

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันการท่องเที่ยววัดเชิงธรรมะ เชียงแสงบุญเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ถ้าสำรวจรายได้ของวัดจากการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่าวัดที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมมีการจัดกิจกรรม เชียงธรรมะ เชียงแสงบุญ และการตลาดเชิงกรรมจะมีรายได้เข้าวัดเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวนมาก เพราะเคยเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยที่ยาวนานที่สุดถึง 417 ปี มีความเจริญรุ่งเรืองทั้งด้านวรรณกรรม สถาปัตยกรรม ศิลปะ และมีการค้าขายกับต่างประเทศ ประเทศไทยเสียกรุงครั้งที่ 2 ให้พม่าในปี พ.ศ. 2310 (วิกิพีเดีย, 2557) กรุงศรีอยุธยาถูกทำลายจนยากที่จะบูรณะแม้แต่วัดวาอารามที่เคยเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้านก็ถูกทำลายลงมากมาย แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงหลงเหลือแหล่งศิลปะ วัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมไว้พอสมควรที่อนุชนคนรุ่นหลังจะสามารถเรียนรู้ได้จากโบราณสถาน โบราณวัตถุเหล่านั้น องค์การยูเนสโกเห็นคุณค่าดังกล่าวจึงขึ้นทะเบียนจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยว และศึกษาหาความรู้เป็นจำนวนมาก บางคนก็พอใจกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชียงแสงบุญ หลายคนพอใจก็จะมี การบอกต่อในสิ่งที่พวกเขาประทับใจ ฟังพอใจ จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาไม่ขาดสาย จึงถือว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านต่างๆ ได้แก่ การสร้างคุณค่าด้านเศรษฐกิจให้กับชุมชน เช่น โครงการจัดงานถนนคนเดิน นอกจากนี้การจัดกิจกรรมยังเป็นการสร้างคุณค่าด้านวัฒนธรรมโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คุณค่าด้านศาสนา และยังช่วยเสริมสร้างคุณค่าด้านอารมณ์อีกด้วย (เรณูมาศ กุลศิริมา และคณะ, 2554, น. 14-15)

การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชียงแสงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวสนใจเพราะนอกจากจะได้เข้าวัดมาทำบุญปฏิบัติธรรม ศึกษาหาความรู้ด้านพุทธศาสนา แล้วยังได้เที่ยวชมกิจกรรมอื่นๆ อีกด้วย อาจมีอาหารหลากหลายชนิด กิจกรรมความบันเทิง กิจกรรมสำหรับเด็กๆ บางครั้งก็มีกิจกรรมในลักษณะย้อนยุค นอกจากนี้ยังมีสินค้าหลากหลายชนิดมาขาย เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ มากมาย แต่อย่างไรก็ตามกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมะและเชียงแสงบุญนั้นจะเป็นที่นิยมมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงวัยและชุมชนเป็นส่วนมาก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มวัยรุ่นและชาวต่างชาติยังขาดความสนใจ เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจและการขาดปฏิบัติธรรมต่อหลักศาสนาพุทธ ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องสร้างให้กลุ่มนี้เกิดการรับรู้และความต้องการที่เป็นความ

คาดหวังของนักท่องเที่ยวในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ และเชิงแสวงบุญ สำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ขาดความรู้ความเข้าใจที่ชอบและกลุ่มที่ไม่สนใจด้วย

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

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

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 เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัด ความคาดหวัง การรับรู้จริง นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอนาคตของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยวกับ การรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

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

6. เพื่อบูรณาการสร้างกลยุทธ์การสร้างสรรคคุณค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิง แสวงบุญหรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำถามการวิจัย

1. อิทธิพลของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล สมาธิ ปัญญา ที่ส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ กุศลกรรม และกิเลสของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัด พระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างไร

2. อิทธิพลของการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา เหตุจูงใจ ในการท่องเที่ยวดูวัด ความคาดหวัง การรับรู้จริง นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ นวัตกรรม การเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรม ในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างไร

3. อิทธิพลของการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม หลักพุทธศาสนา เหตุจูงใจใน การท่องเที่ยวดูวัด ความคาดหวัง การรับรู้จริง นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ นวัตกรรม การเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอนาคตของ นักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างไร

4. ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยวกับการรับรู้จริงของ นักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างไร

5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม และแนวโน้ม พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหรือผู้ปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนก ตามลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

6. กลยุทธ์การสร้างสรรคคุณค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญหรือปฏิบัติ ธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาการรับรู้ ความคาดหวัง และพฤติกรรมภายหลังการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว วัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. **ขอบเขตด้านพื้นที่** แหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่ากาห้อง วัดหน้าพระเมรุ วัดมเหยงคณ์ และวัดตาลเอน
3. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** โครงการวิจัยนี้มีระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล (C1-3) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมาธิ (C4-6) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญญา (C7-9) ส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกุศลกรรม (การทำความดี) (C10-12) ของนักท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 2 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล (C1-3) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมาธิ (C4-6) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญญา (C7-9) ส่งผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิเลส (เวทนา อารมณ์) (C13-15) ของนักท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ (E1-5) ความคิดเห็นต่อหลักพุทธศาสนา (E6-10) เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัด (F1-9) ความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยว (G1-7) การรับรู้จริงต่อกิจกรรมหลังการท่องเที่ยว (G1-7) ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ (H1-5) และความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม (I1-11) ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม (K1-3) ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4 ความคิดเห็นต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ (E1-5) ความคิดเห็นต่อหลักพุทธศาสนา (E6-10) เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัด (F1-9) ความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยว (G1-7) การรับรู้จริงต่อกิจกรรมหลังการท่องเที่ยว (G1-7) ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ (H1-5) และความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม (I1-11) ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรการท่องเที่ยววัดในอนาคต (M1-3) ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 5 ความคาดหวังต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยว (G1-7) กับการรับรู้จริงต่อกิจกรรมหลังการท่องเที่ยว (G1-7) ของนักท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ/ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ หรือปฏิบัติธรรม (K1-3) และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอนาคต (K1-3) ในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. การรับรู้ (Perception) หมายถึง การรับรู้จริงต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรม 2 ประการ ได้แก่ ด้านทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร และด้านการเรียนรู้ธรรม/ปฏิบัติธรรม/สวดมนต์/ฝึกสมาธิ/วิปัสสนากรรมฐาน ในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ความคาดหวัง (Expectation) หมายถึง ความต้องการที่คาดหวังใหม่ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมใน 2 ด้าน ได้แก่ นวัตกรรมด้านทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร และนวัตกรรมด้านการเรียนรู้ธรรม/ปฏิบัติธรรม/สวดมนต์/ฝึกสมาธิ/วิปัสสนากรรมฐานในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. กลุ่มเป้าหมายที่มาในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย 2 กลุ่มคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดร่วมกับการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร และกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมเป็นกลุ่มที่มาวัดเพื่อเรียนรู้ธรรม/ปฏิบัติธรรม/สวดมนต์/ฝึกสมาธิ/วิปัสสนากรรมฐาน

4. เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัดและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

4.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวอย่างเดียว เช่น การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ศิลปะ ปฏิมากรรม และสถาปัตยกรรม ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ล่องเรือชมทัศนียภาพ รับประทานอาหาร ซอปปิ้ง เพื่อชვენมา/พบปะสังสรรค์

4.2 กลุ่มที่มาท่องเที่ยวในข้อ 1 ร่วมกับการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร ซึ่งส่วนใหญ่จะมาที่วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่าการ้อง วัดหน้าพระเมรุ

4.3 กลุ่มผู้ปฏิบัติธรรม เพื่อเรียนรู้ฝึกปฏิบัติในหลักพุทธศาสนา โดยเน้นที่ปฏิบัติธรรม/สวดมนต์/ฝึกสมาธิ/วิปัสสนากรรมฐาน

5. การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และกิจกรรมการตลาดในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้

5.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรม หมายถึง กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร และด้านการเรียนรู้ธรรม/ปฏิบัติธรรม/สวดมนต์/ฝึกสมาธิ/วิปัสสนากรรมฐาน

5.2 การท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ หมายถึง ท่องเที่ยวร่วมกับการแสวงบุญ ซึ่งทำได้ 2 แบบ คือ การทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร และด้านการเรียนรู้ธรรม/ปฏิบัติธรรม/สวดมนต์/ฝึกสมาธิ/วิปัสสนากรรมฐาน

5.3 กิจกรรมการตลาด หมายถึง การจัดกิจกรรมของวัดเพื่อจูงใจให้เกิดการปฏิบัติใน 2 ด้าน คือ (1) การทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร และ (2) ด้านการเรียนรู้ธรรม/ปฏิบัติธรรม/สวดมนต์/ฝึกสมาธิ/วิปัสสนากรรมฐาน

6. กลยุทธ์การสร้างสรรค หมายถึง แนวทางในการปฏิบัติเพื่อที่จะสร้างความคิดริเริ่ม หรือ ทักษะใหม่ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใน ด้าน (1) นวัตกรรมด้านทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร และ (2) นวัตกรรมด้านการเรียนรู้ธรรม/ปฏิบัติธรรม/สวดมนต์/ฝึกสมาธิ/วิปัสสนากรรมฐาน ทั้งสองประการนี้นำไปสู่ความสงบสุขด้านจิตใจมากขึ้น

7. นวัตกรรมมูลค่าเพิ่ม หมายถึง คุณค่าด้านจิตใจที่เกิดจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมากขึ้น จากการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงธรรม ประกอบด้วย

7.1 นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ เกี่ยวข้องกับทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ตักบาตร

7.2 นวัตกรรมด้านการเรียนรู้ธรรม/ปฏิบัติธรรมเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อให้เกิดการ เรียนรู้/การปฏิบัติธรรม ได้แก่ สวดมนต์/ฝึกสมาธิ/วิปัสสนากรรมฐาน ซึ่งส่งผลต่อความสงบสุขด้าน จิตใจมากขึ้น

8. ความเกี่ยวข้องกันระหว่างการสร้างสรรค์ (Creativity) นวัตกรรม (Innovation) มูลค่าเพิ่ม (Value added) หมายถึง การเกิดความคิดสร้างสรรค์ริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ในการท่องเที่ยวเชิง ธรรมก่อนแล้วนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลคือว่าเกิดนวัตกรรม แล้วส่งผลต่อเนื่องไปยังการเกิด มูลค่าเพิ่มเชิงธรรม คือ ความสุขด้านจิตใจที่มากขึ้น

9. หลักพุทธศาสนา : ศิล สมาธิ ปัญญา กุศลกรรม (การทำความดี) กิเลส (เวทนา อารมณ์) หลักธรรมของพุทธศาสนา หมายถึง หลักคำสอนสำคัญของพระพุทธศาสนาที่ควรนำไปปฏิบัติที่ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงธรรม ในแหล่งท่องเที่ยววัด จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย การไม่ทำความชั่วทั้งปวง (การรักษาศีล) การทำความดีให้ถึงพร้อม การทำจิตใจให้ผ่องใสบริสุทธิ์ ดังนี้

9.1 การรักษาศีล/การละเว้นความชั่ว หมายถึง การไม่ทำความชั่วทั้งปวง ประกอบด้วย (1.1) กายกรรม ได้แก่ ไม่ฆ่าสัตว์ ไม่ลักทรัพย์ ไม่ประพฤตินิดในกาม (1.2) วจีกรรม ได้แก่ ไม่พูดเท็จ ไม่พูดคำหยาบ ไม่พูดส่อเสียด ไม่พูดเพ้อเจ้อ (1.3) มโนกรรม ได้แก่ ไม่โลภ (โลภะ) ไม่โกรธ (โทสะ) ไม่หลง (โมหะ)

9.2 การทำความดี/การปฏิบัติธรรม/การทำบุญ ทำทาน ไหว้พระ ได้แก่ (2.1) การบริจาคทาน (2.2) การรักษาศีล (2.3) การเจริญภาวนา (2.4) การประพาดิอ่อนน้อมถ่อมตนต่อผู้ใหญ่ (2.5) การขวนขวายในกิจที่ชอบ (2.6) การให้ส่วนบุญ (2.7) การอนุโมทนาส่วนบุญ (2.8) การฟังธรรม (2.9) การแสดงธรรม/สวดมนต์ (2.10) การทำความเห็นให้ตรงกัน (3) การทำจิตใจให้ผ่องใสบริสุทธิ์ ประกอบด้วย (3.1) สมถกรรมฐาน เป็นอุบายให้จิตสงบ บริสุทธิ์ชั่วขณะ (3.2) วิปัสสนากรรมฐาน เป็นอุบายให้เกิดปัญญา ทำให้จิตใจบริสุทธิ์ตลอดไป

9.3 ลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristics) เป็นลักษณะกลุ่มที่มาท่องเที่ยวร่วมกับทำบุญ/ทำทานไหว้พระ/ตักบาตร และกลุ่มผู้มาปฏิบัติธรรม โดยจำแนกตามลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาแล้ว..ปี ท่านเคยปฏิบัติธรรมหรือไม่ เวลาที่ใช้ในการทำบุญ/ทำทานไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม ท่านเดินทางครั้งนี้โดยวิธีใด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาสามารถนำผลวิจัยด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และกิจกรรมการตลาดในวัด

2. การพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ด้วยข้อมูลของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และกิจกรรมการตลาดในวัดจะทำให้เกิดความสำเร็จของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยววัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะช่วยเพิ่มการท่องเที่ยวซ้ำของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะได้นำนวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระในวัดไปใช้เสริมเข้าไปในการท่องเที่ยววัดให้เกิดการเรียนรู้ในหลักพระพุทธศาสนา

5. วัดในพระนครศรีอยุธยาและวัดอื่นๆ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในระดับท้องถิ่น จังหวัด และประเทศ จะได้นำนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมตามหลักพระพุทธศาสนาเสริมเข้าไปในการท่องเที่ยวในวัด ทำให้เกิดการเรียนรู้ การปฏิบัติธรรมเบื้องต้นส่งผลต่อเนื่องนำไปปฏิบัติธรรมด้วยตัวเองได้ในอนาคต