาท	3.31					-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ตาราง 30 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด เช่น วัดอุ้มงคลที่ทางวัด แจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ พบว่า

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด เช่น วัดอุ้มงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า รายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001- 20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .38 .36 .63 และ .45 ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด เช่น วัดอุ้มงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของทางวัด และข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ที่มีรายได้ 15,001- 20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่า และ 25,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .09

ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อวิจารณ์

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร มีข้อวิจารณ์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรม และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร โดยมีองค์ประกอบที่พิจารณาดังนี้ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้(ต่อเดือน) พฤติกรรมการมาสักการบูชาที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด

ข้อมูลส่วนบุคคล

จากลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่าเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ครั้งนี้ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุส่วนใหญ่ 47-56 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-15,000 บาท

พฤติกรรมการมาสักการบูชาที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

จากการศึกษา พฤติกรรมการมาสักการบูชาที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ส่วนใหญ่เดินทางมาวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร มากกว่า 3 ครั้ง โดยเดินทางมากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง และส่วนใหญ่จะเดินทางมาช่วงเวลา วันหยุด สุดสัปดาห์ วัดอุประสงฆ์หลักที่เดินทางมาเพื่อนมัสการ หลวงพ่อพุทธโสธร ทำบุญ และแก้บน

ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

1. ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าประชากรมีความพึงพอใจเฉลี่ยในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ นับถือ ความศรัทธา และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ มี

ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาด ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านราคา เช่น ราคาสิ่งของที่ทำบุญ ราคาสิ่งของที่แก้บน และราคาวัตถุมงคล และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัตถุมงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทานอาหารเจ บริการน้ำมนต์ และข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทย เห็นว่า วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร เป็นวัดที่มีความน่าเชื่อถือ ความศรัทธา และสามารถเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจได้ มีการจำหน่ายสิ่งของที่จะทำบุญ สิ่งของที่แก้บน หรือวัตถุมงคล ซึ่งราคาอยู่ในระดับปานกลาง มีความสะอาดของสถานที่ การเดินทางสะดวก และความสะดวกสบายในที่จอดรถ มีการบริการแจกวัตถุมงคล โรงทานอาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของวัด และมีข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์

2. ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้(ต่อเดือน) โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรวิหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรวิหารและเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย การสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบจำนวนผู้มาวัดโสธรวรารามวรวิหาร โดยใช้สูตรของดับเบิลยูจิกอดแคเรน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรวิหาร ซึ่งเป็นมาตรวัดประมาณค่า (rating scale) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test One-way Anova) ซึ่งจะนำมาเป็นการสรุปผลการศึกษาโดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรวิหาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุส่วนใหญ่ 47-56 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี การประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-15,000 บาท

5.1.2 พฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

พฤติกรรมการมาสักการะบูชาที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ส่วนใหญ่เดินทางมาวัดโสธรวรารามวรมหาวิหารมากกว่า 3 ครั้ง โดยเดินทางมากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง และส่วนใหญ่จะเดินทางมาช่วงเวลา วันหยุด สดสัปดาห์ วัดอุประสงค์หลักที่เดินทางมาเพื่อนมัสการหลวงพ่พุทธโสธร ทำบุญ และแก้บน

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

5.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษาความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าประชากรมีความพึงพอใจเฉลี่ยในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ นับถือ ความศรัทธา และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้านสถานที่ เช่น ความสะอาด ความสะดวกสบายในที่จอดรถ และการเดินทางสะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านราคา เช่น ราคาสิ่งของที่ทำบุญ ราคาสิ่งของที่แก้บน และราคาวัตถุมงคล และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด เช่น วัตถุมงคลที่ทางวัดแจกให้ โรงทาน อาหารเจ บริการน้ำมนต์ และข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทย เห็นว่า วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร เป็นวัดที่มีความน่าเชื่อถือ ศรัทธา และสามารถเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจได้ มีการจำหน่ายสิ่งของที่จะทำบุญ สิ่งของที่แก้บน หรือวัตถุมงคล ซึ่งราคาอยู่ในระดับปานกลาง มีความสะอาดของสถานที่ การเดินทางสะดวก และความสะดวกสบายในที่จอดรถ มีการบริการแจกวัตถุมงคล โรงทานอาหารเจ การบริการน้ำมนต์ของวัด และมีข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์

5.2.2 พฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร

ผลการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้(ต่อเดือน) โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจต่างกัน เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจรายด้านพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ในด้านราคาของ ชายและหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่เป็นชายมีความพึงพอใจมากกว่าหญิง โดยค่าเฉลี่ยต่างกัน .02

2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้าน เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจรายด้านพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจรายด้านพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านราคา ไม่แตกต่างกัน

4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้าน เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจรายด้านพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านราคา ไม่แตกต่างกัน

รามวรมหาวิหาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้(ต่อเดือน)ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร โดยภาพรวมแล้วมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้าน เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจรายด้านพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) จากการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อแยกแต่ละด้านแล้ว พบว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก 1 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความเชื่อถือ นับถือ ความศรัทธา และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่จะเดินทางไปสักการะที่วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร และระดับความพึงพอใจมาก 1 ด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเห็นว่าสถานที่มีความสะอาด มีที่จอดรถสะดวกสบายและการเดินทางสะดวก

2) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านราคา และด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา ราคาสิ่งของที่จำหน่าย ที่เก็บ และราคาวัตถุมงคลจะมีราคาที่สูง ส่วนด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด การบริการของทางวัดโสธรวรารามวรมหาวิหารมีการบริการทางด้านการแจกวัตถุมงคล โรงทานอาหารเจ บริการน้ำมนต์ และข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและเพียงพอ ควรมีการจัดประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมเช่น พุทธศาสนวันอาทิตย์

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้านอื่นๆที่น่าสนใจที่คาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปขยายเพื่อเป็นประเด็นศึกษาในโอกาสต่อไป

2. ควรมีการศึกษาซ้ำในเรื่องเดิมอีกครั้ง หลังจากมีการปรับปรุงและพัฒนาในด้านที่ได้รับการตัดสินใจในระดับปานกลาง โดยเว้นระยะเวลาห่างพอสมควร เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เรื่องทัศนคติ และความรู้สึกรักของแต่ละบุคคล ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพราะในปัจจุบันมีการจัดกิจกรรมของวัดต่างๆค่อนข้างมาก จึงควรศึกษาถึงการบริหารจัดการที่ดีในการบริการ และการประชาสัมพันธ์ ราคาสิ่งของที่จำหน่ายต่างๆ เพื่อนำไปปรับปรุงในการบริหารจัดการ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปวัดโสธรวราราม วรมหาวิหารเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

ภาคผนวก

หมายเลขแบบสอบถาม

แบบสอบถามการวิจัย

แบบสอบถาม เรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจในปัจจัยการสื่อสาร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหารเป็นซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยเกริกข้อมูลที่ได้รับในครั้งนี้จะใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาและจะเป็นประโยชน์อย่างสูงในการพัฒนาปรับปรุงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในวัดโสธรวรารามวรมหาวิหารต่อไป

ผู้วิจัยขอความร่วมมือท่านช่วยตอบข้อมูลตามความเป็นจริง และขอขอบคุณในความร่วมมือนำช่วยตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการมาสักการะบูชาที่ วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

 ชาย

 หญิง

2. อายุ

 17 – 26 ปี

 27 – 36 ปี

 37 – 46 ปี

 47 – 56 ปี

 57 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น | <input type="checkbox"/> ปวช./ปวส./อาชีวศึกษา |
| <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |

4. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน นิสิต นักศึกษา | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> รับราชการ | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> อาชีพอื่นๆ(ระบุ)..... |

5. รายได้(ต่อเดือน)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 20,001 – 25,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 25,001 บาท ขึ้นไป | |

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมมาสักการะบูชาที่ วัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร
คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความเป็นจริงของท่าน

1. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ครั้งแรก | <input type="checkbox"/> ครั้งที่ 2 |
| <input type="checkbox"/> ครั้งที่ 3 | <input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ครั้ง |

2. ในการเดินทางมาวัดโสธรวรารามวรมหาวิหารครั้งนี้ท่านเดินทางมากับใคร

- | | |
|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ครอบครัว/ญาติพี่น้อง | <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> คนเดียว | <input type="checkbox"/> คู่รัก |

3. พาหนะที่ท่านใช้เดินทางมาวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> จักรยานยนต์ | <input type="checkbox"/> รถประจำทาง |
| <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> รถทัวร์ |

4. ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านเดินทางมาวัดโสธรวรารามวรมหาวิหาร

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> วันหยุด สดสัปดาห์ | <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ |
| <input type="checkbox"/> วันจันทร์-ศุกร์ | |

5. วัดอุประสงค์หลักที่ท่านจะเดินทางมาวัดโสธรวรารามรวมหาวิหารเพราะเหตุใด
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- นมัสการหลวงพ่อบุชโสธร ปล่อยนก ปล่อยปลา
- แก้วบน จี๊ของหรือรับประทานอาหาร
- ทำบุญ เข้าพระเครื่อง วัดตุ้มกมล เครื่องราง
- อื่นๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างเพื่อแสดงถึงระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อวัดโสธรวรารามรวมหาวิหาร โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

5 = มากที่สุด , 4 = มาก , 3 = ปานกลาง , 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด

1. ในด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจ		น้อย → มาก				
		1	2	3	4	5
1.1	ด้านความเชื่อถือ นับถือ					
1.2	ด้านความศรัทธา					
1.3	เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ					

2. ด้านราคา

ความพึงพอใจ		น้อย → มาก				
		1	2	3	4	5
2.1	ราคาสິงของที่ทำบุญ					
2.2	ราคาสິงของที่เก็บน					
2.3	ราคาของวัตถุมงคล					

3. ด้านสถานที่

ความพึงพอใจ		น้อย → มาก				
		1	2	3	4	5
3.1.	ความสะอาดของสถานที่					
3.2.	ความสะดวกสบายในที่จอดรถ					
3.3.	การเดินทางสะดวก					

4. ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมทางการตลาด

ความพึงพอใจ		น้อย → มาก				
		1	2	3	4	5
ด้านกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด						
4.1.	วัตถุมงคลที่ทางวัดแจกให้					
4.2.	โรงทาน อาหารเจ					
4.3.	บริการน้ำมนต์ของทางวัด					
4.4	ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์					

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

ม.ล.คู่ย์ ชุมสาย และ ญิบพัน พรหมโยธี. ประชุมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว.
กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2527

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร : วิสิทธิ์พัฒนา.
2534

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท A. N. การพิมพ์. 2541

เอกสารอื่นๆ

วารุณี ดันติวงศ์วานิช. พฤติกรรมทางเลือกที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศใน
เขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2541

รท. (หญิง) เกิดศิริ เจริญวิศาล และ จุฑามาศ จันทรัตน์. ความเข้าใจแรงจูงใจในการ
ท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานจุลสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย. 2543

วีรินทร์ อรรถไกรรัตน์. ความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเดินทางไปต่างประเทศกับบริษัทนำเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : การศึกษา
ค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2544

พิพัฒน์ พงษ์พูล. การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง นครราชสีมาจังหวัด : การศึกษาค้นคว้า
อิสระ , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2546

พวงพิศ บุญระรัตน์. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ใน
จังหวัดสมุทรสงคราม : การค้นคว้าอิสระ , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2549

รัฐนันท์ ชัยกิตติพันธ์. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปเที่ยวบึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี : การศึกษา
ค้นคว้าอิสระ , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2551

Kotler, Philip. Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, and
control. 9th ed. New Jersey: Prentice – Hall. Inc. 1997

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล นายสันติสุข บุรฉัตรเจริญกุล

วัน เดือน ปีเกิด 20 พฤศจิกายน 2513

ภูมิลำเนาเกิด กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี
สาขา บริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยสยาม

ปริญญาโท
สาขาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์