

**บทสรุปผู้บริหาร**  
**(Executive Summary)**

**ชื่อโครงการวิจัย** การรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญและการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (Tourists' Perception and Expectation towards Dhamma and Merit-Making Tourism and Event Marketing of Temple Destinations in Ayutthaya Province)

**ชื่อคณะผู้วิจัย** รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์

**ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ธีรยุทธ สุนทรธา

**งบประมาณและระยะเวลาทำวิจัย**

ได้รับงบประมาณอุดหนุนสนับสนุนทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย

ปีงบประมาณ 2560

ระยะเวลาการทำวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 30 กันยายน 2559 ถึง 30 กันยายน 2560

**ความเป็นมาและความสำคัญ**

ปัจจุบันการท่องเที่ยววัดเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ถ้าสำรวจรายได้ของวัดจากการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่าวัดที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมมีการจัดกิจกรรม เชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมจะมีรายได้เข้าวัดเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวนมาก เพราะเคยเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยที่ยาวนานที่สุดถึง 417 ปี มีความเจริญรุ่งเรืองทั้งด้านวรรณกรรม สถาปัตยกรรม ศิลปะ และมีการค้าขายกับต่างประเทศ ประเทศไทยเสียกรุงครั้งที่ 2 ให้พม่าในปี พ.ศ. 2310 (วิกิพีเดีย, 2557) กรุงศรีอยุธยาถูกทำลายจนยากที่จะบูรณะแม้แต่วัดวาอารามที่เคยเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้านก็ถูกทำลายลงมากมาย แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงหลงเหลือแหล่งศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมไว้พอสมควรที่อนุชนคนรุ่นหลังจะสามารถเรียนรู้ได้ จากโบราณสถาน โบราณวัตถุเหล่านั้น องค์การยูเนสโกเห็นคุณค่าดังกล่าวจึงขึ้นทะเบียนจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยว และศึกษาหาความรู้เป็นจำนวนมาก บางคนก็พอใจกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ หลายคนพอใจก็มีการบอกต่อในสิ่งที่พวกเขาประทับใจ ฟังพอใจ จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาไม่ขาดสาย จึงถือว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านต่างๆ ได้แก่ การสร้างคุณค่าด้านเศรษฐกิจให้กับชุมชน เช่น โครงการจัดงานถนนคนเดิน นอกจากนี้การจัดกิจกรรมยังเป็นการสร้างคุณค่าด้านวัฒนธรรมโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คุณค่าด้านศาสนา และยังช่วยเสริมสร้างคุณค่าด้านอารมณ์อีกด้วย (เรณูมาศ กุลศิริมา และคณะ, 2554, น. 14-15)

การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวสนใจเพราะนอกจากจะได้เข้าวัดมาทำบุญปฏิบัติธรรม ศึกษาหาความรู้ด้านพุทธศาสนา แล้วยังได้เที่ยวชมกิจกรรมอื่นๆ อีกด้วย อาจมีอาหารหลากหลายชนิด กิจกรรมความบันเทิง กิจกรรมสำหรับเด็กๆ บางครั้งก็มีกิจกรรมในลักษณะย้อนยุค นอกจากนี้ยังมีสินค้าหลากหลายชนิดมาขาย เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ มากมาย แต่อย่างไรก็ตามกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมะและเชิงแสงบุญนั้นจะเป็นที่นิยมมากจากนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงวัยและชุมชนเป็นส่วนมาก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มวัยรุ่นและชาวต่างชาติยังขาดความสนใจ เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจและการขาดปฏิบัติธรรมต่อหลักศาสนาพุทธ ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องสร้างให้กลุ่มนี้เกิดการรับรู้และความต้องการที่เป็นความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ และเชิงแสงบุญ สำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ขาดความรู้ความเข้าใจที่ชอบและกลุ่มที่ไม่สนใจด้วย

การรับรู้ (Perception) เกิดจากกระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น (Solomon, 2007, p. 49) การรับรู้จริงในเรื่องคุณภาพในด้านความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความมั่นใจ การเข้าถึงจิตใจ และลักษณะทางกายภาพ เหล่านี้จะส่งผลต่อความพึงพอใจ ซึ่งในที่นี้จะเป็นการรับรู้ในการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมซึ่งจัดขึ้นในวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากนี้ยังต้องศึกษา ส่วนความคาดหวัง (Expectation) เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการและคาดหวังว่าจะได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวซึ่งขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ประสบการณ์ในอดีต และข้อมูลในความทรงจำที่เคยได้ยิน หรือได้เห็นจากสื่อต่างๆ ความคาดหวังจึงเป็นความเชื่อที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับตามเกณฑ์มาตรฐานที่เขาต้องการเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบกับรับรู้จริง ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ เรียกว่า เป็นประเด็นความแตกต่าง (ช่องว่าง) ระหว่างระดับการรับรู้และระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสงบุญ และกิจกรรมการตลาดในแหล่งท่องเที่ยววัด ซึ่งช่องว่างนี้จึงเป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจ การยอมรับนวัตกรรม การแนะนำบอกต่อและแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต (Zeithaml, Bitner & Gremler 2012, pp. 51, 79)

### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล สมาธิ ปัญญา ที่ส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกุศลกรรม และกิเลสของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัด ความคาดหวัง การรับรู้จริง นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา เหตุ จูงใจในการท่องเที่ยววัด ความคาดหวัง การรับรู้จริง นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดใน อนาคตของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยวกับการ รับรู้จริงของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม และ แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

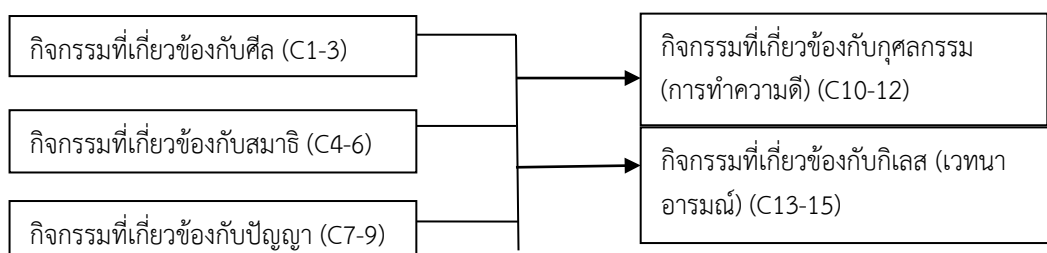
6. เพื่อบูรณาการสร้างกลยุทธ์การสร้างสรรค่นวัตกรรมมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวเชิงแสวง บุญหรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### กรอบแนวความคิดการวิจัย

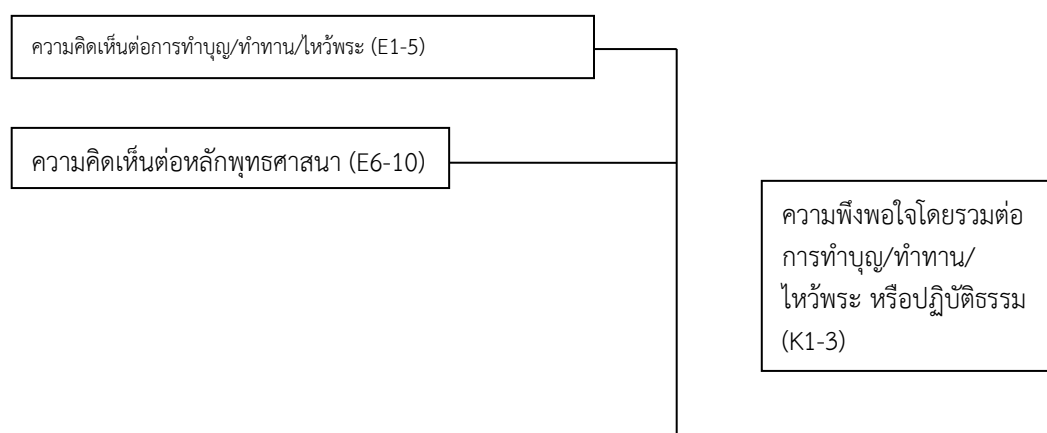
การวิจัยเรื่อง การรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิง แสวงบุญและการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามที่ระบุใน ภาพต่อไปนี้

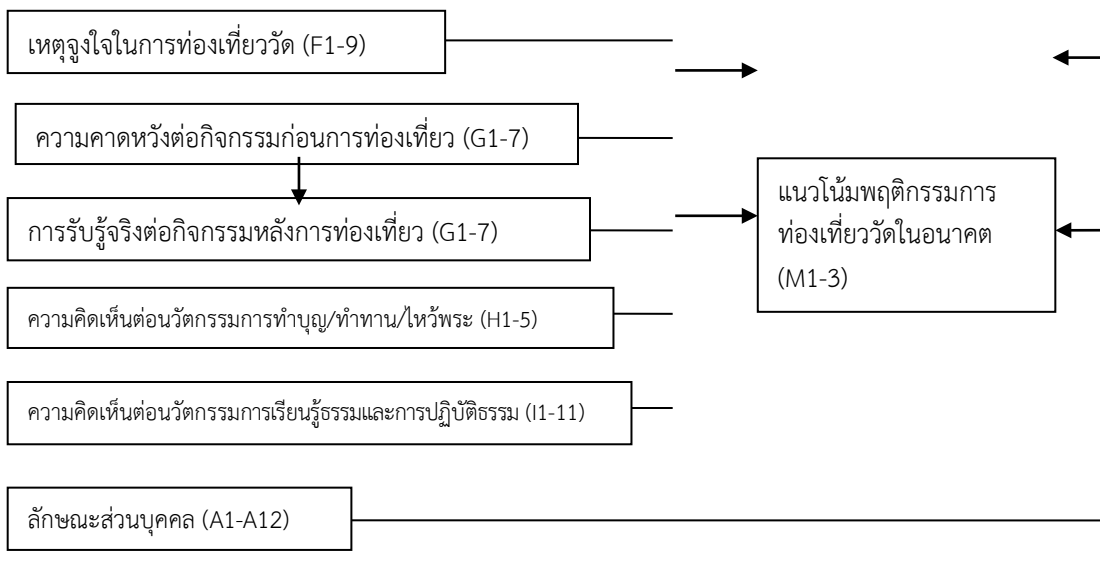
การวิจัยเรื่อง “การรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิง แสวงบุญและการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เพื่อให้บรรลุ ตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย จะดำเนินการศึกษาตามกรอบแนวคิด ตามที่ระบุในภาพที่ 1 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย กรอบที่ 1 (ศีล สมาธิ ปัญญา)



กรอบแนวคิดในการวิจัย กรอบที่ 2 (นวัตกรรมทำบุญ/ทำทาน/ปฏิบัติธรรม)





ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย

**สมมติฐานการวิจัย**

สมมติฐานที่ 1 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมาธิ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญญา ส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกุศลกรรม (การทำความดี) ของนักท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 2 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมาธิ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญญา ส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิเลส (เวทนา อารมณ์) ของนักท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ความคิดเห็นต่อหลักพุทธศาสนา (E6-10) เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัด ความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยว การรับรู้จริงต่อกิจกรรมหลังการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ (H1-5) และความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4 ความคิดเห็นต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ความคิดเห็นต่อหลักพุทธศาสนา เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัด ความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยว การรับรู้จริงต่อกิจกรรมหลังการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ และความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยววัดในอนาคตของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 5 ความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรับรู้จริงต่อกิจกรรมหลังการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยววัดในอนาคต ในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

**วิธีดำเนินการวิจัย**

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยผสม ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ

**วิธีการสุ่มตัวอย่าง** ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ดังนี้

(1) **วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota sampling)** โดยกำหนดโควตาจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ในแหล่งท่องเที่ยว 4 วัด วัดละ 100 คน รวมเป็น 400 คน และนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาท่องเที่ยวเชิงธรรม/ปฏิบัติธรรม ในแหล่งท่องเที่ยว 2 วัด ได้แก่ วัดมเหยงคณ์ 260 คน วัดตาลเอน 227 คน รวมเป็น 487 คน รวมนักท่องเที่ยวทั้งหมดเป็น 887 คน โดยกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวัดตามจำนวน ดังตาราง

แหล่งท่องเที่ยววัดที่เน้นท่องเที่ยว แสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ		แหล่งท่องเที่ยววัดที่เน้น เชิงธรรม/ปฏิบัติธรรม	
วัด	จำนวนตัวอย่าง	วัด	จำนวนตัวอย่าง
1. วัดใหญ่ชัยมงคล	100	1. วัดมเหยงคณ์	260
2. วัดพนัญเชิงวรวิหาร	100	2. วัดตาลเอน	227
3. วัดท่าการ้อง	100	-	-
4. วัดหน้าพระเมรุ	100	-	-
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>รวม</b>	<b>487</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>887</b>		

(จำนวนในตารางคือจำนวนที่เก็บได้จริง)

(2) **วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)** โดยเจาะจงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงธรรม/ปฏิบัติธรรม ในวัดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 6 วัด ตามจำนวนที่กำหนดในตารางในข้อ (1) โดยให้ตอบแบบสอบถามภายหลังเสร็จสิ้นกิจกรรมแล้ว

**ผลการวิจัย**

### การวิเคราะห์ปัจจัยและการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด

การวัดความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามทั้งหมดไปทดลองสอบกับนักท่องเที่ยงที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วคำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบัก (Cronbach's Alpha coefficient method) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดมีค่าประมาณ 643-953 จากการศึกษาของ Sekaran (1992, p. 287) กล่าวว่า ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่า มีค่าความเชื่อมั่นมาก ค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่าน้อย .60 ขึ้นไป และ Nunnally (1978) ระบุว่า ค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่าน้อย .70 ขึ้นไป จึงจะสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

**ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวเชิงทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ใน 4 วัด**  
ได้แก่ วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่าการ้อง และวัดหน้าพระเมรุ พบว่า

1. กิจกรรมที่เกี่ยวกับปัญญา ศิล และสมาธิส่งผลต่อการทำความดี (กุศลกรรม) ของนักท่องเที่ยว
2. กิจกรรมที่เกี่ยวกับปัญญา และศิลส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิเลส (เวทนา อารมณ์) ของนักท่องเที่ยว
3. ความคิดเห็นต่อวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หลักพุทธศาสนา และความคาดหวังส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระของนักท่องเที่ยว
4. ความคิดเห็นต่อวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ การรับรู้จริง หลักพุทธศาสนา และเหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัดส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยววัดในอนาคตของนักท่องเที่ยว
5. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพอใจต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ และมีแนวโน้มพฤติกรรมต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆด้วย

**ผลการทดสอบสมมติฐานของผู้ปฏิบัติธรรม ใน 2 วัด วัดมเหยงคณ์ และวัดตาลเอน**  
พบว่า

1. กิจกรรมที่เกี่ยวกับปัญญา สมาธิ และศิลส่งผลต่อการทำความดี (กุศลกรรม) ของผู้ปฏิบัติธรรม
2. กิจกรรมที่เกี่ยวกับปัญญาส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิเลส (เวทนา อารมณ์) ของผู้ปฏิบัติธรรม
3. ความคิดเห็นต่อวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา และการรับรู้จริงส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ปฏิบัติธรรม
4. ความคิดเห็นต่อวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา และการรับรู้จริงส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติธรรม

5. ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา และการรับรู้จริงส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมผู้ปฏิบัติธรรม แต่อย่างไรก็ตามความคิดเห็นต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระส่งผลในทางตรงกันข้ามต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติธรรมการท่องเทียววัด

6. การรับรู้จริงโดยรวมสูงกว่าความคาดหวังโดยรวม กล่าวคือ ผู้ปฏิบัติธรรมมีความพึงพอใจอย่างมากต่อการปฏิบัติธรรมโดยรวมและรายชื่อในเรื่องต่างๆ ได้แก่ กิจกรรมการอนุรักษ์วัฒนธรรม ศิลปะ และการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ความดึงดูดใจของอาหารและเครื่องดื่ม บรรยากาศสภาพแวดล้อม พื้นที่สีเขียว และความสะอาด และกิจกรรมนันทนาการ/พักผ่อนหย่อนใจ

7. ผู้ปฏิบัติธรรมที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมมาปฏิบัติธรรมต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ

8. ผู้ปฏิบัติธรรมที่อาศัยอยู่ในจังหวัดที่ห่างไกลมีแนวโน้มพฤติกรรมมาปฏิบัติธรรม ดีกว่าผู้ปฏิบัติธรรมที่อาศัยในปริมณฑล และกรุงเทพมหานคร

### **ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และการประยุกต์ใช้ในการตลาดการท่องเที่ยว**

โครงการวิจัยเรื่อง การรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะเชิงแสวงบุญและการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ส่วนที่ 1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด** ดังนี้ (1) เพื่อสร้างการรับรู้ในนวัตกรรมทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระโดยมุ่งที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดรวมทั้ง และนวัตกรรมการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยเพิ่มเติมการปฏิบัติธรรมให้มากขึ้น (2) สร้างการรับรู้ในกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมให้มาปฏิบัติธรรมซ้ำ รวมทั้งบอกต่อเพื่อน ญาติ คนรู้จักให้มาร่วมปฏิบัติธรรม

**ส่วนที่ 2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์** ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับภารกิจหลักของวัดให้เกิดความชัดเจนและเป็นรูปธรรม ดังนี้ (1) วัดที่เน้นทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระแต่ประการเดียวควรเพิ่มภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติธรรมให้เป็นรูปธรรมด้วย (2) วัดที่เน้นการปฏิบัติธรรมอยู่แล้วเพิ่มเติมเข้าไปในโปรแกรมกิจกรรมของวัด (3) กลุ่มบริษัทท่องเที่ยวที่นำเที่ยววัดควรปรับโปรแกรมการปฏิบัติธรรมควรปรับเปลี่ยน/เพิ่มเติมเข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วย

**ส่วนที่ 3 ยุทธศาสตร์การตลาดตามเป้าหมายของการท่องเที่ยววัด 2 รูปแบบ** คือ (1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาวัดเพื่อทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระใน 4 วัด ได้แก่ วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่ากระบัง (2) กลุ่มปฏิบัติธรรมใน 2 วัด ได้แก่ วัดมเหยงคณ์ วัดตาลเอน ดังนี้

(1) การแบ่งส่วนตลาดจำแนกตามพฤติกรรมของกลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดร่วมกับทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ และกลุ่มปฏิบัติธรรม ทั้งนี้วัด ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องต้องศึกษาถึงการรับรู้และความคาดหวังของทั้ง 2 กลุ่ม แล้วปรับกลยุทธ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

(1.1) กลุ่มนักท่องเที่ยว จะเน้นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร/ขอพร/เพื่อความเป็นสิริมงคล ขึ้นชม/การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ศิลปะ และสถาปัตยกรรม สวดมนต์ด้วยตัวเอง/ฟังพระเทศน์ ฯลฯ

(1.2) กลุ่มผู้ปฏิบัติธรรม จะเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรม/ปฏิบัติธรรม สวดมนต์ด้วยตัวเอง/ฟังพระเทศน์ ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร/ขอพรเพื่อความเป็นสิริมงคล ฯลฯ

**(2) การแบ่งส่วนตลาดจำแนกตามอายุ** เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มอายุทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มปฏิบัติธรรม ดังนี้

(2.1) กลุ่มเป้าหมายหลัก คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปี ขึ้นไป ให้มาท่องเที่ยวซ้ำโดยเน้นกิจกรรมทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร/ขอพร โดยเน้นกิจกรรมวันสำคัญทางพุทธศาสนาในเทศกาลต่างๆ โดยใช้สื่อการบอกต่อด้วยการชักชวนด้วยคำพูด ของกลุ่มญาติหรือคนรู้จักที่เคยมาแล้ว อีกทั้งยังมีการบอกต่อผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ฯลฯ ส่วนกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง กลุ่มนี้จะใช้กลยุทธ์ให้ บิดามารดา ผู้ปกครอง ญาติผู้ใหญ่ สถาบันการศึกษา ชักนำให้เข้ามาทำบุญ ทำทาน ไหว้พระ หรือมาปฏิบัติธรรมในวัด

(2.2) กลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมที่มีอายุ 25 ปี ขึ้นไป ใช้หลักการสร้างความภักดีเพื่อให้เกิดการบอกต่อ/บอกเล่าแบบปากต่อปาก ชักชวนกันมา รวมทั้งบอกต่อผ่านสื่อต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น ส่วนกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ยากที่จะมาปฏิบัติธรรมด้วยตัวเอง ควรใช้กลุ่มอิทธิพลคือ กลุ่ม บิดา มารดา ญาติผู้ใหญ่ ชักชวนให้มาปฏิบัติธรรมด้วย

**(3) กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวตามพฤติกรรมของกลุ่ม**

**(3.1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาวัดเพื่อทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระใน 4 วัด (วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่าการ้อง)** เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม แสดงถึงความไม่พึงพอใจโดยรวมในเรื่องต่างๆ จึงต้องแก้ไขปรับปรุง ดังนี้

(3.1.1) เน้นกิจกรรมทำบุญ/ตักบาตร/ขอพรไหว้พระ/เพื่อความเป็นสิริมงคล รวมทั้งจัดสถานที่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สักการะพระพุทธรูปโบราณหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้โดยสะดวก

(3.1.2) กิจกรรมการอนุรักษ์วัฒนธรรม ศิลปะ และการเรียนรู้ประวัติศาสตร์จาก การท่องเที่ยวในวัด เช่น การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนา และใช้สื่อดิจิทัล แสดงความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวัด

(3.1.3) กิจกรรมนันทนาการ/พักผ่อนหย่อนใจ/กีฬา/ออกกำลังกายเชิงอนุรักษ์ในวัด เช่น การใช้เสียงเพลงธรรม บางช่วงจัดให้มีการออกกำลังกายแบบโยคะคู่ขนานกับการฝึกสมาธิ เป็นต้น

(3.1.4) การประกวด/การแข่งขันกิจกรรมเชิงธรรมในวัด เช่น การประกวดสวดมนต์ทำนองสรภัญญะ

**(3.2) กลุ่มปฏิบัติธรรมใน 2 วัด (วัดมเหยงคณ์ วัดตาลเอน)** เนื่องจากการรับรู้จริงมีค่าสูงกว่าความคาดหวังต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม แสดงว่าผู้ปฏิบัติธรรมมีความพึงพอใจโดยรวมอย่างมากต่อการปฏิบัติธรรมใน 2 วัดนี้ รวมทั้งมีความพึงพอใจในกิจกรรมต่างๆ ด้วย ดังนั้น กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

(3.2.1) ทั้ง 2 วัด ยังคงต้องเน้นการปฏิบัติธรรม/การฝึกวิปัสสนากรรมฐานเป็นหลัก โดยพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นเรื่อยๆ และรูปแบบการปฏิบัติธรรมที่ไม่ขัดต่อหลักธรรมทางพุทธศาสนา อารังรักษากิจกรรมการอนุรักษ์วัฒนธรรมด้านการเรียนรู้การปฏิบัติธรรม โดยเฉพาะแบบเข้มข้นในช่วงเทศกาลวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ส่วนการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ในส่วนที่เป็นโบราณสถานของวัดนั้น สามารถจัดทำสื่ออธิบายโบราณสถานและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นนวัตกรรมการจัดกิจกรรมและงานเฉลิมฉลองร่วมกับกำหนดโปรแกรมการปฏิบัติธรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนาและเทศกาลต่างๆของไทย

(3.2.2) ความตั้งใจของอาหาร และเครื่องดื่มในโรงทาน เนื่องจากการจัดอาหารและเครื่องดื่มภายใน 2 วัดนี้ มีความอุดมสมบูรณ์และมีรสชาติดีอยู่แล้ว ดังนั้นจะต้องคงคุณภาพทางด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติที่ดี สะอาดถูกหลักอนามัยด้วย

(3.2.3) พัฒนาบรรยากาศสภาพแวดล้อม พื้นที่สีเขียว และความสะอาดในวัด เนื่องจากวัดมเหยงคณ์ถือได้ว่าเป็นวัดที่มีบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การปฏิบัติธรรมอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตามทางวัดจะต้องเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้มากขึ้น ส่วนวัดตาลเอนนั้น พื้นที่สีเขียวฝั่งปฏิบัติธรรมยังน้อยมาก เนื่องจากพื้นที่ใกล้เคียงเป็นทุ่งนาส่วนใหญ่ อากาศค่อนข้างร้อน จึงสมควรให้ผู้ปฏิบัติธรรมและ/หรือกลุ่มจิตอาสา หรือกลุ่มบำเพ็ญประโยชน์จากหน่วยงานและสถาบันการศึกษาต่างๆ ช่วยกันปลูกไม้ยืนต้นให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว เพื่อให้ใช้เป็นที่ปฏิบัติธรรมเพิ่มเติม อีกทั้งประเทศไทยมีอากาศร้อนอาจจะต้องติดตั้งพัดลมไอน้ำ ด้วย สภาพแวดล้อมของวัดเป็นทุ่งนาต้องเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้มากกว่านี้ รวมทั้งจัดภูมิทัศน์ให้ดึงดูดใจให้เกิดความร่มรื่น แก่กลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมและกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัด และได้มาพบเห็นการปฏิบัติธรรม ซึ่งจะนำไปสู่ความสนใจในการปฏิบัติธรรมได้มากขึ้น

(3.2.4) กิจกรรมนันทนาการ/พักผ่อนหย่อนใจ/กีฬา/ออกกำลังกายเชิงอนุรักษ์ในวัด เนื่องจากทั้ง 2 วัดนี้ เน้นการปฏิบัติธรรม ดังนั้นต้องบูรณาการกิจกรรมจิตอาสาเพื่อให้เกิดการผ่อนคลายเปลี่ยนบรรยากาศ เช่น การทำความสะอาด การเพิ่มพื้นที่สีเขียวต่างๆ ในบริเวณวัดด้วย

**(4) กลยุทธ์สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม**  
เนื่องจากผู้ปฏิบัติธรรมที่มาวัดมเหยงคณ์และวัดตาลเอน มีความตั้งใจอย่างแท้จริงต่อการปฏิบัติธรรม ดังนั้นนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมจึงส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการปฏิบัติธรรมในวัด อีกทั้งความคิดเห็นหลักพุทธศาสนาว่า เป็นศาสนาที่มุ่งแก้เรื่องความดับแห่งทุกข์ และนำไปสู่ความสงบสุขของชีวิต โดยมุ่งทำความดี ละเว้นความชั่ว ทำจิตใจให้บริสุทธิ์จากการปฏิบัติธรรม เหล่านี้ความคิดเห็นต่อหลักพุทธศาสนา จึงส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการปฏิบัติธรรมในวัด หลักสำคัญก็คือ สร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมให้สร้างให้เกิดการรับรู้ในสิ่งที่สามารถสนองความคาดหวังของลูกค้าให้ได้

**(5) กลยุทธ์นวัตกรรมการธำรงรักษาลูกค้าเดิม (แนวโน้มพฤติกรรมกรรมมาวัดซ้ำ)**  
ดังนี้

(5.1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาวัดเพื่อทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระใน 4 วัด (วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่าก่าร่อง) ใช้กลยุทธ์ดังนี้ (1) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม เช่น วัดท่าก่าร่องอาจสอนธรรมการปฏิบัติธรรมตามหลักพุทธศาสนาผ่านตู้บริจาค/ตู้อัตโนมัติ (2) กลยุทธ์การสร้างสรรค่นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ

เช่น การใช้สื่อวีดิทัศน์สอนหลักพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม (3) ปรับกิจกรรมต่างๆ โดยปรับโปรแกรมปฏิบัติธรรม (เช่น สวดมนต์ ฟังเพลงธรรม คู่ขนานกับการร้องเพลงธรรม) เข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกับการทำบุญทำทานไหว้พระ (4) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้หลักพุทธศาสนา เช่น การใช้สื่อเสียงเพลงธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการร้องเพลงขณะเดินทางในรถ (เช่น เพลงศีล 5 บทสวดมนต์ทำนองเพลงสรภัญญะ/สอนฝึกสมาธิ และบทสวดมนต์ต่างๆ) เป็นการผ่อนคลายจากการท่องเที่ยว และยังมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ธรรมด้วย

(5.2) กลุ่มปฏิบัติธรรมใน 2 วัด (วัดมเหยงคณ์ วัดตาลเอน) (1) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม เช่น E-book Facebook Line (2) กลยุทธ์ตอบสนองความคาดหวังของผู้ปฏิบัติธรรม (3) นวัตกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ตามหลักพุทธศาสนา โดยใช้ข่าวสารว่าเป็นศาสนาที่มุ่งแก้เรื่องความดับแห่งทุกข์ และนำไปสู่ความสงบสุขของชีวิต โดยมุ่งทำความดี ละเว้นความชั่ว ทำจิตใจให้บริสุทธิ์จากการปฏิบัติธรรม โดยใช้สื่อทั้งแบบดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล (4) สร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดการรับรู้ในสิ่งที่ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า เช่น นวัตกรรมเทคนิคการสอนที่น่าสนใจ นวัตกรรมการใช้สื่อเผยแพร่ธรรม (สื่อดิจิทัลหรืออินเทอร์เน็ต เทปธรรม) ที่สามารถนำไปปฏิบัติตามที่บ้านได้ โดยใช้หลักพุทธศาสนาว่า เป็นการนำไปสู่ความสงบสุขของชีวิต การปฏิบัติธรรมเป็นอันสงสันยิ่งใหญ่นอกจากการทำบุญใดๆ รวมทั้งให้ผู้ปฏิบัติธรรมนำแนวทางการปฏิบัติไปบอกต่อ โดยใช้ประเด็นที่ว่า การให้ธรรมเป็นทาน ชนะการให้ทั้งปวง

(5.3) กลยุทธ์นวัตกรรมการสร้างคามพึงพอใจโดยรวม ดังนี้ (1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาวัดเพื่อทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระใน 4 วัด (วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่าการ้อง) ใช้กลยุทธ์ดังนี้ (1.1) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม เช่น (1.2) สร้างสรรค์นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ (1.3) กลยุทธ์ที่ตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยว (1.4) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ในหลักพุทธศาสนา (2) กลุ่มปฏิบัติธรรมใน 2 วัด (วัดมเหยงคณ์ วัดตาลเอน) ดังนี้ (2.1) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม และนวัตกรรมการเรียนรู้ในหลักพุทธศาสนา เช่น การใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีเดีย (e-book) และหนังสือมีเดีย (Multimedia book) เป็นต้น (2.2) กลยุทธ์ตอบสนองความคาดหวังของผู้ปฏิบัติธรรม เช่น การสร้างสรรค์พื้นที่สีเขียวของวัด

(6) สร้างสรรค์นวัตกรรมการทำคามดี (กุศลกรรม) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาวัดเพื่อทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระใน 4 วัด โดยเริ่มต้นง่ายๆ ด้วยการฝึกสวดมนต์ ไหว้พระ ศึกษาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อดิจิทัล เกี่ยวกับหลักพุทธศาสนาที่สำคัญมีดังนี้ (1) ปัญญา (ความรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นโดยสามารถจัดความโลภ โกรธ หลง ความวิตกกังวลและความกลัว) (2) การรักษาศีล (การละความชั่วทั้งด้านกายกรรม วาจกรรม มโนกรรม) (3) การฝึกสมาธิ (การฝึกปฏิบัติ คือการทำใจให้นิ่ง) การเรียนรู้โดยจัดกิจกรรม ทั้ง 3 ประการนี้ เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกันนำไปสู่การทำคามดีกุศลกรรม

(7) สร้างสรรค์นวัตกรรมการทำคามดี (กุศลกรรม) กลุ่มปฏิบัติธรรมใน 2 วัด โดยฝึกปฏิบัติธรรมวิปัสสนากรรมฐานที่เกี่ยวข้องกับ สมาธิ (การฝึกปฏิบัติ คือการทำใจให้นิ่ง) เรียนรู้โดยจัดกิจกรรม ปัญญา (ความรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นโดยสามารถจัดความโลภ โกรธ หลง ความวิตกกังวล

และความกลัว) การรักษาศีล (การละความชั่วทั้งด้านกายกรรม วจีกรรม มโนกรรม) การฝึก ทั้ง 3 ประการนี้ เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกันนำไปสู่การทำความดีกุศลกรรม

**(8) สร้างสรรค์นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ** โดยมุ่งที่กลุ่มนักท่องเที่ยวใน 4 วัด ตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

(8.1) บำเพ็ญประโยชน์ทำบุญเพื่อพ่อ (เช่น กิจกรรมสานต่อโครงการพระราชดำริ ร่วมรณรงค์ให้คนไทยสมานสามัคคีโดยใช้ธรรมร่วมกับการปฏิบัติเข้าช่วย โครงการปลูกป่าอุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9)

(8.2) โครงการทำบุญโดยสร้างระบบเศรษฐกิจพอเพียง ตามวิถีพุทธที่ตั้งอยู่บนความพอดี พอกิน พอใช้ โดยให้ความรู้ การประกอบการโดยใช้หลักธรรม หลักมัชฌิมาปฏิปทา (การปฏิบัติตนในทางสายกลาง) การบุกเบิกการประกอบการธุรกิจ ขนาดย่อมเพื่อสังคม และศาสนารวมทั้งการให้ความรู้ในหน้าที่ธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การประกอบธุรกิจขนาดย่อมเพื่อสังคม การให้บริการการท่องเที่ยว การเริ่มการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยการให้บริการต่างๆ

(8.3) การบำเพ็ญประโยชน์เพื่อ ทำบุญเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงาน ภาครัฐ นักท่องเที่ยว และชุมชน (เช่น ร่วมหล่อเทียนพรรษาถวายวัดต่างๆ สวดมนต์ข้ามปี รณรงค์การแต่งกายด้วยชุดไทยย้อนยุคมาทำกิจกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ

(8.4) ปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยเสริมการการปฏิบัติธรรมร่วมกับการทำบุญให้มากขึ้น

**(9) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมตามหลักพุทธศาสนา** โดยเสริมเข้าไปในการท่องเที่ยววัดตามลำดับความสำคัญในเรื่องต่างๆ ดังนี้

(9.1) เน้นข่าวสารนวัตกรรมการใช้สื่อเผยแพร่ธรรมและจงใจให้ปฏิบัติธรรม โดยใช้หลักให้เกิดการรับรู้ว่าการปฏิบัติธรรมเป็นอันสงฆ์ (บุญ) อันยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ

(9.2) การจัดทำสื่อ นวัตกรรม/ดิจิทัล/อินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่ธรรมและจงใจให้ปฏิบัติธรรม

(9.3) จัดห้องปฏิบัติธรรมและ/หรือสนทนาธรรม/ห้องสมุดใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมและมีคุณค่าด้านจิตใจ เพื่อเรียนรู้ทางศาสนากับพระภิกษุสงฆ์ด้วยภาษาต่างๆ

(9.4) บริหารจัดการและพัฒนาพระและวัด ให้เป็นต้นแบบที่ดีของการปฏิบัติธรรม รวมทั้งแต่ละวัดต้องพัฒนาพระ/วิทยากรที่สามารถสอนธรรม/ประชาสัมพันธ์/จงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัดให้เห็นคุณค่าที่ดีของการปฏิบัติธรรม

(9.5) โครงการอุปสมบทหมู่ภาคฤดูร้อนหรือบวชชีพรามณ์ในช่วงปิดเทอมหรือวันหยุดพิเศษติดต่อกันสำหรับนักเรียน นักศึกษา หรือประชาชนที่สนใจ

(9.6) การจัดกิจกรรมการปรับเปลี่ยน/เพิ่มเติมเส้นทางแสวงบุญสู่เส้นทางแสวงธรรม เช่น ปรับโปรแกรมทัวร์โดยเพิ่มกิจกรรมปฏิบัติธรรม เช่น สวดมนต์ กำหนดลมหายใจเบื้องต้น ซึ่งใช้เวลาสั้นหรือมากตามความสะดวก หรือปรับการฝึกสมาธิในทุกอิริยาบถ

(9.7) การกำหนดรางวัลเกียรติคุณสำหรับโครงการระหว่างวัด สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และชุมชนที่ปฏิบัติธรรมดีเด่น เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9

(9.8) การใส่ทำนองเพลงสัทญญะ/สอนฝึกสมาธิ บทสวมนนต์ต่างๆ

(9.9) โครงการสอน/จัดโปรแกรมปฏิบัติธรรมประยุกต์สำหรับฆราวาส นักท่องเที่ยว และนักเรียนนักศึกษาโดยพระภิกษุสงฆ์/วิทยากร ในวันอาทิตย์หรือวันหยุดพิเศษติดต่อกัน โดยจัดวัดหรือสถาบันการศึกษาเป็นศูนย์การเรียนรู้ทางพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างๆ

(9.10) นวัตกรรมด้านเทคนิคการสอนที่น่าสนใจ การเผยแพร่ธรรมและปฏิบัติธรรม เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และประโยชน์ด้านความสงบสุขที่ได้รับจากการปฏิบัติธรรม องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง คือ (1) ครูหรือพระหรือผู้เชี่ยวชาญ (2) การสร้างบรรยากาศ สถานที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติธรรม (3) เทคนิคการสอนต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น ข่าวสารและสื่อที่ใช้ประกอบ

(9.11) การปรับทุกอิริยาบถให้สามารถทำสมาธิได้ในขณะท่องเที่ยว ได้แก่ การออกกำลังกาย/กายบริหาร/นันทนาการปฏิบัติธรรม ร่วมกับการฝึกสมาธิ และสอนธรรม เจริญสมาธิ เช่น (1) โยคะปฏิบัติธรรม (2) ไทเก๊กประยุกต์ปฏิบัติธรรม (3) เดินสมาธิ (4) กายบริหารสมาธิ (5) ทุกอิริยาบถอื่นๆ

#### (10) นวัตกรรมการปฏิบัติธรรม โดยมุ่งที่กลุ่มปฏิบัติธรรมใน 2 วัด ดังนี้

(10.1) การบำเพ็ญประโยชน์ทำบุญเพื่อพ่อ (เช่น กิจกรรมสานต่อโครงการพระราชดำริร่วมรณรงค์ให้คนไทยสมานสามัคคีโดยใช้ธรรมร่วมกับการปฏิบัติเข้าช่วย โครงการปลูกป่าอุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9

(10.2) โครงการทำบุญโดยสร้างระบบเศรษฐกิจพอเพียง ตามวิถีพุทธที่ตั้งอยู่บนความพอดี พอกิน พอใช้ โดยให้ความรู้ การประกอบการโดยใช้หลักธรรม หลักมัชฌิมาปฏิปทา (การปฏิบัติตนในทางสายกลาง) การบุกเบิกการประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเพื่อสังคม และศาสนารวมทั้งการให้ความรู้ในหน้าที่ธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น การประกอบธุรกิจขนาดย่อมเพื่อสังคม การให้บริการการท่องเที่ยว การเริ่มการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยการให้บริการต่างๆ

(10.3) การบำเพ็ญประโยชน์เพื่อ ทำบุญเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยว และชุมชน (เช่น ร่วมหล่อเทียนพรรษาถวายวัดต่างๆ สวดมนต์ข้ามปี รณรงค์การแต่งกายด้วยชุดไทยย้อนยุคมาทำกิจกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ

(10.4) ปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยเสริมการการปฏิบัติธรรมร่วมกับการทำบุญให้มากขึ้น

(10.5) โครงการทำบุญบำเพ็ญประโยชน์เชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในวัดและชุมชน ร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยว และชุมชน เพื่อพัฒนาสถานที่ของวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่สีเขียว ธรรมชาติที่งดงาม สะอาด บรรยากาศดี

(10.6) โครงการสอน/จัดโปรแกรมปฏิบัติธรรมประยุกต์สำหรับฆราวาส นักท่องเที่ยว และนักเรียนนักศึกษาโดยพระภิกษุสงฆ์/วิทยากร ในวันอาทิตย์หรือวันหยุดพิเศษติดต่อกัน โดยจัดวัดหรือสถาบันการศึกษาเป็นศูนย์การเรียนรู้ทางพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างๆ

(10.7) โครงการอุปสมบทหมู่ภาคฤดูร้อนหรือบวชชีพราหมณ์ในช่วงปิดเทอมหรือวันหยุดพิเศษติดต่อกันสำหรับนักเรียน นักศึกษา หรือประชาชนที่สนใจ

(10.8) นวัตกรรมด้านเทคนิคการสอนที่น่าสนใจ การเผยแพร่ธรรมและปฏิบัติธรรม เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และประโยชน์ด้านความสงบสุขที่ได้รับจากการปฏิบัติธรรม องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง คือ (1) ครูหรือพระหรือผู้เชี่ยวชาญ (2) การสร้างบรรยากาศ สถานที่ เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติธรรม (3) เทคนิคการสอนต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น ข่าวสารและสื่อที่ใช้ประกอบ

(10.9) เน้นข่าวสารนวัตกรรมที่ใช้สื่อเผยแพร่ธรรมและจงใจให้ปฏิบัติธรรม โดยใช้หลักให้เกิดการรับรู้ว่าการปฏิบัติธรรมเป็นอันสงฆ์ (บุญ) อันยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ

(10.10) จัดห้องปฏิบัติธรรมและ/หรือสนทนาธรรม/ห้องสมุดใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมและมีคุณค่าด้านจิตใจ เพื่อเรียนรู้ทางศาสนากับพระภิกษุสงฆ์ด้วยภาษาต่างๆ

(10.11) การจัดทำสื่อ นวัตกรรม/ดิจิทัล/อินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่ธรรมและจงใจให้ปฏิบัติธรรม

(10.12) บริหารจัดการและพัฒนาพระและวัด ให้เป็นต้นแบบที่ดีของการปฏิบัติธรรม รวมทั้งแต่ละวัดต้องพัฒนาพระ/วิทยากรที่สามารถสอนธรรม/ประชาสัมพันธ์/จงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัดให้เห็นคุณค่าที่ดีของการปฏิบัติธรรม

(10.13) การปรับทุกอิริยาบถให้สามารถทำสมาธิได้ในขณะท่องเที่ยว ได้แก่ การออกกำลังกาย/กายบริหาร/นันทนาการปฏิบัติธรรม ร่วมกับการฝึกสมาธิ และสอนธรรม เชิงฝึกสมาธิ เช่น (1) โยคะปฏิบัติธรรม (2) ไทเก๊กประยุกต์ปฏิบัติธรรม (3) เดินสมาธิ (4) กายบริหารสมาธิ (5) ทุกอิริยาบถอื่นๆ

(10.14) การจัดกิจกรรมการปรับเปลี่ยน/เพิ่มเติมเส้นทางแสวงบุญสู่เส้นทางแสวงธรรม เช่น ปรับโปรแกรมทัวร์โดยเพิ่มกิจกรรมปฏิบัติธรรม เช่น สวดมนต์ กำหนดลมหายใจเบื้องต้น ซึ่งใช้เวลาสั้นหรือมากตามความสะดวก หรือปรับการฝึกสมาธิในทุกอิริยาบถ

(10.15) การกำหนดรางวัลเกียรติคุณสำหรับโครงการระหว่างวัด สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และชุมชนที่ปฏิบัติธรรมดีเด่น เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9

(10.16) การใส่ทำนองเพลงสรวลัญญะ/สอนฝึกสมาธิ บทสวดมนต์ต่างๆ