

ฉบับร่างการเผยแพร่งานวิจัย

การรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชียงแสงบุญและการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (Tourists' Perception and Expectation towards Dhamma and Merit-Making Tourism and Event Marketing of Temple Destinations in Ayutthaya Province)
ศิริวรรณ เสรีรัตน์* จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์*
*มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

บทคัดย่อ Abstract

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชียงแสงบุญและการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล สมาธิ ปัญญา ที่ส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกุศลกรรม และกิเลสของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรม (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรม (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอนาคตของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรม (4) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยวกับการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรม (5) เพื่อศึกษาความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวม และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล (6) เพื่อบูรณาการสร้างกลยุทธ์การสร้างสรรค่นวัตกรรมมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงแสงบุญหรือปฏิบัติธรรม

กลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดโควตาจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาท่องเที่ยวเชิงแสงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ในแหล่งท่องเที่ยว 4 วัด วัดละ 100 คน รวมเป็น 400 คน และผู้มาปฏิบัติธรรม ในแหล่งท่องเที่ยว 2 วัด ได้แก่ วัดมเหยงคณ์ 260 คน วัดตาลเอน 227 คน รวมเป็น 487 คน รวมนักท่องเที่ยวทั้งหมดเป็น 887 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในวัดดังกล่าว สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) การวิเคราะห์ค่าที (Independent sample t-test) การวิเคราะห์ค่า Paired t-test (Dependent t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการทดสอบสมมติฐานของนักท่องเที่ยวเชิงทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ใน 4 วัด ได้แก่ พบว่า

1. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญญา ศีล และสมาธิส่งผลต่อการทำความดี (กุศลกรรม) และกิเลส (เวทนา อารมณ์) ของนักท่องเที่ยว
2. ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หลักพุทธศาสนา และความคาดหวังส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระของนักท่องเที่ยว

3. ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ การรับรู้จริง หลักพุทธศาสนา และเหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัดส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอนาคตของนักท่องเที่ยว

4. ความคาดหวังโดยรวมสูงกว่าการรับรู้จริงโดยรวมต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจอย่างมากต่อการท่องเที่ยววัดโดยรวม

5. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ ด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐานของผู้ปฏิบัติธรรม ใน 2 วัด พบว่า

1. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญญา สมาธิ และศีลส่งผลต่อการทำความดี (กุศลกรรม) และกิเลส (เวทนา อารมณ์) ของผู้ปฏิบัติธรรม

2. ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา และการรับรู้จริงส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ปฏิบัติธรรม

3. ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา และการรับรู้จริงส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติธรรม

4. การรับรู้จริงโดยรวมสูงกว่าความคาดหวังโดยรวม กล่าวคือ ผู้ปฏิบัติธรรมมีความพึงพอใจอย่างมากต่อการปฏิบัติธรรมโดยรวม

5. ผู้ปฏิบัติธรรมที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมมาปฏิบัติธรรมต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ และผู้ปฏิบัติธรรมที่อาศัยอยู่ในจังหวัดที่ห่างไกลมีแนวโน้มพฤติกรรมมาปฏิบัติธรรม ต่ำกว่าผู้ปฏิบัติธรรมที่อาศัยในปริมณฑล และกรุงเทพมหานคร

บทนำ Introduction

ปัจจุบันการท่องเที่ยววัดเชิงธรรมปฏิบัติธรรม เชิงแสวงบุญเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นเมืองมรดกโลก พระนครศรีอยุธยาที่องค์การยูเนสโกได้ขึ้นทะเบียนอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นมรดกโลก นอกจากนี้โบราณสถาน โบราณวัตถุมากมายแล้วซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัด อีกทั้งยังมีจำนวนวัดมากมายถึง 504 วัด (สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2555)

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดในพระนครศรีอยุธยานั้น ประกอบด้วย 2 กลุ่มด้วยกันดังนี้ กลุ่มแรก กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ แล้วยังศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ รับประทานอาหาร และเลือกซื้อสินค้าต่างๆ ในวัด ดังนี้ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุ วัดท่าการ้อง วัดมหาธาตุ วัดราชบูรณะ วัดกษัตราธิราช วัดไชยวัฒนาราม เป็นต้น ส่วนกลุ่มที่สองเป็นกลุ่มที่มุ่งมาปฏิบัติธรรมเพื่อความสงบสุขในชีวิต ในวัดที่สำคัญ ดังนี้ วัดมเหยงคณ์ และวัดตาลเอน วัดไก่เตี้ย เป็นต้น ซึ่งกลุ่มนี้มีความตั้งใจอย่างแท้จริงที่จะเรียนรู้การปฏิบัติธรรมตามหลักพุทธศาสนา

หลักพระพุทธศาสนาจะเกี่ยวข้องกับการไม่ทำบาปทั้งปวง การทำกุศลให้ถึงพร้อม การชำระจิตของตนให้ขาวรอบ (พระธรรมสิงหบุราจารย์, 2553, น. 34-35) หลักคำสอนของพุทธศาสนา เรียกว่าไตรสิกขา เป็นขั้นตอนการปฏิบัติในศาสนาพุทธ 3 ประการ ได้แก่ (1) ศีล (ละเว้นความชั่ว/

การกระทำความดี) (2) สมาธิ (ความมีจิตใจแน่วแน่ ตั้งมั่น ควรแก่การประกอบกิจการงาน) (3) ปัญญา (รู้ทั่วถึงเหตุถึงผล, รู้เรื่องบาปบุญคุณโทษ, รู้สิ่งที่ควรทำควรเว้นและควรปฏิบัติ) ซึ่งแนวทางปฏิบัติให้พ้นทุกข์นั้นต้องอาศัยหลักอริยสัจ 4

อริยสัจ 4 หมายถึงความจริงอันประเสริฐ 4 ประการ ได้แก่ (1) ทุกข์ (ความรู้สึกทุกข์จากปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต) (2) สมุทัย (เหตุแห่งทุกข์) (3) นิโรธ (การดับทุกข์) (4) มรรค (การปฏิบัติให้พ้นทุกข์) ตามหลักอริยสัจ 4 คือ มรรค ข้อปฏิบัติก็คือให้พ้นทุกข์ ตามหลักพุทธศาสนาแสดงว่าเกิดปัญญาอันเห็นชอบว่าสิ่งใดเป็นทุกข์และเป็นเหตุให้เกิดทุกข์ และชี้ให้เห็นถึงความดับทุกข์ ได้แก่ มรรค 8 ประการ คือ ปัญญาอันเห็นชอบ ดำริชอบ เจรจาชอบ ทำการงานชอบ เลี้ยงชีวิตชอบ ทำความเพียรชอบ ตั้งสติชอบ ตั้งใจชอบ สรุปลแล้วมรรค 8 ประการ ก็คือ ศีล สมาธิ ปัญญา นั่นเอง (สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส, 2560, น. 26-27)

การใช้หลักอริยสัจ 4 จะสอดคล้องกับกระบวนการแก้ปัญหา (Problem solving process) เพื่อจะใช้ในการศึกษาธรรมปฏิบัติธรรม ดังนี้ (1) ทุกข์ เริ่มจากการที่บุคคลเกิดความทุกข์ขึ้นมา (2) สมุทัย เป็นการค้นหาเหตุแห่งทุกข์ซึ่งเหตุแห่งทุกข์คือตัณหา ได้แก่ ความต้องการในกามคุณ ความต้องการสิ่งของ และความไม่ต้องการสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นเหตุแห่งทุกข์ (3) นิโรธ หาวิธีการดับทุกข์โดยปล่อยวางปัญหานั้นไม่ผูกพันกับตัณหานั้น (4) มรรค แนวทางปฏิบัติให้พ้นทุกข์ ซึ่งต้องใช้ปฏิบัติธรรม วิปัสสนากรรมฐาน

ในงานวิจัยเรื่องนี้เน้นนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมปฏิบัติธรรม นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/แสวงบุญ และนวัตกรรมการตลาดเชิงกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตามหลักพุทธศาสนา จึงจำเป็นอย่างยิ่งต้องศึกษาถึงความคาดหวัง (Expectation) ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยว/ผู้ปฏิบัติธรรมมีความต้องการและคาดหวังไว้ว่าจะได้รับการมาวัดในพระนครศรีอยุธยาของ 2 กลุ่ม ดังนี้ (1) กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการ/ความคาดหวังในด้านทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ แล้วยังศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ รับประทานอาหาร และเลือกซื้อสินค้าต่างๆอย่างไร (2) กลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมที่มีความคาดหวังในการเรียนรู้ปฏิบัติธรรมตามหลักคำสอนของพุทธศาสนาอย่างไร แล้วขณะเดียวกันก็จะเป็นการวัดการรับรู้ (Perception) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น (Solomon, 2007, p. 49) โดยนักท่องเที่ยว/ผู้ปฏิบัติธรรมจะต้องเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้กับสิ่งที่เขาคาดหวังไว้ (Expectation) ผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบคือความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ เนื่องจากความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้จากการทำงานของผลิตภัณฑ์/บริการเมื่อเทียบกับความคาดหวังของเขา (Kotler & Keller, 2016, p. G8) จึงสามารถสรุปได้ดังนี้

ถ้าความคาดหวัง (Expectation) มากกว่าการรับรู้ (Perception) แสดงว่าไม่พอใจ (Dissatisfaction)
 ถ้าความคาดหวัง (Expectation) เท่ากับการรับรู้ (Perception) แสดงว่าพอใจ (Satisfaction)
 ถ้าความคาดหวัง (Expectation) น้อยกว่าการรับรู้ (Perception) แสดงว่ามีความชื่นชมยินดี (Delight)

นอกจากนี้ต้องศึกษาปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/แสวงบุญ และกลุ่มปฏิบัติธรรม ประกอบด้วย ความคิดเห็นต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/แสวงบุญ ความคิดเห็นต่อหลักพุทธศาสนา เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัดตาม

หลักกระบวนการจูงใจ (The motivation process) ดังนี้ (1) เกิดความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled needs, wants, and desires) เช่น มีทุกข์ โลก โกรธ หลง เป็นต้น (2) จะนำไปสู่การเกิดความเครียด (Tension) ซึ่งเป็นความไม่สบายใจตามหลักอริยสัจ 4 ก็คือทุกข์ซึ่งจะนำไปสู่การหาสาเหตุแห่งทุกข์ (สมุทัย) และวิธีดับทุกข์ในขั้นต่อไป (3) เกิดแรงขับ (Drive) เป็นแรงผลักดันภายในของบุคคลที่สามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมออกมา (4) เกิดพฤติกรรม (Behavior) ที่บุคคลแสดงออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ (Personality) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) และทัศนคติ (Attitudes) ของแต่ละบุคคล ก็คือนิโรร คือ การดับทุกข์ (5) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คือ ตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น (Goal or need fulfillment) (6) ทำให้สามารถลดความตึงเครียดลงได้ (Tension reduction) (Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 84) ซึ่งจะเห็นว่าแนวความคิดนี้สอดคล้องกับแนวความคิดตามหลักอริยสัจ 4 ได้แก่ ทุกข์ สมุทัย นิโรร มรรค (สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส, 2560, น. 26-27) นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม การทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/แสวงบุญ และนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมมาซ้ำในอนาคต

นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล สมาธิ ปัญญา ในฐานะเป็นตัวแปรต้นว่ามีอิทธิพลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกุศลกรรม (การทำความดี) กิเลส (เวทนาอารมณ์) ตามหลักของพุทธศาสนาหรือไม่อย่างไร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง Literature Review

1. การรับรู้ (Perception) ความคาดหวัง (Expectation) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ของผู้บริโภค/นักท่องเที่ยว/ผู้ปฏิบัติธรรม

โดยทั่วไปผู้บริโภค/นักท่องเที่ยวก่อนมีกิจกรรมใดก็ตามจะมีความคาดหวังไว้ (Consumer expectation) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการและคาดหวังไว้ว่าจะได้รับการมีกิจกรรมนั้น ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีตและความต้องการด้านจิตวิทยาของเขา และเมื่อมีการรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งผู้บริโภครับรู้ เลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูล เพื่อสร้างภาพที่สำคัญออกมา (Belch & Belch, 2015, p. 775) ทั้งนี้ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบกันระหว่างการรับรู้กับความคาดหวังถือว่าการประเมินความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกพอใจ/ไม่พอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้จากการทำงานของผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับความคาดหวัง (Kotler & Keller, 2016, p. G8) ซึ่งสรุปได้ 3 ประการ ดังนี้

ถ้าความคาดหวัง (Expectation) มากกว่าการรับรู้ (Perception) แสดงว่าไม่พอใจ (Dissatisfaction)
 ถ้าความคาดหวัง (Expectation) เท่ากับการรับรู้ (Perception) แสดงว่าพอใจ (Satisfaction)
 ถ้าความคาดหวัง (Expectation) น้อยกว่าการรับรู้ (Perception) แสดงว่ามีความชื่นชมยินดี (Delight)

มีปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้า 3 ประการคือ (1) คุณภาพการให้บริการ (Service quality) (2) คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ซึ่งก็คือการรับรู้ในคุณค่า (Value perception) (3) ความคาดหวังของลูกค้า (Customer expectation) ทั้ง 3 ประการนี้เป็นตัวแปร

ต้น (Independent factors) ซึ่งส่งผลต่อตัวแปรตาม (Dependent factor) คือความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) จะเห็นว่าคุณภาพการให้บริการ ความคาดหวังของลูกค้ามีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในขณะที่เดียวกันคุณค่าที่รับรู้ก็มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าด้วยเช่นกัน

โดยทั่วไปผู้บริโภคจะมีความคาดหวัง (Expectation) ก่อนเข้าใช้บริการ หลังจากที่ลูกค้าเข้าใช้บริการแล้ว เขาจะเกิดการรับรู้ผลการทำงาน (Perceived performance) แล้วจะเกิดความเชื่อมั่นว่าเป็นไปตามความคาดหวัง (Confirmation of expectations) ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจ นอกจากนี้การสื่อสารกับลูกค้าจะทำให้เกิดการรับรู้ผลการทำงานที่ดี (Client – vender communication) อีกทั้งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าด้วย (Diegmann, Basten, & Pankratz, 2017)

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer expectations) เกิดขึ้นก่อนที่จะรับรู้ถึงคุณภาพโดยรวม (Perceived overall quality) ซึ่งการเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้นี้จะส่งผลไปยังคุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ส่งผลต่อเนื่องไปยังความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) ถ้าลูกค้าพอใจก็จะเกิดความภักดี (Customer loyalty) ซึ่งจะบอกต่อในแง่ดีและซื้อซ้ำ แต่ถ้าหากว่าลูกค้าไม่พอใจ ก็จะบอกต่อแง่ลบ (Customer complaints) และไม่มาซ้ำ

2. ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Stages in the consumer decision-making process) ขั้นตอนการตัดสินใจในพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้ (1) รับรู้ปัญหาการเกิดความทุกข์ซึ่งนำไปสู่ความต้องการแก้ปัญหา (2) ค้นหาข้อมูลว่าจะแก้ปัญหาอย่างไรดี (3) พิจารณาทางเลือกต่างๆที่ใช้เพื่อแก้ปัญหาการหลุดพ้นจากความทุกข์ (4) การตัดสินใจปฏิบัติธรรมเพื่อแก้ปัญหา และ (5) พฤติกรรมปฏิบัติเพื่อให้หลุดพ้นจากความทุกข์ โดยปฏิบัติธรรม/วิปัสสนากรรมฐานร่วมกับการปฏิบัติตามหลักศีล สมาธิ ปัญญา

3. พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ (Behavior trend after services) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังจากได้รับสิ่งกระตุ้นผ่านกระบวนการความคิด รวมทั้งได้บริโภค ส่งผลต่อเนื่องไปยังพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ประกอบด้วย (1) ความพึงพอใจโดยรวม (Overall satisfaction) ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ดีที่เกิดจากการรับรู้จริงที่มากกว่าความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นความรู้สึกของผู้บริโภคซึ่งเกิดจากการประเมินว่ารู้สึกมีความสุข (Keller, 2008, pp. 75-76, Hoyer, MacInnis & Pieters, 2013, G.6) (2) พฤติกรรมความตั้งใจในอนาคต (Intention behavior in the future) หมายถึง ความตั้งใจที่จะมีพฤติกรรมในอนาคต (3) ความตั้งใจแนะนำบอกต่อ (Word-of-mouth) หมายถึง การสื่อสารไปยังบุคคลที่รู้จักด้วยคำพูด ลายลักษณ์อักษร ผ่านสื่อบุคคล และสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรม (Schiffman & Wisenbit, 2015, p. 470) (4) การยอมรับ (Adoption) เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้น นำไปสู่การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ (1) การรู้จัก (Awareness) (2) สนใจ (Interest) (3) ประเมินผล (Evaluation) (4) ทดลอง (Trial) (5) ขึ้นยอมรับ (Adoption) (Belch & Belch, 2015, p. 159)

4. ทศนคติ (Attitude) หมายถึง การประเมินว่าชอบหรือไม่ชอบของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (Kotler & Keller, 2016, p. G1) ส่วนความเชื่อถือ (Belief) เป็นรายละเอียดของความคิดซึ่งบุคคลยึดถือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น ความเชื่อที่ว่า สวดมนต์เจริญเมตตา แก้ไขปัญหาชีวิต ขจัดโรค ขจัดภัย แก้ไขกรรมเก่า กลับเรื่องร้ายให้กลายเป็นดี หรือความรู้ทางโลกที่พอจะเรียกได้ว่าเป็นคนดี ไม่อาจช่วยให้ตัวเรดับทุกข์ได้

องค์ประกอบของทัศนคติมี 3 ส่วน คือ (1) องค์ประกอบด้านความคิด ความเชื่อถือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (The cognitive component : belief) เช่น เหนือฟ้ายังมีฟ้า แต่ไม่มีใครเหนือกฎแห่งกรรม (หลวงพ่ोजรัญ) ผู้ที่มีอายุยืนยง เพราะชาติก่อน ไม่ชอบปลดปลงชีวิตสัตว์ ผู้ที่ร่ำรวยสมบัติ เพราะชาติก่อน ชอบบำเพ็ญทาน (หลวงปู่ศรีจันทร์ ปุญญโรต) (2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก การประเมินผลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (The affective component : evaluation) เช่น การให้ธรรมเป็นทานย่อมชนะการให้ทั้งปวง, ถ้าเรามีเมตตา จิตก็จะห่างไกล จากความโกรธ (หลวงพ่อสุรงค์ดี เขมรังสี) (3) องค์ประกอบด้านแนวโน้มในพฤติกรรม (The behavioral component : behavioral trend) เช่น ผู้ที่สนใจในธรรม สู้ผู้รู้ธรรมไม่ได้ ผู้รู้ธรรม สู้ผู้ปฏิบัติธรรมไม่ได้ ผู้ปฏิบัติธรรม สู้ผู้เข้าถึงธรรมไม่ได้ ผู้เข้าถึงธรรม ก็สู้ผู้บรรลุธรรมไม่ได้ (หลวงปู่ศรีจันทร์ ปุญญโรต)

5. เหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

5.1 **เหตุจูงใจหรือการจูงใจ (Motivation)** เป็นความต้องการภายในที่มีพลังให้เกิดความต้องการที่จะบรรลุความต้องการนั้น (Hoyer, MacInnis & Pieters, 2013, p. G-5)

5.2 **สิ่งจูงใจ (Motives)** เป็นพลังสิ่งกระตุ้นจากภายในจิตใจของแต่ละบุคคลให้บุคคลปฏิบัติแล้วผลักดันให้เขาเกิดพฤติกรรมนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการคือความพึงพอใจ ดังภาพ (Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 65)

5.3 **กระบวนการจูงใจ (The motivation process)** มีขั้นตอนดังนี้ (1) เกิดความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled needs, wants, and desires) เช่น มีความโลภ โกรธ หลง เป็นต้น (2) จะนำไปสู่การเกิดความเครียด (Tension) ซึ่งเป็นความไม่สบายใจตามหลักอริยสัจ 4 ซึ่งก็คือทุกข์ซึ่งจะนำไปสู่การหาสาเหตุแห่งทุกข์ (สมุทัย) และวิธีดับทุกข์ในขั้นต่อไป (3) เกิดแรงขับ (Drive) เป็นแรงผลักดันภายในของบุคคลที่สามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมออกมา (4) เกิดพฤติกรรม (Behavior) ที่บุคคลแสดงออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ (Personality) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) และทัศนคติ (Attitudes) ของแต่ละบุคคล ก็คือนิโรธ คือ การดับทุกข์ให้หมดไป (5) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คือ ตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น (Goal or need fulfillment) (6) ทำให้สามารถลดความตึงเครียดลงได้ (Tension reduction)

6. **ขั้นตอนการตลาดตามเป้าหมาย (The target marketing process)** ดังนี้ (1) เริ่มต้นด้วยต้องสามารถระบุตลาดเป้าหมายที่มีความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (2) นักการตลาดต้องกำหนดเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด เช่น อาจแบ่งตามอายุ เพศ อาณาเขตทางภูมิศาสตร์ หรือพฤติกรรมศาสตร์ก็ได้ (3) มีการเลือกกลุ่มเป้าหมายอาจจะเลือก 1 ส่วนหรือหลายส่วนเป็นเป้าหมายก็ได้ (4) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าแล้วปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ (Product positioning through marketing strategies)

7. **หลักพุทธศาสนา: ศิล สมาธิ ปัญญา กุศลกรรม (การทำความดี) กิเลส (เวทนา อารมณ์)**

7.1 **หลักพระพุทธศาสนา** การเผยแผ่พระพุทธศาสนามีหลักใหญ่ 3 ประการ ดังนี้ (พระธรรมสังฆราชจารย์, 2553, น. 34-35)

1. ละความชั่ว (ทุจริต 10) อกุศลกรรมบถ ประกอบด้วย
กายกรรม 3 ได้แก่ ฆ่าสัตว์ ลักทรัพย์ ประพฤติผิดในกาม

วชิกรรม 4 ได้แก่ พุดเท็จ พุดหยาบ พุดส่อเสียด พุดเพ้อเจ้อ
มโนกรรม 3 ได้แก่ โลภะ (โลภ) โทสะ (โกรธ) โมหะ (หลง)

2. ทำความดี บุญกิริยาวัตถุ 10 ได้แก่ การบริจาคทาน การรักษาศีล การเจริญภาวนา การประพาดิอ่อนน้อมถ่อมตนต่อผู้ใหญ่ การชวนชวายเป็นกิจที่ชอบ การให้ส่วนบุญ การอนุโมทนาส่วนบุญ การฟังธรรม การแสดงธรรม และการทำความเห็นให้ตรง

3. มโนกรรม (กิเลส) มี 3 ระดับ คือ

โลภะ (โลภ)	}	อย่างหยาบปราบด้วยศีล
โทสะ (โกรธ)		อย่างกลางปราบด้วยสมาธิ
โมหะ (หลง)		อย่างละเอียดปราบด้วยปัญญา

4. การทำจิตใจบริสุทธิ์ต้องเจริญกรรมฐาน กรรมฐานมี 2 อย่างคือ สมถกรรมฐาน เป็นอุบายให้จิตสงบบริสุทธิ์ชั่วขณะ และวิปัสสนากรรมฐาน เป็นอุบายให้เกิดปัญญา ทำให้จิตบริสุทธิ์ตลอดไป

ท่านพุทธทาสได้กล่าววาระเบียบทางพุทธศาสนา ไว้ดังนี้

(1) ศีล สมาธิ ปัญญา

(1.1) ศีล (การสำรวม กาย วาจา ใจ) คนที่มีจิตว่างไม่ยึดมั่นถือมั่น ตัวตน-ของตนนั้น เรียกว่าเป็นคนที่มศีลที่แท้จริง และเต็มเปี่ยมถึงที่สุดด้วยศีล

(1.2) สมาธิ (การตั้งใจมั่น ยึดมั่น) จิตที่ว่างจากความยึดมั่นถือมั่นว่าเราว่าของเราเท่านั้น ที่จะมั่นคงเป็นสมาธิได้อย่างแท้จริงและสมบูรณ์ เพราะฉะนั้นผู้มีจิตว่างจึงเป็นผู้ที่มีสมาธิอย่างถูกต้อง

(1.3) ปัญญา (ความรอบรู้ การคิดได้ นึกได้) ปัญญาที่แท้จริงหรือถึงที่สุดของปัญญานั้น ก็คือความว่างนั่นเองคือว่างจากโมหะที่หลงยึดมั่นถือมั่นนั่นเอง หมายความว่าพอเอาโมหะอันนี้ออกไปเสีย จิตก็ถึงสภาพเดิมของจิตที่เป็นจิตเดิมแท้ คือปัญญาหรือสติปัญญา (พระธรรมโกศาจารย์, 2558, น. 60-62)

(2) หน้าที่ของพุทธศาสนา มุ่งหมายโดยตรงที่จะกำจัดกิเลส คือ โลภะ โทสะ โมหะ ให้สิ้นเชิง หรือดับความทุกข์ทั้งหลายที่จะเกิดขึ้นจากความเกิด แก่ เจ็บ ตาย ให้สูญสิ้นไป ความรู้ของโลกที่พอจะเรียกได้ว่าเป็นคนดี ไม่อาจช่วยให้ตัวเราดับทุกข์ได้

(3) ชีวิตนี้หรือสิ่งทั้งปวงที่เรากำลังหลงรักใคร่ยินดีเป็นอนิจจัง (ไม่เที่ยง) ทุกขัง (เป็นทุกข์) อนัตตา (ไม่มีตัวตน)

พระพุทธศาสนา คือ คำสั่งสอน ของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า เพื่อช่วยมนุษย์ให้พ้นทุกข์ ซึ่งมีหลักการสำคัญ 3 ประการดังนี้ (1) ให้ละเว้นการกระทำความชั่ว (2) ให้ตั้งมั่นอยู่ในการกระทำแต่ความดี (3) ให้ชำระจิตของตนเองให้ผ่องใสอยู่เสมอ

ไตรสิกขา - ขั้นตอนการปฏิบัติในศาสนาพุทธ 3 ประการ ประกอบด้วย (1) ศีล (ละเว้นความชั่ว/การกระทำความดี) (2) สมาธิ (ความมีจิตใจแน่วแน่ ตั้งมั่น ควรแก่การประกอบกิจการงาน) (3) ปัญญา (รู้ทั่วถึงเหตุถึงผล, รู้เรื่องบาปบุญคุณโทษ, รู้สิ่งที่ควรทำควรเว้นและควรปฏิบัติ) ซึ่งแนวทางปฏิบัติให้พ้นทุกข์นั้นต้องอาศัยอริยสัจ 4

อริยสัจ 4 ซึ่งหมายถึงความจริงอันประเสริฐ 4 ประการ ดูภาพที่ 2.12 ประกอบด้วย (1) ทุกข์ (ความรู้สึกรู้สึกทุกข์จากปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต) (2) สมุทัย (เหตุแห่งทุกข์) (3) นิโรธ (การดับทุกข์) (4) มรรค (การปฏิบัติให้พ้นทุกข์)

มรรค 8 (ศีล สมาธิ ปัญญา) หมายถึง กระบวนการที่ต่อเนื่องกันในการปฏิบัติธรรม (ศีล-สมาธิ-ปัญญา) เพื่อให้เกิดการหลุดพ้นจากความทุกข์ องค์ประกอบของมรรค 8 มีดังนี้ (1) สัมมาทิฐิ (ปัญญา) คือ ความเข้าใจถูกต้อง (2) สัมมาสังกัปปะ (ปัญญา) คือ ความใส่ใจถูกต้อง (3) สัมมาวาจา (ศีล) คือ การพูดจาถูกต้อง (4) สัมมากัมมันตะ (ศีล) คือ การกระทำถูกต้อง (5) สัมมาอาชีวะ (ศีล) คือ การดำรงชีพถูกต้อง (6) สัมมาวายามะ (สมาธิ) คือ ความพากเพียรถูกต้อง (7) สัมมาสติ (สมาธิ) คือ การระลึกประจําใจถูกต้อง (8) สัมมาสมาธิ (สมาธิ) คือ การตั้งใจมั่นถูกต้อง เมื่อปฏิบัติธรรมทุกขั้นตอน รวมลงในมรรค 8 นี้ เมื่อรวมกันแล้ว คือ ศีล-สมาธิ-ปัญญา

การใช้หลักศีล สมาธิ ปัญญา เพื่อการเรียนรู้ธรรมและปฏิบัติธรรม กล่าวคือ ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับกัน 3 ประการคือ การรักษาศีล และการทำกระทำความดี ศีลทำให้เกิดสมาธิและปัญญา เพราะศีลเป็นพื้นฐานให้เกิดสมาธิ ทำให้เกิดปัญญา รวมทั้งอิทธิพลจากศีล สมาธิ ปัญญา ส่งผลต่อการทำความดี/กุศลกรรม และการลด ละเลิกกิเลส/เวทนา อารมณ์

8. พฤติกรรมด้านการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม

ทฤษฎีกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง (Stimulus-response model) และขั้น 5 (เป็นหลักการในศาสนาพุทธที่สอดคล้องกับเรื่องของ “ทุกข์”) ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญดังนี้ ขั้นที่ 1 จัดสิ่งกระตุ้นทั้งแบบดั้งเดิมร่วมกับแบบนวัตกรรม เช่น สื่อดิจิทัล โซเชียลมีเดีย การบอกเล่าชักชวน ขั้นที่ 2 การรับรู้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ (1) การมองเห็น (Sight) (2) รสชาติ (Taste) (3) กลิ่น (Smell) (4) เสียง (Sound) และ (5) การสัมผัส (Touch) และต้องอาศัยหลักขั้น 5

ขั้น 5 ประกอบด้วยกองรูปธรรม และนามธรรมทั้ง 5 คือ รูป เวทนา สัญญา สังขาร และวิญญาณ ซึ่งสามารถแยกออกเป็น 1 รูป และ 4 นาม ดังต่อไปนี้

(1) รูปขั้น 5 หมายถึง กองรูป ส่วนที่เป็นร่างกาย พฤติกรรม คุณสมบัติต่างๆ ของร่างกาย และส่วนประกอบที่เป็นรูปธรรมทั้งหมด

(2) เวทนาขั้น 5 หมายถึง กองเวทนา ส่วนที่เป็นความรู้สึกทุกข์ สุข ดีใจ พอใจ

(3) สัญญาขั้น 5 หมายถึง กองสัญญา ส่วนที่เป็นกรจำสิ่งที่ได้รับ

(4) สังขารขั้น 5 หมายถึง กองสังขาร ส่วนที่เป็นกรคิดปรุงแต่ง โดยสามารถแยกแยะสิ่งที่รู้สึกหรือจดจำได้

(5) วิญญาณขั้น 5 หมายถึง กองวิญญาณ หรือจิตเป็นการรู้แจ้งถึงสิ่งต่างๆ ผ่านทางตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ

9. นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม

9.1 ขั้นตอนนวัตกรรม (Innovation process) เริ่มต้นด้วย (1) การค้นหาแนวทางนวัตกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมตามหลักพุทธศาสนา รวมทั้งนวัตกรรมในการทำบุญ ทำทาน ไหว้พระ ตัวอย่าง การให้หลักนันทนาการในการสอนธรรม การใช้ตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ ร่วมกับการสอนธรรม โดยกำหนดโปรแกรมการสอนธรรมเข้าไปในตู้นั้น การปรับโปรแกรมทิวไรโดยใช้เสียงเพลงสอนธรรมเข้าไปด้วย (2) การคัดเลือกนวัตกรรมต่างๆ ที่รวบรวมไว้จากข้อ (1) (3) การปฏิบัติตามนวัตกรรมที่เลือกนั้น (4) กำหนดวิธีการที่จะได้ประโยชน์จากนวัตกรรมนั้น

9.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning process) ตามขั้นตอนการใช้หลักจิตวิทยา (Belch & Belch, 2015, p. 111) เริ่มต้นด้วยการเกิดแรงจูงใจให้เกิดความต้องการ ตัวอย่าง (1) ต้องการที่จะหลุดพ้นจากความทุกข์ (2) เกิดการรับรู้จากการพบเห็นกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรม (3) เกิดทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติธรรม

(4) เกิดการบูรณาการในองค์ประกอบ 3 ข้อแรก ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้สิ่งต่างๆ โดยการทำความดี/กุศลกรรมและการลด ละเลิกกิเลส/เวทนา อารมณ์

9.3 ขั้นตอนการเรียนรู้จากการสังเกต (The observational learning process)
 ดังนี้ (1) เกิดความตั้งใจ (สนใจ) จากการพบเห็นกลุ่มผู้นั่งปฏิบัติธรรมในลานธรรม ร่วมกับการรับฟังเสียงการสอนธรรมตามสาย (2) ทำให้สามารถรับรู้ สามารถจำได้ (Retention) (3) แล้วเกิดทดลองปฏิบัติธรรม ในลานธรรม (Production process) ทำให้สามารถนั่งสมาธิได้ (4) เกิดการจูงใจ (Motivation) เป็นสถานการณ์ที่เกิดแรงจูงใจว่าพฤติกรรมนั้นมีประโยชน์สำหรับเขา (5) ขั้นตอนเหล่านี้นำไปสู่การเรียนรู้จากการสังเกต (Observational learning) เนื่องจากผู้บริโภครู้ได้เกิดพฤติกรรมและเกิดความสุขใจและกายหลังจากปฏิบัติธรรมแล้ว (Solomon, 2018, p.143)

10. ลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristic) ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับ การศึกษาว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครัวเรือนต่อเดือน ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (Shiffman & Kanuk, 2007, p. 50; Kotler & Keller, 2009, p. 256; Perreault, Cannon & McCarthy, 2012, p. 99)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล สมาธิ ปัญญา ที่ส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกุศลกรรม และกิเลสของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา เหตุ จูงใจในการท่องเที่ยววัด ความคาดหวัง การรับรู้จริง นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

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

4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยวกับการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

6. เพื่อบูรณาการสร้างกลยุทธ์การสร้างสรรค่นวัตกรรมมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญหรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานในการวิจัย Research hypothesis

1. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมาธิ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญญา ส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกุศลกรรม (การทำความดี) ของนักท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมาธิ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญญา ส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิเลส (เวทนา อารมณ์) ของนักท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ความคิดเห็นต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ความคิดเห็นต่อหลักพุทธศาสนา เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัด ความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยว การรับรู้จริงต่อกิจกรรมหลังการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ และความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมของนักท่องเที่ยว
4. ความคิดเห็นต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ความคิดเห็นต่อหลักพุทธศาสนา เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัด ความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยว การรับรู้จริงต่อกิจกรรมหลังการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ และความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยววัดในอนาคตของนักท่องเที่ยว
5. ความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยวกับการรับรู้จริงต่อกิจกรรมหลังการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
6. ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยววัดในอนาคต ในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย Research Methodology

กลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดโควตาจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ในแหล่งท่องเที่ยว 4 วัด วัดละ 100 คน รวมเป็น 400 คน และผู้มาปฏิบัติธรรม ในแหล่งท่องเที่ยว 2 วัด ได้แก่ วัดมเหยงคณ์ 260 คน วัดตาลเอน 227 คน รวมเป็น 487 คน รวมนักท่องเที่ยวทั้งหมดเป็น 887 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในวัดดังกล่าว สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) การวิเคราะห์ค่าที (Independent sample t-test) การวิเคราะห์ค่า Paired t-test (Dependent t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล Research Findings and Discussion

กรณีที่ 1 นักท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ จำนวน 4 วัด ได้แก่ (1) วัดพนัญเชิงวรวิหาร (2) วัดใหญ่ชัยมงคล (3) วัดหน้าพระเมรุ (4) วัดท่าการ้อง

1. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญญา ศิล และสมาธิส่งผลต่อการทำความดี (กุศลกรรม) และกิเลส (เวทนา อารมณ์) ของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับหลักพุทธศาสนาที่ว่า ปัญญาเป็นความรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นโดยสามารถขจัดความโลภ โกรธ หลง นำไปสู่การสร้างความดีคือ การละความชั่วทั้งด้าน กายกรรม วาจกรรม มโนกรรม รวมทั้งสมาธิ คือ การฝึกปฏิบัติ คือการทำใจให้นิ่ง ซึ่งจะนำไปสู่การทำ ความดี (พระธรรมสิงหบุราจารย์, 2553, น. 34-35)

2. ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม นวัตกรรมการทำบุญ/ทำ ทาน/ไหว้พระ หลักพุทธศาสนา และความคาดหวังส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำ ทาน/ไหว้พระของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าความพึงพอใจเกิดขึ้นจากการรับรู้ในเรื่อง ใดเรื่องหนึ่งที่มีมากกว่าความคาดหวังเขาก็จะเกิดความชื่นชมยินดี ส่งผลต่อเนื่องไปยังพฤติกรรมกรรมมา ข้ำ (Kotler & Keller, 2016, pp. 200-201) ซึ่งความพึงพอใจในเรื่องนี้ก็คือ ความสามารถดับทุกข์ได้ (พระธรรมโกศาจารย์, 2558, น. 3-5)

3. ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม นวัตกรรมการทำบุญ/ทำ ทาน/ไหว้พระ การรับรู้จริง หลักพุทธศาสนา และเหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัดส่งผลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอนาคตของนักท่องเที่ยว

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรท่องเที่ยววัดในอนาคตของนักท่องเที่ยว (1) นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม ได้แก่ นวัตกรรมในเรื่องสื่อ เช่น สื่อดิจิทัลส่งผลต่อ แนวโน้มพฤติกรรม (Chaffey & Chadwick, 2016, pp. 28-29) (2) การใช้วัดเป็นแหล่งเรียนรู้ใช้ เทคนิคการสอนที่น่าสนใจ ความสงบสุขที่ได้รับจากการปฏิบัติธรรม การเพิ่มเติมการแสวงธรรมเข้า ร่วมกับการแสวงบุญเป็นต้น (3) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ได้แก่ กิจกรรมการทำบุญไหว้พระ ปฏิบัติธรรม พัฒนาพื้นที่สีเขียวในวัด เหล่านี้ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต (4) การใช้หลัก พุทธศาสนา ได้แก่ การทำความดีละเว้นความชั่ว ทำจิตใจให้บริสุทธิ์ เพื่อความเป็นสิริมงคล (บุญเลิศ จีรภัทร์ และคณะ, 2549, น. 78; สุนน อมรวิวัฒน์, 2530, น. 29)

5. ความคาดหวังโดยรวมสูงกว่าการรับรู้จริงโดยรวมต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจอย่างมากต่อการท่องเที่ยววัดโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยส่วน ใหญ่ว่า ผู้บริโภคมักจะคาดหวังไว้สูงกว่าความจริง ซึ่งทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (Schiffman & Wisenblit, 2015, pp. 84, 123)

6. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมในการ ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระในวัด แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจโดยรวม และแนวโน้มพฤติกรรม ดีกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ในเรื่องนี้สอดคล้องกับหลัก ข้อเท็จจริงที่ว่า คนเราเมื่ออายุน้อยก็ยังไม่ได้คิดถึงการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ

7. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมต่ำกว่ากลุ่ม อื่นๆด้วย เนื่องจากกลุ่มที่อายุต่ำกว่า 25 ส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการศึกษาเล่าเรียนใน สถาบันการศึกษา การสมาคมกับเพื่อนฝูง จึงไม่มีเวลาสนใจเรื่องธรรม แต่เมื่อคนเรามีอายุมากขึ้น โดยเฉพาะวัยเกษียณแล้วก็จะมีความคิดความอ่าน มีความรู้สึที่ดีต่อพุทธศาสนา และมีการสวดมนต์ ไหว้พระ มีเวลาในการศึกษาธรรมการปฏิบัติธรรมเมื่ออายุมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าอายุ แตกต่างก็มีพฤติกรรมผู้บริโภคและชีวิตความเป็นอยู่ด้านสังคมแตกต่างกัน (Solomon, 2018, p. 56)

กรณีที่ 2 ผู้ปฏิบัติธรรม จำนวน 2 วัด ได้แก่ (1) วัดมเหยงคณ์ และ (2) วัดตาลเอน

1. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญญา สมาธิ และศีลส่งผลต่อการทำความดี (กุศลกรรม) และกิเลส (เวทนา อารมณ์) ของผู้ปฏิบัติธรรม ซึ่งสอดคล้องกับหลักพุทธศาสนาที่ว่าปัญญาเป็นความรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นโดยสามารถจัดความโลภ โกรธ หลง ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความดี หนึ่งสมาธิ คือ การทำในใจให้นิ่ง นำไปสู่การทำความดี นอกจากนี้การรักษาศีลโดยการละเว้นความชั่วทั้งหลายจะส่งผลต่อการทำความดีและการละกิเลสตามหลักพระพุทธศาสนา (ชัยพัฒน์ ทองคำบรรจง, 2558, น. 86)

2. ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม เนื่องจากผู้ปฏิบัติธรรมที่ม้าวัดมเหยงคณ์และวัดตาลเอน มีความตั้งใจอย่างแท้จริงต่อการปฏิบัติธรรม

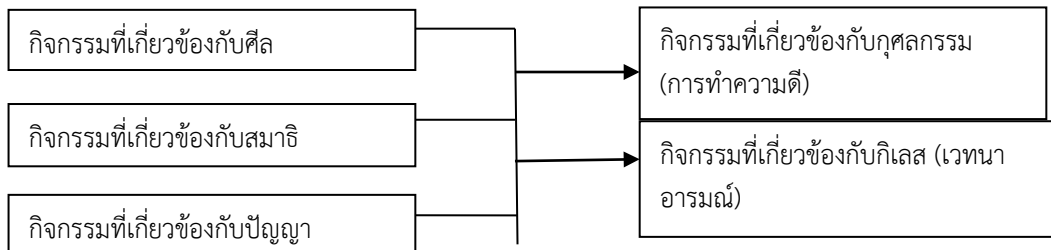
3. ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา และการรับรู้จริงส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติธรรม ซึ่งผลการวิจัยนี้จะสอดคล้องกับหลักพุทธศาสนาว่าเป็นศาสนาที่มุ่งแก้เรื่องความดับแห่งทุกข์ และนำไปสู่ความสงบสุขของชีวิต หรือเป็นความพึงพอใจนั่นเองและส่งผลต่อเนื่องไปยังแนวโน้มการปฏิบัติธรรมในอนาคต (ชัยพัฒน์ ทองคำบรรจง, 2558, น. 15-16, 27)

4. การรับรู้จริงโดยรวมสูงกว่าความคาดหวังโดยรวม กล่าวคือ ผู้ปฏิบัติธรรมมีความพึงพอใจอย่างมากต่อการปฏิบัติธรรมโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจที่เกิดจากการรับรู้จริง (จากการปฏิบัติธรรม) ที่มากเกินไปกว่าความคาดหวัง จึงส่งผลต่อเนื่องไปยังความพึงพอใจอย่างมาก (Kotler & Keller, 2016, pp. 200-201) อีกทั้งยังสอดคล้องกับหลักพุทธศาสนาที่ว่าเมื่อผู้ปฏิบัติธรรมได้ปฏิบัติธรรมไปแล้วจะเกิดความสงบสุขในชีวิต ซึ่งก็คือความพึงพอใจนั่นเอง (สมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระยาวชิรญาณวโรรส, 2560, น. 11)

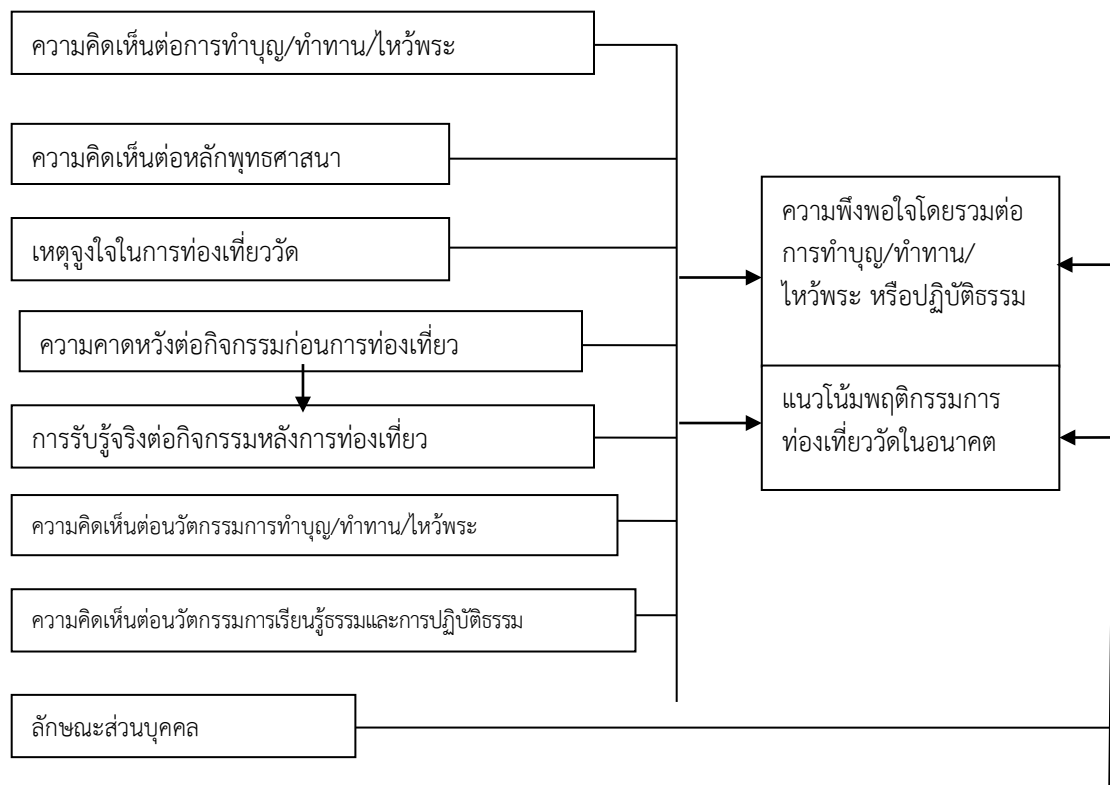
5. ผู้ปฏิบัติธรรมที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมและแนวโน้มพฤติกรรมมาปฏิบัติธรรมต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากกลุ่มที่อายุต่ำกว่า 25 ปี ส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการศึกษาเล่าเรียนในสถาบันการศึกษา การสมาคมกับเพื่อนฝูง จึงไม่มีเวลาสนใจเรื่องธรรม แต่เมื่อคนเรามีอายุมากขึ้นโดยเฉพาะวัยเกษียณแล้วก็จะมีความคิดความอ่าน มีความรู้สึกที่ติดต่อกับพุทธศาสนา และมีการสวดมนต์ไหว้พระ มีเวลาในการศึกษาธรรมการปฏิบัติธรรมเมื่ออายุมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมผู้บริโภคและชีวิตความเป็นอยู่ด้านสังคมแตกต่างกัน (Solomon, 2018, p. 56) นอกจากนี้ผู้ปฏิบัติธรรมที่อาศัยอยู่ในจังหวัดที่ห่างไกลมีแนวโน้มพฤติกรรมมาปฏิบัติธรรมดีกว่าผู้ปฏิบัติธรรมที่อาศัยในปริมณฑล และกรุงเทพมหานคร อีกทั้งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่อยู่ในจังหวัดที่ห่างไกลมีความตั้งใจอย่างแท้จริงที่จะมาปฏิบัติธรรม เมื่อมาเรียนรู้ด้วยตัวเองเกิดความสงบสุขในชีวิต ซึ่งก็คือความพึงพอใจนั่นเองส่งผลต่อเนื่องไปยังแนวโน้มการปฏิบัติธรรมในอนาคต (สมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระยาวชิรญาณวโรรส, 2560, น. 11)

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดที่ 1 (ศีล สมาธิ ปัญญา)



กรอบแนวความคิดที่ 2 (นวัตกรรมทำบุญ/ทำทาน/ปฏิบัติธรรม)



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงธรรมปฏิบัติธรรม
 Suggestions for Tourism Marketing Implications Dhamma and Merit-Making
 Tourism

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ได้ ดังนี้

1. กลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมายของการท่องเที่ยววัด มี 2 กลุ่ม ดังนี้ (1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาวัดเพื่อทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระใน 4 วัด ได้แก่ วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่าการ้อง (2) กลุ่มปฏิบัติธรรมใน 2 วัด ได้แก่ วัดมเหยงคณ์ วัดตาลเอน ดังนี้

1.1 การแบ่งส่วนตลาดจำแนกตามพฤติกรรมของกลุ่ม ดังกล่าวข้างต้น จึงต้องปรับกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความคาดหวังและแก้ปัญหาอันเกิดจากการรับรู้ของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

(1.1) กลุ่มนักท่องเที่ยว จะเน้นทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ นอกจากเน้นกิจกรรมเดิมแล้ว ควรหาแนวทางที่จะเพิ่มกิจกรรมปฏิบัติธรรม เช่น สวดมนต์ด้วยตัวเอง หรือนำไปปฏิบัติธรรมที่บ้าน

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

1.2 การแบ่งส่วนตลาดจำแนกตามอายุ

(2.1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปี ขึ้นไปให้มาท่องเที่ยวซ้ำโดยเน้น “ทาน ศิลปภavana” ทั้ง 3 ประการนี้สามารถทำร่วมกันได้ กล่าวคือ จัดกิจกรรมทำบุญ/ทำทานร่วมกับการรักษา ศิล 5 ขณะท่องเที่ยว แล้วเสริมด้วยภavanaเป็นการอบรมจิตให้สงบโดยการสวดมนต์ การฟังเพลง ธรรมขณะท่องเที่ยวในรถแล้วเสริมด้วยการฝึกสมาธิเทศกาลฤดูหนาวและกิจกรรมวันสำคัญทางพุทธศาสนาในเทศกาลต่างๆ โดยใช้สื่อการบอกต่อด้วยการชักชวนด้วยคำพูดหรือผ่านสื่อโซเชียล เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ฯลฯ ส่วนกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง กลุ่มนี้จะใช้กลยุทธ์ให้ บิดามารดา ผู้ปกครอง ญาติผู้ใหญ่ สถาบันการศึกษา ชักนำให้เข้ามาทำบุญทำทาน รักษา ศิล หรือมาปฏิบัติธรรมในวัด หรือสวดมนต์ที่บ้านหรือในสถาบันการศึกษาจัดชั่วโมงปฏิบัติธรรมสำหรับกลุ่มที่นับถือพุทธศาสนา

(2.2) กลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมที่มีอายุ 25 ปี ขึ้นไป เน้นภavana/การปฏิบัติธรรมเป็นหลัก ใช้หลักการสร้างความภักดีเพื่อให้เกิดการชักชวนด้วยคำพูดหรือผ่านสื่อโซเชียล ส่วนกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ยากที่จะมาปฏิบัติธรรมด้วยตัวเอง ควรใช้กลุ่มอิทธิพลคือ กลุ่มบิดา มารดา ญาติผู้ใหญ่ ชักชวนให้มาปฏิบัติธรรมด้วย หรือสวดมนต์ที่บ้านหรือในสถาบันการศึกษาจัดชั่วโมงปฏิบัติธรรมสำหรับกลุ่มที่นับถือพุทธศาสนา

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาวัดเพื่อทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระใน 4 วัด (วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่าการ้อง) กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนี้มีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม แสดงถึงความไม่พึงพอใจโดยรวมในเรื่องต่างๆ จึงต้องแก้ไขปรับปรุง ดังนี้ (1) การเสริมกิจกรรมการปฏิบัติธรรมคู่ขนานกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ศิลปะ และการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และใช้สื่อดิจิทัลแสดงความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวัด และการปฏิบัติธรรม (2) กิจกรรมนันทนาการเชิงธรรม เช่น การใช้เสียงเพลงธรรม บางช่วงจัดให้มีการออกกำลังกายแบบโยคะคู่ขนานกับการฝึกการประกวาด/การแข่งขันกิจกรรมเชิงธรรมในวัด การประกวาดสวดมนต์ทำนองสรภัญญะ (3) จัดสถานที่สงบเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้ฝึกปฏิบัติธรรมสมาธิ

3. กลุ่มปฏิบัติธรรมใน 2 วัด (วัดมเหยงคณ์ วัดตาลเอน) เนื่องจากการรับรู้จริงมีค่าสูงกว่าความคาดหวังต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม แสดงว่าผู้ปฏิบัติธรรมมีความพึงพอใจโดยรวมอย่างมากต่อการปฏิบัติธรรมและกิจกรรมต่างๆ ใน 2 วัดนี้ดังนั้นกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้ (1) ทั้ง 2 วัดยังคงต้องเน้นการปฏิบัติธรรม/การฝึกวิปัสสนากรรมฐานเป็นหลัก โดยพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐาน

ที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นเรื่อยๆ อาจจะต้องใช้สื่อการเรียนรู้ ณ จุดปฏิบัติธรรมเพิ่มเติม รวมทั้งสื่อดิจิทัลด้วย (2) เน้นความสะอาดถูกหลักอนามัย รสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร (3) พัฒนาบรรยากาศสภาพแวดล้อม พื้นที่สีเขียว ความสะอาดในวัด และแหล่งน้ำ เพื่อให้เกิดความร่มเย็นสำหรับผู้ปฏิบัติธรรม ควรให้ผู้ปฏิบัติธรรมและ/หรือกลุ่มจิตอาสา หรือกลุ่มบำเพ็ญประโยชน์จากหน่วยงานและสถาบันการศึกษาต่างๆ ช่วยกันปลูกไม้ยืนต้นให้มากขึ้น รวมทั้งจัดภูมิทัศน์ให้ดึงดูดใจให้เกิดความร่มรื่น (4) กิจกรรมนันทนาการเชิงธรรม/พักผ่อนหย่อนใจ/กีฬา/ออกกำลังกายเชิงอนุรักษ์ในวัด (5) เน้นการปฏิบัติธรรม ดังนั้นต้องบูรณาการกิจกรรมจิตอาสาเพื่อให้เกิดการผ่อนคลายเปลี่ยนแปลงบรรยากาศ เช่น การทำความสะอาด การเพิ่มพื้นที่สีเขียวต่างๆ ในบริเวณวัดด้วย

4. กลยุทธ์นวัตกรรมการธำรงรักษาลูกค้าเดิม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจโดยรวม การบอกต่อเชิงบวก และพฤติกรรมมารวัดซ้ำ ดังนี้

4.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวใช้กลยุทธ์ดังนี้ (1.1) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม เช่น วัดท่าการ้องอาจสอนธรรมการปฏิบัติธรรมตามหลักพุทธศาสนาผ่านตู้บริจาค/ตู้อัตโนมัติ (1.2) สร้างสรรค์นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ การใช้สื่อวีดิทัศน์สอนหลักพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม (1.3) ปรับกิจกรรมต่างๆ โดยปรับโปรแกรมปฏิบัติธรรม (เช่น สวดมนต์ ฟังเพลงธรรม คู่ขนานกับการร้องเพลงธรรม) เข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยวรวมกับการทำบุญทำทานไหว้พระ (1.4) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้หลักพุทธศาสนา เช่น การใช้สื่อเสียงเพลงธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการร้องเพลงขณะเดินทางในรถ

4.2 นวัตกรรมการปฏิบัติธรรมสำหรับกลุ่มปฏิบัติธรรม มีดังนี้ (2.1) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม เช่น การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก ไลน์ และอีบุ๊ก (2.2) กลยุทธ์ตอบสนองความคาดหวังของผู้ปฏิบัติธรรมตามที่เสนอแนะมา เช่น การสร้างสรรค์พื้นที่สีเขียวของวัด (2.3) นวัตกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ตามหลักพุทธศาสนา โดยใช้ข่าวสารว่าเป็นศาสนาที่มุ่งแก้เรื่องความดับแห่งทุกข์ และนำไปสู่ความสงบสุขของชีวิต โดยใช้สื่อทั้งแบบดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล เช่น การใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มัลติมีเดีย (e-book) และหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) (2.4) สร้างสรรค์นวัตกรรมการใช้สื่อ นวัตกรรมต่างๆ เช่น การใช้สื่อดิจิทัลหรืออินเทอร์เน็ต เทปธรรม ที่สามารถนำไปปฏิบัติตามที่บ้านได้ โดยให้ข่าวสารว่าการปฏิบัติธรรมเป็นอันสงสันยิ่งใหญ่เหนือกว่าการทำบุญใดๆ รวมทั้งให้ผู้ปฏิบัติธรรมนำแนวทางการปฏิบัติธรรมไปบอกต่อแบบปากต่อปาก-หรือบอกต่อโดยผ่านสื่อโซเชียล โดยใช้ประเด็นที่ว่า “การให้ธรรมเป็นทาน ชนะการให้ทั้งปวง”

5. กลยุทธ์นวัตกรรมการสร้างความพึงพอใจโดยรวม โดยการสร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรม การปฏิบัติธรรม ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ใช้กลยุทธ์ตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยวของผู้ปฏิบัติธรรมโดยการเพิ่มพื้นที่สีเขียวของวัด เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม และนวัตกรรมการเรียนรู้ในหลักพุทธศาสนา เช่น การใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มัลติมีเดีย (e-book) และหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) เป็นต้น

6. นวัตกรรมเกี่ยวกับการทำความดี (กุศลกรรม) ดังนี้ (1) กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นง่ายๆ ด้วยการฝึกสวดมนต์ ไหว้พระ ศึกษาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อดิจิทัล เกี่ยวกับหลักพุทธศาสนาที่สำคัญมีดังนี้ (1.1) ปัญญา (ความรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นโดยสามารถขจัดความโลภ โกรธ หลง ความวิตกกังวลและความกลัว) (1.2) การรักษาศีล (การละความชั่วทั้งด้านกายกรรม วาจากรรม มโนกรรม) (1.3) การฝึกสมาธิ (การฝึกปฏิบัติ คือการทำใจให้นิ่ง) (2) ฝึกปฏิบัติธรรมวิปัสสนากรรมฐานที่เกี่ยวข้องกับ สมาธิ (การฝึกปฏิบัติ คือการทำใจให้นิ่ง) เรียนรู้โดยจัดกิจกรรม ปัญญา

(ความรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นโดยสามารถจัดความโลภ โกรธ หลง ความวิตกกังวลและความกลัว) การ
 ศึกษาศิล (การละความชั่วทั้งด้านกายกรรม วาจากรรม มโนกรรม)

7. นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ โดยมุ่งที่กลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนี้

- 7.1 บำเพ็ญประโยชน์ทำบุญเพื่อพ่อ โดยการสานต่อโครงการพระราชดำริ
- 7.2 โครงการทำบุญโดยสร้างระบบเศรษฐกิจพอเพียง
- 7.3 พัฒนากลุ่มจิตอาสาเพื่อบำเพ็ญประโยชน์เชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมพัฒนาสถานที่ของ
 วัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่สีเขียว ธรรมชาติที่งดงาม สะอาด บรรยากาศดีร่วมบำเพ็ญประโยชน์
 เพื่อทำบุญเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงาน ภาครัฐ นักท่องเที่ยว และชุมชน
- 7.4 ปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยเสริมการปฏิบัติธรรมร่วมกับการทำบุญ
 ให้มากขึ้น

8. นวัตกรรมการสอนธรรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม ดังนี้

- 8.1 เน้นข่าวสารนวัตกรรมการใช้สื่อเผยแพร่ธรรมและจงใจให้ปฏิบัติธรรม โดยใช้หลัก
 ให้เกิดการรับรู้ว่าการปฏิบัติธรรมเป็นอันิสงส์ (บุญ) อันยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ
- 8.2 การจัดทำสื่อ นวัตกรรม/ดิจิทัล/อินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่ธรรมและจงใจให้ปฏิบัติธรรม
- 8.3 จัดห้องปฏิบัติธรรมและ/หรือสนทนาธรรม/ห้องสมุดใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเป็น
 แหล่งเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมและมีคุณค่าด้านจิตใจ
- 8.4 บริหารจัดการ การพัฒนาวัดและพระให้เป็นต้นแบบที่ดีของการปฏิบัติธรรม
- 9.5 โครงการอุปสมบทหมู่ภาคฤดูร้อนหรือบวชชีพรามณ์ในช่วงปิดเทอมหรือวันหยุด
- 9.6 การจัดกิจกรรมการปรับเปลี่ยน/เพิ่มเติมเส้นทางแสวงบุญสู่เส้นทางแสวงธรรม
- 9.7 การกำหนดรางวัลเกียรติคุณสำหรับโครงการระหว่างวัด สถาบันการศึกษา
 หน่วยงานภาครัฐ และชุมชนที่ปฏิบัติธรรมดีเด่น เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9
- 9.8 การใส่ทำนองเพลงสรภัญญะ/สอนฝึกสมาธิ บทสวดมนต์ต่างๆ
- 9.9 โครงการสอน/จัดโปรแกรมปฏิบัติธรรมประยุกต์สำหรับฆราวาส นักท่องเที่ยว และ
 นักเรียนนักศึกษาโดยพระภิกษุสงฆ์/วิทยากร ในวันอาทิตย์หรือวันหยุดพิเศษติดต่อกัน
- 9.10 นวัตกรรมด้านเทคนิคการสอนที่น่าสนใจ การเผยแพร่ธรรมและปฏิบัติธรรมโดย
 ปรับปรุง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง คือ (1) ครูหรือพระหรือผู้เชี่ยวชาญ (2) การสร้างบรรยากาศพื้นที่สี
 เขียว ที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติธรรม (3) เทคนิคการสอนต่างๆ ที่น่าสนใจทั้งสื่อคน สื่อดั้งเดิมและ
 สื่อดิจิทัล
- 9.11 การปรับทุกอิริยาบถให้สามารถทำสมาธิได้ในขณะท่องเที่ยว ได้แก่ การออก กำลัง
 กาย/กายบริหาร/นันทนาการปฏิบัติธรรม ร่วมกับการฝึกสมาธิ และสอนธรรม เชิงฝึกสมาธิ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป Recommendation for future research

1. นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและปฏิบัติธรรมโดยเสริมเข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยว
 สำหรับสถานศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา วิทยาลัย มหาวิทยาลัย
2. นวัตกรรมนันทนาการเชิงธรรม เพื่อการเรียนรู้ธรรมและปฏิบัติธรรม สำหรับกลุ่ม
 ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา รวมทั้งจำแนกตามเพศ

3. การพัฒนาการเรียนรู้อรรถด้วยเสียงเพลงจำแนกตามลักษณะภูมิประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์ ค่านิยมและความเชื่อถือด้านสังคมและวัฒนธรรม
4. การพัฒนากลยุทธ์นวัตกรรมการตลาด เพื่อการเรียนรู้อรรถและปฏิบัติธรรมผ่านโซเชียล
5. นวัตกรรมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการร่วมกับสถาบันการศึกษา และสถาบันครอบครัว เพื่อศึกษา ศิล สมาธิ ปัญญา อาริยสัจ 4 และการบำเพ็ญบุญ
6. การบูรณาการทฤษฎีสิ่งกระตุ้น ให้เกิดการตอบสนอง ร่วมกับการสอน ศิล สมาธิ ปัญญา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อรรถ และปฏิบัติธรรม รวมทั้งบำเพ็ญประโยชน์เชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ วัฒนธรรม เสริมสร้างความแข็งแกร่งเศรษฐกิจพอเพียง และการแก้ปัญหาสังคมสำหรับกลุ่มนักเรียน นักศึกษาในระดับประถม มัธยม และอุดมศึกษา
7. นวัตกรรมชุมชนที่มีหลัก ศิล สมาธิ ปัญญา โดยมีการปฏิบัติธรรมในชีวิตประจำวัน ได้ด้วยตัวเองอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดชุมชนธรรมปฏิบัติธรรมอย่างยั่งยืน

References เอกสารอ้างอิง

Diegmann, P., Basten, D., & Pankratz, O. (2017). Diegmann, P., Basten, D., & Pankratz, O. (2017).

<https://vietnamlabor.wordpress.com/2015/08/27/how-to-get-ultimate-customer-satisfaction-in-hospitality-industry/>

Expectation–confirmation theory) (Diegmann, Basten, & Pankratz, 2017)

<https://www.pmi.org/learning/library/influence-communication-client-satisfaction-information-system-projects-10605>

รายงานสรุปจำนวนวัด พระภิกษุ และสามเณรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

http://aya.onab.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=175&Itemid=1