บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญและการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย

2.1 การรับรู้ (Perception) และความคาดหวัง (Expectation)

2.2 พฤติกรรมภายหลังการท่องเที่ยว (B4-6)

2.3 เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัด (F1-9)

2.4 หลักพุทธศาสนา (E6-10) : ศีล (C1-3) สมาธิ (C4-6) ปัญญา (C7-9) กุศลกรรม (การทำความดี) (C10-12) กิเลส (เวทนา อารมณ์) (C13-15)

ความรู้ความเข้าใจในหลักพระพุทธศาสนา (D1-10) และความต้องการปฏิบัติในหลักพระพุทธศาสนา (D1-10)

2.5 พฤติกรรมด้านการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ พฤติกรรมด้านการปฏิบัติธรรม (B4-6)

2.6 นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม (I1-11)

2.7 นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ (H1-5)

2.8 ลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristics)

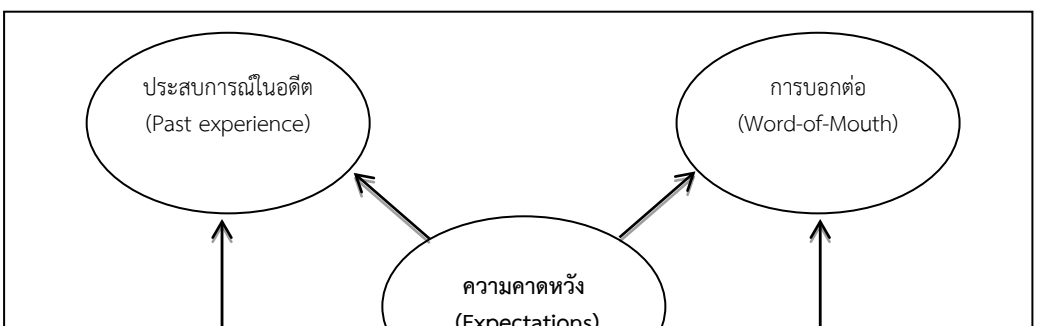
2.9 การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และกิจกรรมการตลาดในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้ (Perception) และความคาดหวัง (Expectation) ของนักท่องเที่ยว

ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็นศึกษาการรับรู้และความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยอาศัยแนวคิดของนักวิจัยที่ว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (Tourists' expectation) Mareno (2010) กล่าวว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเป็นความนึกคิดในช่วงแรกที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ ประสบการณ์ในอดีตและข้อมูลในความทรงจำของนักท่องเที่ยวที่เคยได้ยินหรือได้เห็นจากสื่อต่างๆ เช่นเดียวกับ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) ที่กล่าวว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเป็นความนึกคิดที่ได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ในอดีต โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ การบอกต่อจากเพื่อนหรือญาติก็เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่มีผลต่อความเชื่อถือและความไว้วางใจดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว
(A framework for tourist expectations)
ที่มา : Rodriguez del Bosque, San Martin & Collado (2009, pp. 139-147)

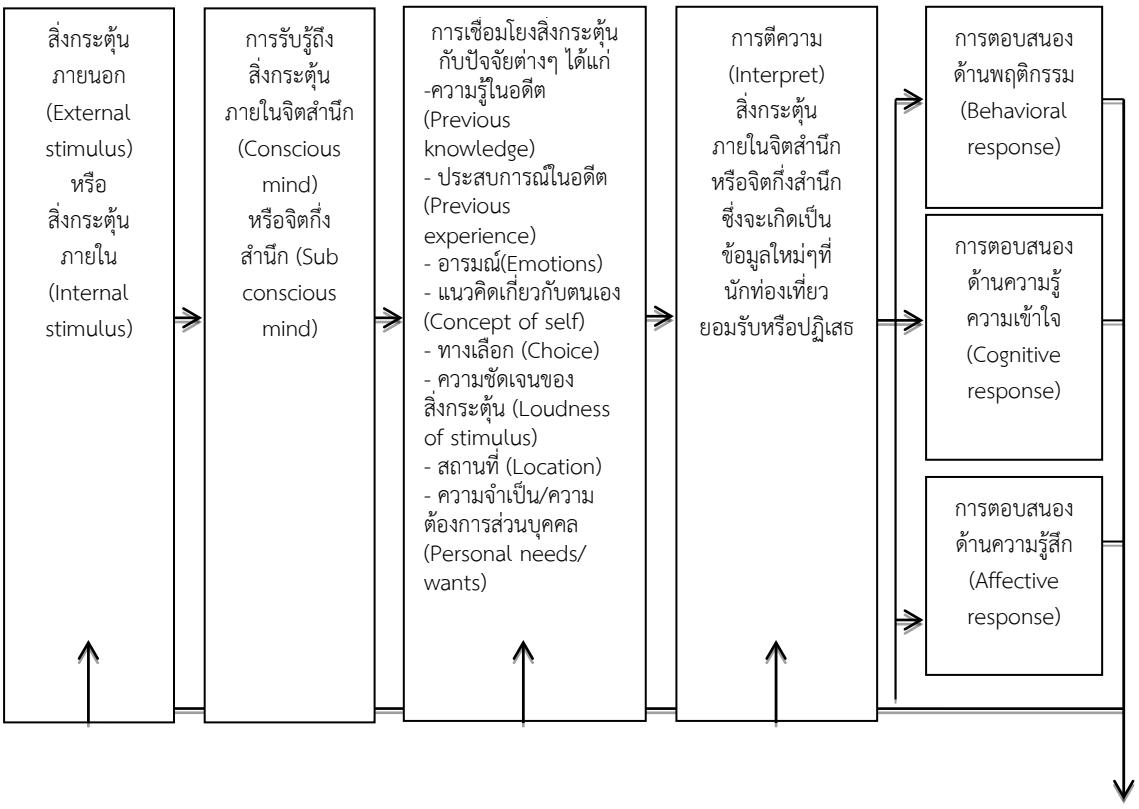
ทั้งนี้ Reisinger (2001) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวทุกคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน ความต้องการดังกล่าวจะก่อให้เกิดความคาดหวังในการซื้อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวซึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวนี้จะมีความเสี่ยงมากกว่าสินค้าทั่วไปที่สามารถจับต้องได้ นักท่องเที่ยวจึงพิจารณาความคาดหวังโดยคำนึงถึงคุณภาพของบริการและราคาเป็นหลัก

การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการตอบสนองความคาดหวังในบริการของผู้บริโภคและยึดหลักว่าความคาดหวังของลูกค้าจะนำไปสู่การปรับปรุงบริการต่างๆให้ดีขึ้น (Clow & Vorhies, 1993) ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในประเด็นต่างๆ ดังนี้ (1) เศรษฐกิจ (Economic) (2) สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ (Environment/Natural) (3) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecological tourism) (4) การอนุรักษ์วัฒนธรรม (Cultural heritage reservation) (5) ความดั้งเดิม (Authenticity) (6) นวัตกรรมการท่องเที่ยว (Tourism innovation) (7) ปฏิกิริยาระหว่างบุคคล (Human interaction) (8) การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural travel and tourism) (9) เมืองในลักษณะสร้างสรรค์ (Creative cities) (10) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism clusters) (11) ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism landscapes) (12) ทัวร์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism tours) (13) เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism routes) ทางรถยนต์ เรือ เครื่องบิน (14) แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism corridors)

2. การรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Tourists' perception) Strydom, Jooste & Cant (2000, p. 84) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการในการรับ จัดระเบียบ และแปลความข้อมูลหรือสิ่งเร้าที่มากระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่นเดียวกับ Solomon (2007, p. 49) ที่กล่าวว่า การรับรู้ (Perception) ของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นโดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า การรับรู้เกิดจากสิ่งกระตุ้นจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็นด้วยตา การได้ยินจากหู การได้กลิ่นจากจมูก การได้ลิ้มรสจากลิ้น และการได้สัมผัสจากผิวหนัง ซึ่งประสาทสัมผัสทั้ง 5 จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเปิดรับ (Exposure) ความตั้งใจที่จะ

มาท่องเที่ยว (Attention) และเกิดการตีความการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว (Interpretation) ในทางพอใจหรือไม่พอใจ นอกจากนี้คำนิยามข้างต้นยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Schiffman และ Kanuk (2004) ที่กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกสรร จัดลำดับ และตีความสิ่งเร้าให้เป็นภาพที่มีความหมายหรือมองในเชิงเหตุและผล กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การรับรู้เป็นสิ่งที่อธิบายถึงการมองโลกของบุคคลนั้นๆ

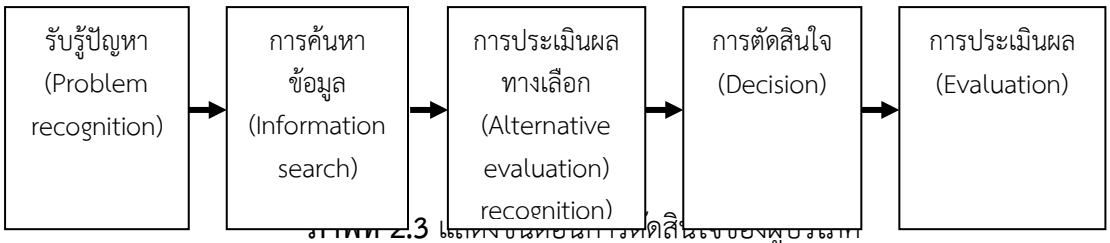
Wilson & Beard (2003, pp. 88-97) ได้กล่าวถึงกระบวนการการรับรู้ไว้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายนอกและภายในผ่านทางประสาทสัมผัส ซึ่งจะเปลี่ยนเป็นการรับรู้ถึงสิ่งกระตุ้นภายในจิตสำนึก (Conscious mind) หรือจิตใต้สำนึก (Subconscious mind) จากนั้นนักท่องเที่ยวจะพิจารณาและเชื่อมโยงสิ่งกระตุ้นกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตีความซึ่งได้แก่ ความรู้ในอดีต (Previous knowledge) ประสบการณ์ในอดีต (Previous experience) อารมณ์ (Emotions) แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Concept of self) ทางเลือก (Choice) ความชัดเจนของสิ่งกระตุ้น (Loudness of stimulus) สถานที่ (Location) และความจำเป็น/ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs/wants) ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจยอมรับหรือปฏิเสธข้อมูลที่เกิดขึ้นใหม่ก็ได้ หากนักท่องเที่ยวยอมรับข้อมูลดังกล่าวก็จะเกิดการตอบสนองในด้านต่างๆ ได้แก่ การตอบสนองด้านพฤติกรรม (Behavioral response) การตอบสนองด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive response) และการตอบสนองด้านความรู้สึก(Affective response) ทั้งนี้การตอบสนองที่เกิดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตีความในอนาคต รวมทั้งเป็นสิ่งกระตุ้นภายในต่อไป ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 กระบวนการการรับรู้ (Perception process)
ที่มา : Wilson & Beard (2003, pp. 88-97)

ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบต่างๆ ของการทำบุญ สินค้าช้อปปิ้ง/อาหาร/การละเล่นต่างๆ ฯลฯ

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



ภาพที่ 2.3 แสดงขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภค
(Stages in the consumer decision-making process)
ที่มา : Belch & Belch (2015, p.115)

พฤติกรรมภายหลังการท่องเที่ยว

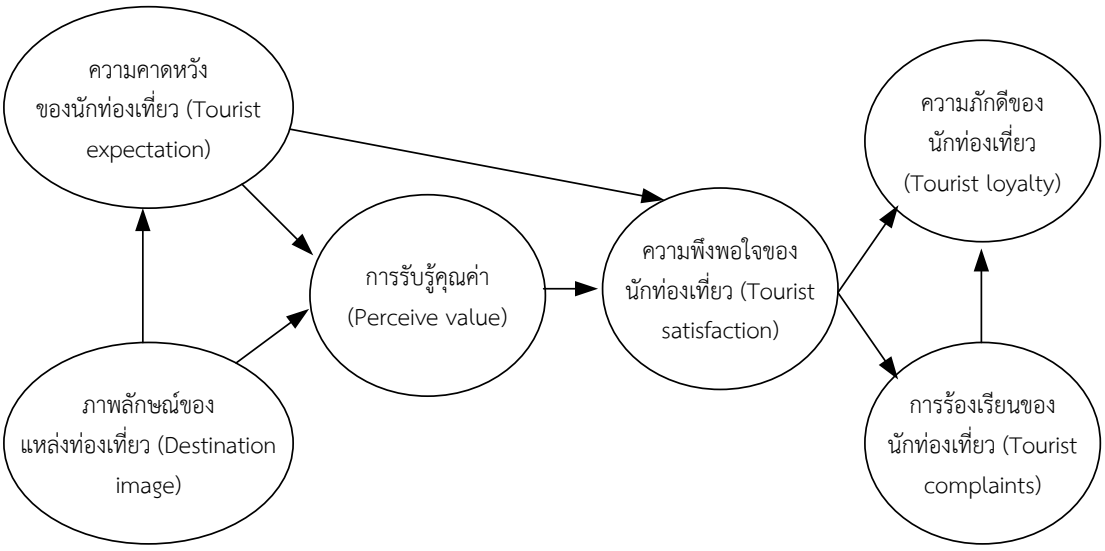
1. ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว (Tourists' overall satisfaction)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist satisfaction) หมายถึง การเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยวและประสบการณ์ภายหลังการท่องเที่ยว (Chen & Chen, 2010) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการทำการตลาดในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีอิทธิพลต่อการเลือกการบริโภคผลิตภัณฑ์ การใช้บริการ และการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Kozak & Rimmington, 2000) ดังภาพที่ 2.4 เมื่อนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบประสบการณ์และความคาดหวังของตนแล้วเกิดความรู้สึกที่ดีก็จะเกิดเป็นความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวซ้ำ ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวรู้สึกไม่พึงพอใจก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น (Oliver & Swan, 1989) จากที่กล่าวมานี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะได้รับอิทธิพลโดยตรงจากความคาดหวัง (Xia et al, 2009; Song

et al, 2011) และการรับรู้คุณค่า (Huang & Su, 2012; Chen & Chen, 2010; Song et al, 2011) ทั้งนี้นักวิชาการจำนวนมากกล่าวว่า ความภักดีและความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กัน (Lee et al, 2011) โดยระดับของความพึงพอใจจะมีผลกระทบต่อความภักดี (McCleary, Weaver & Hsu, 2003; Kozak & Rimmington, 2000; Fornell, 1992) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang et al (2006) Hui et al (2007) และ Su & Fan (2011) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจจะกลับมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกครั้ง และชักชวนให้นักท่องเที่ยวรายอื่นไปท่องเที่ยว นอกจากนี้การวิจัยของ Lee et al (2011); Song et al, 2011 และ Xia et al (2009) พบว่า นักท่องเที่ยวที่รู้สึกไม่พึงพอใจจะร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลกระทบเชิงลบต่อการรับรู้ดังภาพที่ 2.4 และ 2.5

ความพึงพอใจ (Satisfaction) = ความคาดหวัง (Expectation) - การรับรู้ (Perception)
ถ้าความคาดหวัง (Expectation) มากกว่าการรับรู้ (Perception) แสดงว่าไม่พอใจ (Dissatisfaction)
ถ้าความคาดหวัง (Expectation) เท่ากับการรับรู้ (Perception) แสดงว่าพอใจ (Satisfaction)
ถ้าความคาดหวัง (Expectation) น้อยกว่าการรับรู้ (Perception) แสดงว่ามีความชื่นชมยินดี (Delight)

ภาพที่ 2.4 สมการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและผลกระทบที่เกิดขึ้น
(Factor Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences)
ที่มา : Sadeh, Asgarl, Mousavi & Sadeh (2012, p. 1559)

นอกจากที่ได้กล่าวมาข้างต้น Woodside & Lyonski (1989, p. 10) ยังได้ระบุถึงสมมติฐานที่ว่า การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านมาจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวในอนาคต กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความสุขกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านมา เขาจะ

ไม่มองข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป ดังนั้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลต่อความภักดีทางด้านทัศนคติและด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ross (1993) และ Petrick, Morais & Norman (2001) ที่พบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่สนุกมากเกินกว่าความคาดหวัง ก็มีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีก

ในงานวิจัยเรื่องนี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ (1) โมเดลความคาดหวัง-ความไม่สอดคล้องกัน (Expectation-disconfirmation model) (Oliver, 1980) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะมีการพัฒนาความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งของการสื่อสารต่างๆ ภายหลังการเยี่ยมชมซึ่งถ้าประสบการณ์นั้นสอดคล้องกับความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจ (2) ทฤษฎีความคุ้มค่า (Value theory) (Oliver & Swan, 1989) ที่กล่าวว่า ถ้านักท่องเที่ยวเห็นว่าตนได้รับประโยชน์มากกว่าต้นทุนที่จ่ายไปทั้งในด้านเวลาและความพยายาม ถือว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความคุ้มค่า

2. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต (Behavior trend)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวภายหลังการซื้อหรือการใช้บริการ (Post-purchase behavior): ผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม (Behavioral outcomes) ในงานวิจัยเรื่องนี้จะไม่ได้มุ่งเน้นขั้นตอนการาซื้อ 4 ขั้นตอนแรก แต่จะมุ่งเน้นเฉพาะในขั้นที่ 5 คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวภายหลังการซื้อหรือการใช้บริการ (Post-purchase behavior) ซึ่งถือว่าเป็นผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม ดังนี้ (1) งบประมาณที่ใช้ต่อครั้ง (Total budgets) เป็นค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่เกิดจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าของขวัญ ของฝาก ของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมท่องเที่ยวและรายการบันเทิง ฯลฯ (2) จำนวนครั้งการท่องเที่ยวซ้ำ (Number of repeat visit) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากใช้เวลาในการเดินทางน้อยเพราะใกล้กับกรุงเทพฯ (3) ช่วงเวลาที่พำนัก (Length of stay) ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้นค่าที่พักจะค่อนข้างต่ำ หรือไม่มีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ เพราะนักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ

3. ความตั้งใจจะแนะนำ/บอกต่อ (Word of Mouth)

ความตั้งใจ (Intention) เป็นความคาดหวังของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เกี่ยวกับพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง Hsu & Crotts (2006) และ Fishbein & Ajzen (1975) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความตั้งใจหมายถึง โอกาสที่จะปฏิบัติ ซึ่ง Ajzen (1985) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจเป็นองค์ประกอบหนึ่งของพฤติกรรมเมื่อมีโอกาสที่จะปฏิบัติ ความตั้งใจส่งผลต่อพฤติกรรม และความตั้งใจเป็นสิ่งที่พยากรณ์พฤติกรรมที่ดีที่สุด (Fishbein & Ajzen, 1975) ดังนั้น การศึกษาความตั้งใจในการท่องเที่ยวสามารถให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อนักการตลาดการท่องเที่ยว (Hsu & Crotts, 2006)

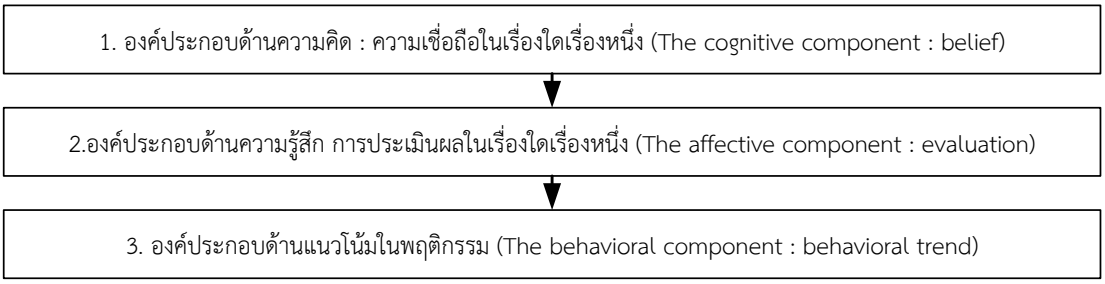
(1) พฤติกรรมการบอกต่อเชิงบวก (Word of mouth communication) เป็นการสื่อสารภายหลังการซื้อโดยลูกค้า โดยระบุถึงทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการซึ่งการบอกต่ออาจจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้หรือหมายถึงการสื่อสารโดยลูกค้าภายหลังการซื้ออย่างตั้งใจ การสื่อสารใน

การบอกต่อในแง่ดีนั้นเกิดขึ้นเมื่อลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีจากประสบการณ์หรือการปฏิบัติ จึงให้การสนับสนุนบริษัท (Westbrook, 1987)

(2) ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (Intention to travel in the future) เป็นความน่าจะเป็นของลูกค้าที่จะมาใช้บริการครั้งต่อไปหรืออาจจะใช้มากขึ้น หรือลดการให้การสนับสนุนธุรกิจ (Garbarino & Johnson, 1999) โดยเป็นแนวโน้มที่มีศักยภาพที่จะคงเป็นลูกค้าหรือเลิกเป็นลูกค้าของธุรกิจนั้น (Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1996) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในอนาคตนั้นคือ ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว/โปรแกรมการท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหลายต้องพยายามใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำในอนาคต ในงานวิจัยนี้จะวัดความตั้งใจในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย (1) การยืนยันที่จะมาท่องเที่ยวอีก (2) การวางแผนที่จะมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต (3) ความต้องการที่จะท่องเที่ยวแห่งนี้อีก (4) การจะมาท่องเที่ยวอีกในโอกาสต่อไป (Zillifro, 2004)

4. การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยใช้องค์ประกอบของทัศนคติ และความเชื่อถือ (Attitude and belief development and change) (Kotler & Keller, 2016, pp. 197-198) ทัศนคติ หมายถึง แนวโน้มของวิธีการที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความเชื่อถือ หมายถึง แนวความคิดที่บุคคลยึดถือ เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ความเชื่อที่ว่า สวดมนต์เจริญเมตตา แก้ไขปัญหาชีวิต ขจัดโรค ขจัดภัย แก้ไขกรรมเก่า กลับเรื่องร้ายให้กลายเป็นดี หรือความรู้อย่างโลกที่พอจะเรียกได้ว่าเป็นคนดี ไม่อาจช่วยให้ตัวเราดับทุกข์ได้

องค์ประกอบของทัศนคติมี 3 ส่วน คือ (1) องค์ประกอบด้านความคิดความเชื่อถือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (The cognitive component : belief) เช่น เหนือฟ้ายังมีฟ้า แต่ไม่มีใครเหนือกฎแห่งกรรม (หลวงพ่อจรัญ) ผู้ที่มีอายุยืนยง เพราะชาติก่อน ไม่ชอบปลดปลงชีวิตสัตว์ ผู้ที่ร่ำรวยสมบัติเพราะชาติก่อน ชอบบำเพ็ญทาน (หลวงปู่ศรีจันทร์ ปุญญรโต) (2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก การประเมินผลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (The affective component : evaluation) เช่น การให้ธรรมเป็นทานย่อมชนะการให้ทั้งปวง, ถ้าเรามีเมตตา จิตก็จะห่างไกล จากความโกรธ (หลวงพ่อสุรศักดิ์ เขมรังสี) (3) องค์ประกอบด้านแนวโน้มในพฤติกรรม (The behavioral component : behavioral trend) เช่น ผู้ที่สนใจในธรรม สู้ผู้รู้ธรรมไม่ได้ ผู้รู้ธรรม สู้ผู้ปฏิบัติธรรมไม่ได้ ผู้ปฏิบัติธรรม สู้ผู้เข้าถึงธรรมไม่ได้ ผู้เข้าถึงธรรม ก็สู้ผู้บรรลุธรรมไม่ได้ (80 ปี 80 ธรรมะ พระธรรมญาณ (หลวงปู่ศรีจันทร์ ปุญญรโต)

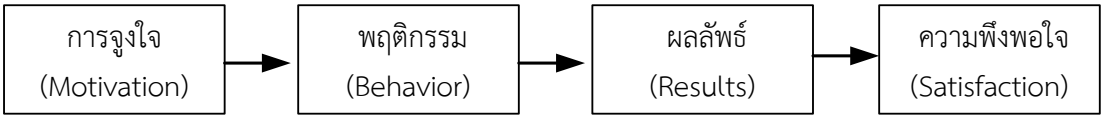


ภาพที่ 2.6 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ (The component of attitudes)

เหตุจูงใจในการท่องเที่ยววัด

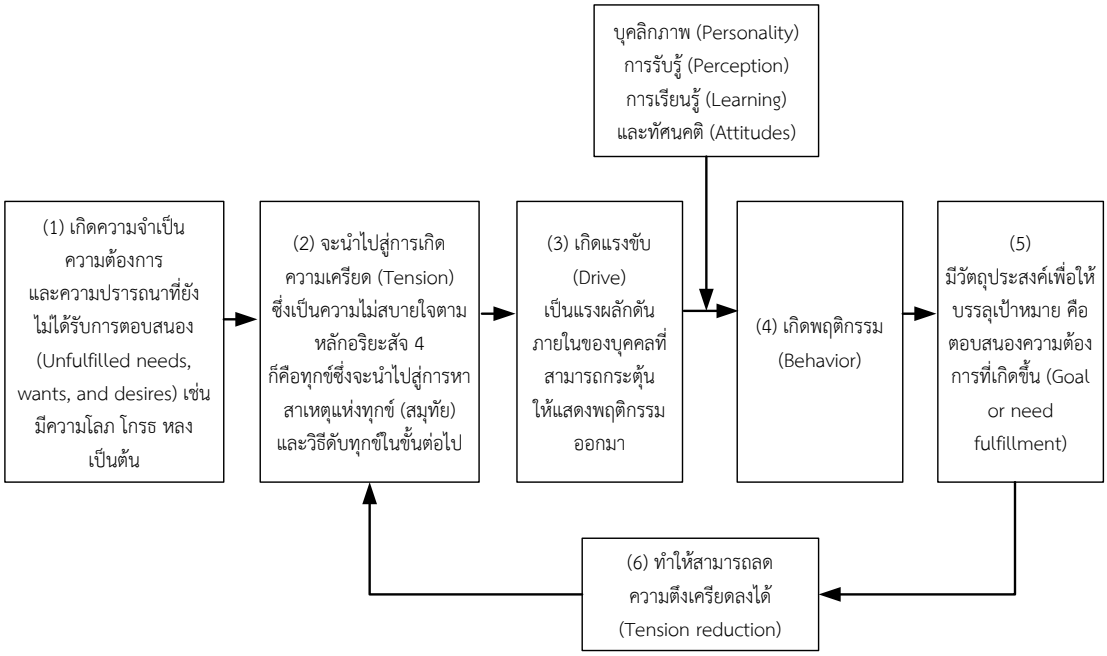
เหตุจูงใจหรือการจูงใจ (Motivation) หมายถึง ปัจจัยภายในและภายนอกซึ่งกระตุ้นความต้องการและพลังงานของบุคคลซึ่งจะมีความสนใจอย่างต่อเนื่อง

เหตุจูงใจ เป็นพลังสิ่งกระตุ้นจากภายในจิตใจของแต่ละบุคคลให้บุคคลปฏิบัติแล้วผลักดันให้เขาเกิดพฤติกรรมนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการคือความพึงพอใจ ดังรูป (Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 65)

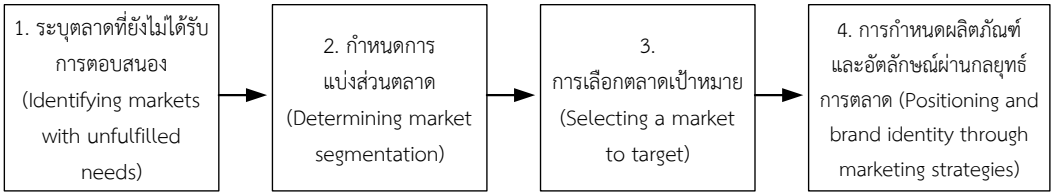


ภาพที่ 2.7 สิ่งกระตุ้นจากภายในจิตใจของแต่ละบุคคลให้บุคคลปฏิบัติแล้วผลักดันให้เขาเกิดพฤติกรรมนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการคือความพึงพอใจ
ที่มา : Schiffman & Wisenblit (2015, p. 65)

ความต้องการซึ่งเป็นการจูงใจนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมตามกระบวนการจูงใจ (The motivation process) ตามขั้นตอน ดังนี้ (1) เกิดความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled needs, wants, and desires) เช่น มีความโลภ โกรธ หลง เป็นต้น (2) จะนำไปสู่การเกิดความเครียด (Tension) ซึ่งเป็นความไม่สบายใจตามหลักอริยะสัจ 4 ก็คือทุกข์ซึ่งจะนำไปสู่การหาสาเหตุแห่งทุกข์ (สมุทัย) และวิธีดับทุกข์ในขั้นต่อไป (3) เกิดแรงขับ (Drive) เป็นแรงผลักดันภายในของบุคคลที่สามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมออกมา (4) เกิดพฤติกรรม(Behavior) ที่บุคคลแสดงออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ (Personality) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) และทัศนคติ (Attitudes) ของแต่ละบุคคล ก็คือนิโรธ คือ การดับทุกข์ (5) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คือ ตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น (Goal or need fulfillment) (6) ทำให้สามารถลดความตึงเครียดลงได้ (Tension reduction) ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 แสดงการเกิดพฤติกรรมตามกระบวนการจูงใจ (The motivation process) ตามขั้นตอน
ที่มา : Schiffman & Wisenblit (2015, p. 84)



ภาพที่ 2.9 แสดงขั้นตอนการตลาดตามเป้าหมาย (The target marketing process)
ที่มา : Belch & Belch (2015, p. 47)

หลักพุทธศาสนา: ศีล สมาธิ ปัญญา กุศลกรรม (การทำความดี) กิเลส (เวทนา อารมณ์)

หลักพระพุทธศาสนา การเผยแผ่พระพุทธศาสนามีหลักใหญ่ 3 ประการ คือ การไม่ทำบาปทั้งปวง การทำกุศลให้ถึงพร้อม การชำระจิตของตนให้ขาวรอบ (พระธรรมสิงหบุราจารย์, 2553, น. 34-35)

การทำความดีละความชั่ว การทำจิตให้บริสุทธิ์ (3.1) ปัญญาบริสุทธิ์ตลอดไป (3.2) สมาธิบริสุทธิ์ชั่วขณะ

1. ละความชั่ว (ทุจริต 10) อกุศลกรรมบท
   กายกรรม 3 ได้แก่ ฆ่าสัตว์ ลักทรัพย์ ประพฤติผิดในกาม
   วจีกรรม 4 ได้แก่ พูดเท็จ พูดหยาบ พูดส่อเสียด พูดเพ้อเจ้อ

มโนกรรม 3 ได้แก่ โลภะ (โลภ) โทสะ (โกรธ) โมหะ (หลง)

2. ทำความดี บุญกิกิยาวัตถุ 10 ได้แก่ การบริจาคทาน การรักษาศีล การเจริญภาวา การประพฤติอ่อนน้อมถ่อมตนต่อผู้ใหญ่ การขวนขวายในกิจที่ชอบ การให้ส่วนบุญ การอนุโมทนาส่วนบุคคล การฟังธรรม การแสดงธรรม และการทำความเห็นให้ตรง

3. มโนกรรม (กิเลส) มี 3 ระดับ คือ

โลภะ (โลภ) อย่างหยาบปราบด้วยศีล

โทสะ (โกรธ) อย่างกลางปราบด้วยสมาธิ

โมหะ (หลง) อย่างละเอียดปราบด้วยปัญญา

4. การทำจิตใจบริสุทธิ์ต้องเจริญกรรมฐาน 2 อย่างคือ

สมถกรรมฐาน แบ่งอารมณ์ออกเป็น 40 อย่าง มี 7 หมวด ดังนี้	อารมณ์อยู่กับวิปัสสนาภูมิ 6 อย่าง คือ
1. กสิณ 10	1. ขันธ์ 5
2. อสุภะ 10	2. อายตนะ 12
3. อนุสติ 10	3. ธาตุ 18
4. พรหมวิหาร 4	4. อินทรีย์ 22
5. อาหาเรปฏิกูลสัญญา 1	5. อริยสัจ 4
6. จตุธาตุววัฏฐาน 1	6. ปฏิจจสมุปบาท 12
7. อรูปธรรม 4	

ท่านพุทธทาสได้กล่าวว่า พุทธศาสนาในฐานะที่เป็นศาสนา ได้แก่ ระเบียบปฏิบัติซึ่งได้แก่

(1) ศีล สมาธิ ปัญญา

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

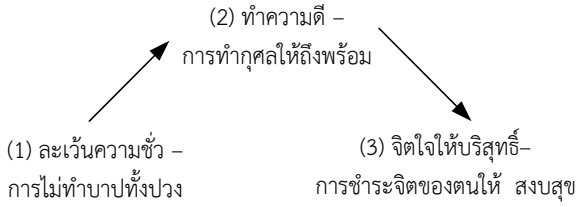
(1.2) สมาธิ (การตั้งใจมั่น ยึดมั่น) จิตที่ว่างจากความยึดมั่นถือมั่นว่าเราว่าของเราเท่านั้นที่จะมั่นคงเป็นสมาธิได้อย่างแท้จริงและสมบูรณ์ เพราะฉะนั้นผู้ที่มีจิตว่างจึงเป็นผู้ที่มีสมาธิอย่างถูกต้อง

(1.3) ปัญญา (ความรอบรู้ การคิดได้ นึกได้) ปัญญาที่แท้จริงหรือถึงที่สุดของปัญญานั้นก็คือความว่างนั่นเองคือว่างจากโมหะที่หลงยึดมั่นถือมั่นนั่นเอง หมายความว่าพอเอาโมหะอันนี้ออกไปเสีย จิตก็ถึงสภาพเดิมของจิตที่เป็นจิตเดิมแท้ คือปัญญาหรือสติปัญญา (พระธรรมโกศาจารย์, 2558, น. 60-62) ว่าด้วยเรื่องทาน ศีล สมาธิ และปัญญา) กระทั่งได้ผลที่เกิดขึ้นคือ ความพ้นทุกข์ (อริยสัจ 4) ซึ่งหมายความว่า ความเป็นศาสนาของพุทธศาสนานั้นไม่ได้ผูกพันอยู่กับสิ่งเหนือธรรมชาติ หากแต่อยู่บนฐานของความเป็นศาสตร์ที่ทำให้รู้จักสิ่งทั้งปวงถูกต้องตามเป็นจริงว่าอะไรเป็นอะไร เป็นความรู้จริงว่าสิ่งทั้งปวงไม่ควรไปยึดมั่นถือมั่น ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดีก็ตาม จิตจึงเป็นอิสระเหนือสิ่งทั้งปวง และไม่มีความทุกข์อีกต่อไป

(2) หน้าที่ของพุทธศาสนา มุ่งหมายโดยตรงที่จะกำจัดกิเลศ คือ โลภะ โทสะ โมหะ ให้สิ้นเชิง หรือดับความทุกข์ทั้งหลายที่จะเกิดขึ้นจากความเกิด แก่ เจ็บ ตาย ให้สูญสิ้นไป ความรู้อย่างโลกที่พอจะเรียกได้ว่าเป็นคนดี ไม่อาจช่วยให้ตัวเราดับทุกข์ได้

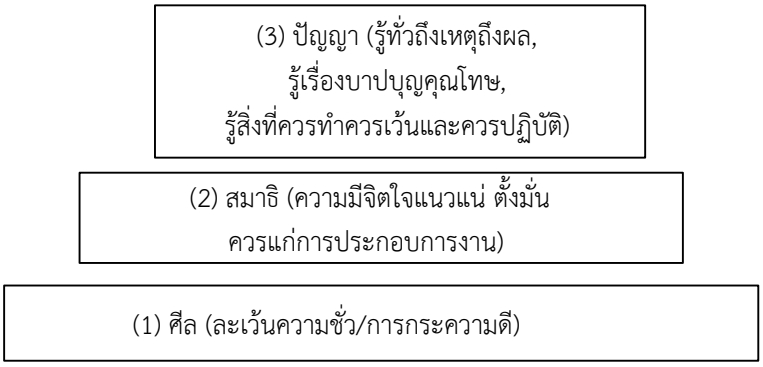
(3) ชีวิตนี้หรือสิ่งทั้งปวงที่เรากำลังหลงรักใคร่ยินดีเป็นอนิจจัง (ไม่เที่ยง) ทุกขัง (เป็นทุกข์) อนัตตา (ไม่มีตัวตน)

พระพุทธศาสนาคือ คำสั่งสอน ของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า เพื่อช่วยมนุษย์ให้พ้นทุกข์ ซึ่งมีหลักการสำคัญ 3 ประการดังนี้ (1) ให้ละเว้นการกระทำความชั่ว (2) ให้ตั้งมั่นอยู่ในการกระทำแต่ความดี (3) ให้ชำระจิตของตนเองให้ผ่องใสอยู่เสมอ ทั้ง 3 ประการนี้เราเรียกว่าโอวาทปาติโมกข์ โอวาทปาติโมกข์เป็นใจความสำคัญของหลักพระพุทธศาสนา ได้แก่ (1) ละเว้นความชั่ว – การไม่ทำบาปทั้งปวง (2) ทำความดี – การทำกุศลให้ถึงพร้อม (3) ทำจิตใจให้บริสุทธิ์–การชำระจิตของตนให้สงบสุข ดูภาพที่ 2.10 ประกอบ



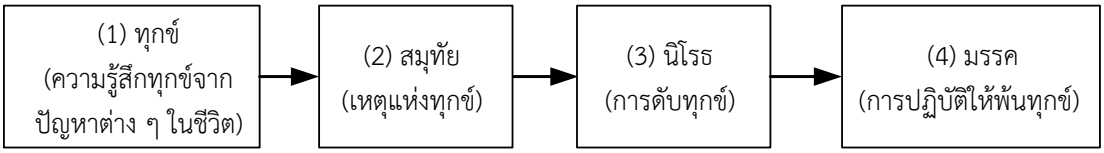
ภาพที่ 2.10 แสดงหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา

ไตรสิกขา – ขั้นตอนการปฏิบัติในศาสนาพุทธ 3 ประการ ดูภาพที่ 2.11 ประกอบ ได้แก่ (1) ศีล (ละเว้นความชั่ว/การกระความดี) (2) สมาธิ (ความมีจิตใจแนวแน่ ตั้งมั่น ควรแก่การประกอบการงาน) (3) ปัญญา (รู้ทั่วถึงเหตุถึงผล, รู้เรื่องบาปบุญคุณโทษ, รู้สิ่งที่ควรทำควรเว้นและควรปฏิบัติ) ซึ่งแนวทางปฏิบัติให้พ้นทุกข์นั้นต้องอาศัยอริยสัจ 4



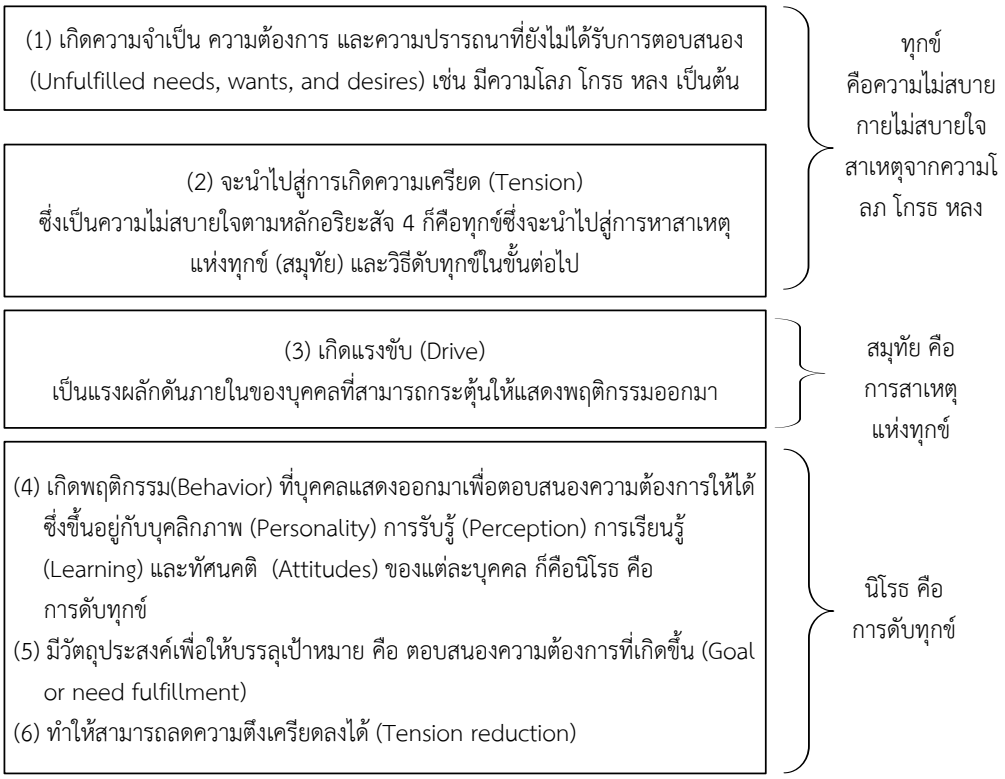
ภาพที่ 2.11 แสดงการปฏิบัติในศาสนาพุทธ 3 ประการ

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



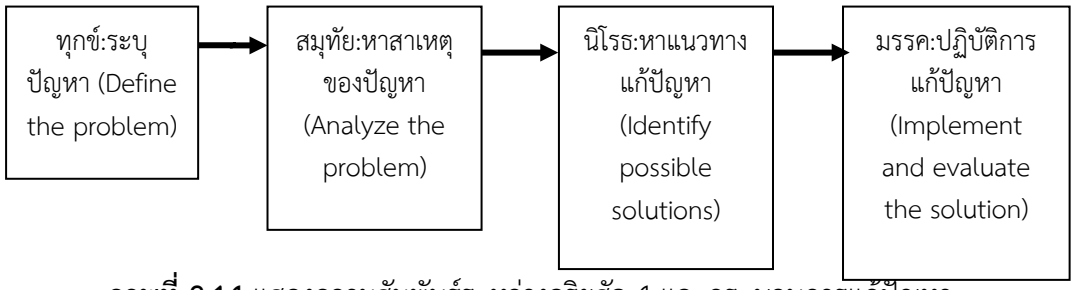
ภาพที่ 2.12 แสดงอริยสัจ 4 ซึ่งหมายถึงความจริงอันประเสริฐ 4 ประการ

ตามหลักอริยะสัจ 4 คือ มรรค ข้อปฏิบัติก็คือให้พ้นทุกข์ ตามหลักพุทธศาสนาแสดงว่าเกิดปัญญาอันเห็นชอบว่าสิ่งนี้ทุกข์ สิ่งนี้เหตุให้เกิดทุกข์ สิ่งนี้ทางให้เห็นถึงความดับทุกข์ได้ชื่อว่ามรรค มีองค์ 8 ประการ คือ ปัญญาอันเห็นชอบ ดำริชอบ เจรจาชอบ ทำการงานชอบ เลี้ยงชีวิตชอบ ทำความเพียรชอบ ตั้งสติชอบ ตั้งใจชอบ ดังรูป (สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส, 2560, น. 26-27; Solomon, 2018, p. 84-85; Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 84)



ภาพที่ 2.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอริยะสัจ 4 และกระบวนการจูงใจ
ที่มา : สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส (2560, น. 26-27); Solomon (2018, pp. 84-85); Schiffman & Wisenblit (2015, p. 84)

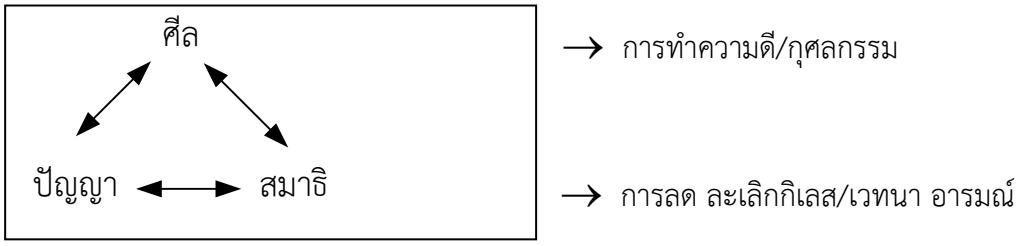
การใช้หลักอริยสัจ 4 ร่วมกับกระบวนการแก้ปัญหา (Problem solving process) เพื่อจะใช้ในการศึกษาธรรม ดังภาพที่ 2.14 (1) ทุกข์ เริ่มจากการที่บุคคลเกิดความทุกข์ขึ้นมา (2) สมุทัย เป็นการค้นหาเหตุแห่งทุกข์ซึ่งเหตุแห่งทุกข์คือตัณหา ได้แก่ ความต้องการในกามคุณ ความต้องการสิ่งของ และความไม่ต้องการสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นเหตุแห่งทุกข์ (3) นิโรธ หาวิธีการดับทุกข์โดยปล่อยวางปัญหานั้นไม่ผูกพันกับตัณหานั้น (4) มรรค แนวทางปฏิบัติให้พ้นทุกข์ ซึ่งต้องใช้ปฏิบัติธรรม วิปัสสนากรรมฐานร่วมกับการปฏิบัติธรรมมรรค 8 ประการ ดังกล่าวข้างต้น



ภาพที่ 2.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอริยสัจ 4 และกระบวนการแก้ปัญหา (Problem solving process)

มรรค 8 (ศีล สมาธิ ปัญญา) หมายถึง กระบวนการที่ต่อเนื่องกันในการปฏิบัติธรรม (ศีล-สมาธิ-ปัญญา) เพื่อให้เกิดการหลุดพ้นจากความทุกข์ องค์ประกอบของมรรค 8 มีดังนี้ (1) สัมมาทิฏฐิ (ปัญญา) คือ ความเข้าใจถูกต้อง (2) สัมมาสังกัปปะ (ปัญญา) คือ ความใฝ่ใจถูกต้อง (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 รวมทั้งอิทธิจากศีล สมาธิ ปัญญา ส่งผลต่อการทำความดี/กุศลกรรม และการลด ละเลิกกิเลส/เวทนา อารมณ์ ดังภาพที่ 2.15



ภาพที่ 2.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างศีล สมาธิ ปัญญา ซึ่งจะส่งผลต่อการทำความดี/กุศลกรรม และการลด ละเลิกกิเลส/เวทนา อารมณ์

ความรู้ความเข้าใจในหลักพระพุทธศาสนา และความต้องการปฏิบัติในหลักพระพุทธศาสนา

ภาพที่ 2.16 แสดงการสอนโดยการสร้างศรัทธาและโยนิโสมนสิการ
ที่มา : สุมน อมรวิวัฒน์ (2530, น. 29)

สาระของการศึกษา ตามนัยแห่งพระพุทธศาสนา การศึกษาตามนับแห่ง พระพุทธศาสนามีสาระสำคัญ ครอบคลุมขั้นตอนและองค์แห่งความรู้แจ้ง 3 ประการ คือ (บุญเลิศ จีรภัทร์ และคณะ, 2546)

1. ปริยัติ เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นจากการฟัง การอ่าน การคิดถึงความหมาย ส่วนประกอบ ความสัมพันธ์ กฎ และกระบวนการของชีวิต เป็นความเข้าใจในเหตุปัจจัยและผลที่ ต่อเนื่องเป็นวัฏจักรอย่างไม่ขาดสาย ดังตัวอย่างที่พระพุทธองค์ได้แสดงไว้ได้แก่ ปฏิจจสมุปบาท อริยสัจ 4 ขันธ์ 5

ไตรลักษณ์ กรรม และปัชฌิมาปฏิปทา เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติตน ซึ่งการศึกษา ในแง่ปริยัติเป็นไปเพื่อสัมมาทิฏฐิ

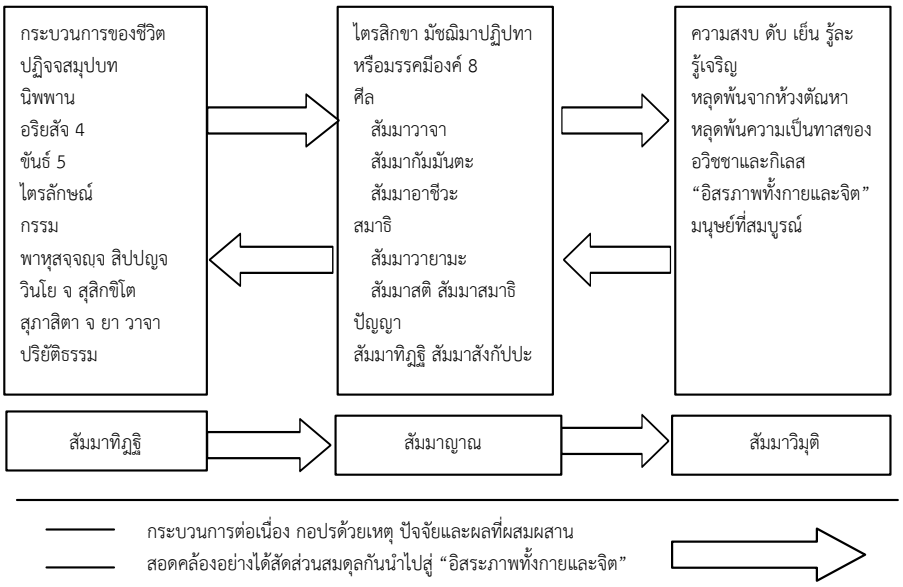
2. ปฏิบัติ เป็นการศึกษาที่แท้จริง มีองค์ประกอบ 3 ประการ เรียกว่า ไตรสิกขา ซึ่งเป็นมัชฌิมาปฏิปทา หรือมรรคมีองค์ 8 เป็นส่วนประกอบ คือ

2.1 อธิสีลสิกขา คือการฝึกหัดอบรมควบคุมกายและวาจา เพื่อให้ผู้ศึกษาพูดดี (สัมมาวาจา) ทำการงานดี (สัมมากัมมันตะ) และดำรงชีวิตด้วยดี (สัมมาอาชีวะ)

2.2 อธิจิตสิกขา คือ การฝึกหัดอบรมให้จิตและความคิดมีความแน่วแน่ ตั้งใจและปลอดโปร่ง โดยมีความเพียร (สัมมาวายามะ) ความระลึกรู้ (สัมมาสติ) และจิตที่ตั้งมั่นแน่วแน่ (สัมมาสมาธิ)

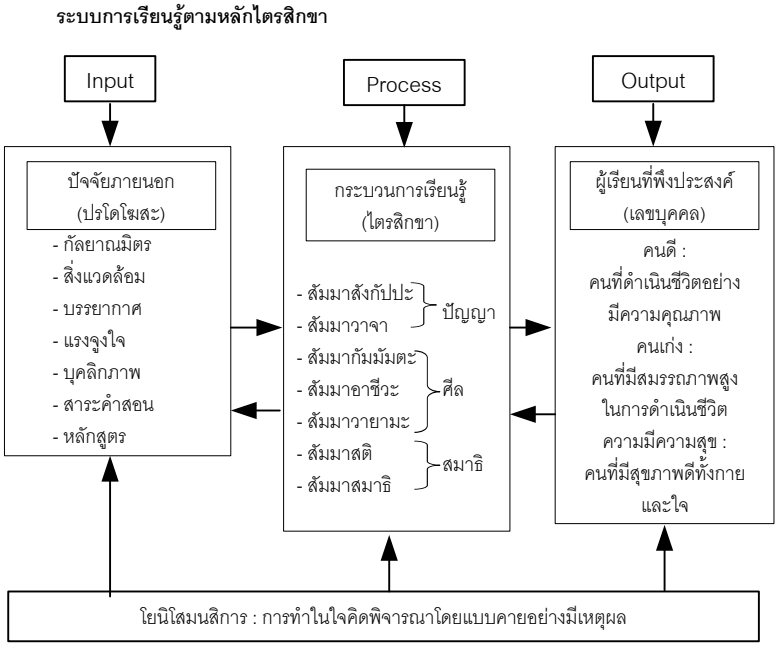
2.3 อธิปัญญาสิกขา คือ การฝึกอบรมให้เกิดความรู้แจ้ง ซึ่งเป็นความรู้ระดับสูงที่ประจักษ์ด้วยการฝึกฝนตนเองอย่างแท้จริง จนเกิดความเห็นที่ตรงกับสัจจะความจริง (สัมมาทิฏฐิ) และความดำริหนทางที่ชอบ (สัมมาสังกัปปะ)

3. ปฏิเวธ เป็นการก้าวไปถึงความเข้าใจและการคิดวิเคราะห์ถึงผลของปริยัติ และปฏิบัติจากสัมมาทิฐิ และสัมมาญาณซึ่งทำให้ตนเองสามารถยกระดับจิตให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ พ้นจากทาสของอวิชชาและกิเลส หมดปัญหาทั้งปวงสู่การหลุดพ้นสิ้นเชิง (สัมมาวิมุตติ) การศึกษาและการฝึกหัดตนเป็นกระบวนการต่อเนื่อง มีเหตุ ปัจจัย และผลที่ผสมผสานกันอย่างสอดคล้อง สมดุล ไปสู่เป้าหมายสูงสุดของมนุษย์ที่เป็นอิสระจากสรรพสิ่ง คือ “อิสรภาพ” ดังภาพที่ 2.17



ภาพที่ 2.17 แสดงสาระของการศึกษาตามนัยแห่งพระพุทธศาสนา
ที่มา : สุมน อมรวิวัฒน์ (2530 อ้างใน บุญเลิศ จีรภัทร์ และคณะ, 2546)

แนวความคิดของศาสตราจารย์ สุมน อมรวิวัฒน์ มาประกอบกับการศึกษา ตามแนวพุทธศาสตร์ของท่านธรรมปิฎกที่ว่า การสัมฤทธิ์ ผลของการศึกษามี 2 จุด คือ จุดเริ่มกับจุด ปลาย ซึ่งคนก่อนเข้าสู่กระบวนการศึกษา และผลของคนที่มีการศึกษา ซึ่งในกระบวนการศึกษาจะมี อีก 2 ส่วน คือ ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน โดยปัจจัยภายนอกประกอบด้วยบุคลากรทางการ ศึกษามีครู อาจารย์ เป็นต้น ระบบบริหารในการจัดสรรสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อม และวิทยาการต่างๆ เพื่อเอื้อให้เกิดการศึกษาขึ้นในตัวคน ซึ่งระบบทั้งหมดเรียกว่า ระบบกัลยาณมิตร โดยมีปัจจัยภายในเป็นองค์ประกอบสำคัญ คือ โยนิโสมนสิการ ทั้งนี้ต้องมีกระบวนการเรียนรู้และการฝึกหัดในการ เรียนรู้นั่นคือ ไตรสิกขา หรือการเรียนรู้ฝึกหัดพัฒนา 3 ด้าน เพื่อให้เกิดบุคคลที่พึงประสงค์ ถ้าใน ระดับสูงสุดของทางพุทธศาสนา คือ พระอรหันต์ แต่ในทางโลกก็เป็นคนดี มีศีลธรรม ซึ่งสามารสรุป ได้ดังภาพที่ 2.18

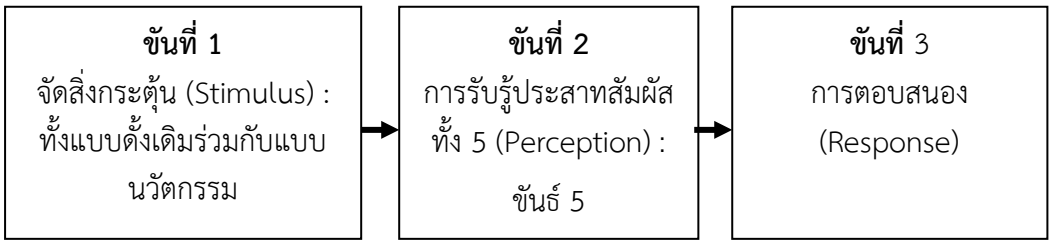


ภาพที่ 2.18 แสดงระบบการเรียนรู้ตามหลักไตรสิกขา
ที่มา : สรุปจากแนวคิดของพระธรรมปิฎก และศาสตราจารย์สุมน อมรวิวัฒน์
(อ้างใน บุญเลิศ จีรภัทร์ และคณะ, 2546)

พฤติกรรมด้านการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม

ทฤษฎีกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง (Stimulus-response model) และขันธ์ 5 (เป็นหลักธรรมในศาสนาพุทธที่สอดคล้องกับเรื่องของ “ทุกข์”) ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญดังนี้ ขั้นที่ 1 จัดสิ่งกระตุ้นทั้งแบบดั้งเดิมร่วมกับแบบนวัตกรรม เช่น สื่อดิจิตอล โซเชียลมีเดีย การบอกเล่าชักชวน

ขั้นที่ 2 การรับรู้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ (1) การมองเห็น (Sight) (2) รสชาติ (Taste) (3) กลิ่น (Smell) (4) เสียง (Sound) และ (5) การสัมผัส (Touch) และต้องอาศัยหลักขันธ์ 5 ได้แก่ (1) รูปขันธ์ หมายถึง กองรูป ส่วนที่เป็นร่างกาย พฤติกรรม คุณสมบัติต่างๆ ของร่างกาย และส่วนประกอบที่เป็นรูปธรรมทั้งหมด (2) เวทนาขันธ์ หมายถึง กองเวทนา ส่วนที่เป็นความรู้สึกทุกข์ สุข ดีใจ พอใจ (3) สัญญาขันธ์ หมายถึง กองสัญญา ส่วนที่เป็นการจำสิ่งที่ได้รับ (4) สังขารขันธ์ หมายถึง กองสังขาร ส่วนที่เป็นการคิดปรุงแต่ง โดยสามารถแยกแยะสิ่งที่รู้สึกหรือจดจำได้ (5) วิญญาณขันธ์ หมายถึง กองวิญญาณ หรือ จิต เป็นการรู้แจ้งถึงสิ่งต่างๆ ผ่านทางตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ ขั้นที่ 3 การตอบสนอง (Response) คือ พฤติกรรมการปฏิบัติธรรม ดังภาพที่ 2.19

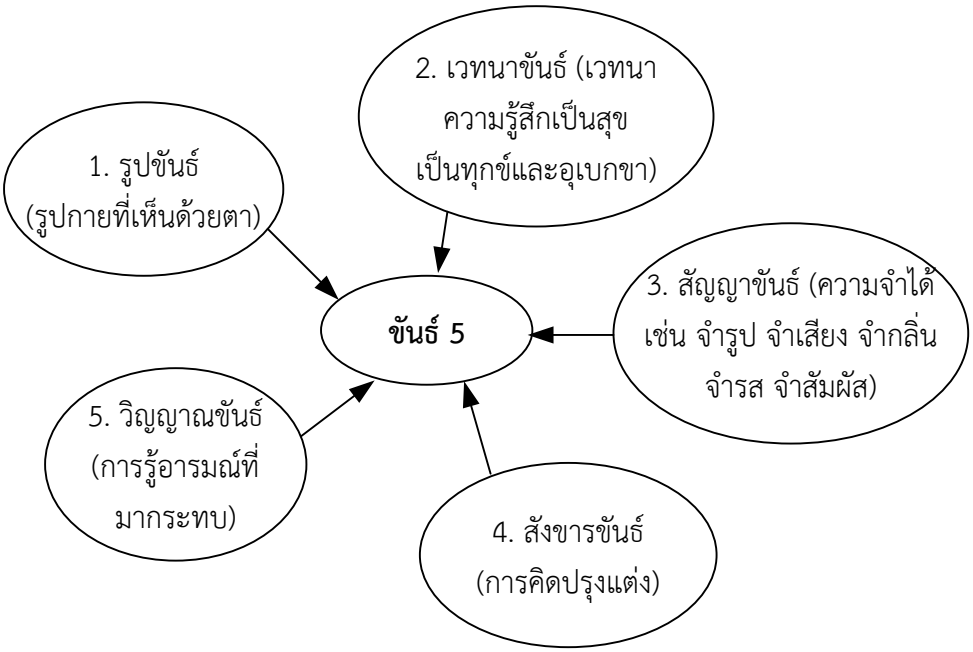


ภาพที่ 2.19 แสดงถึงโมเดลสิ่งกระตุ้น (ผ่านการรับรู้) ทำให้เกิดการตอบสนอง (Stimulus response model)
ที่มา : Kotler & Keller (2016, p. 117)

ขันธ์ 5 (เบญจขันธ์) (เป็นหลักธรรมในศาสนาพุทธที่สอดคล้องกับเรื่องของ “ทุกข์”) ตามหลักอริยสัจ 4 โดยหมายถึง กองแห่งรูปธรรมและนามธรรมทั้ง 5 ที่ทำให้เกิดเป็นตันตนหรือชีวิตขึ้นมา หรืออาจพูดให้เข้าใจได้ง่ายว่า ส่วนประกอบ 5 อย่างที่รวมกันแล้วก่อให้เกิดเป็นคนและสัตว์ขึ้นมานั่นเอง ขันธ์ 5 ประกอบด้วยอะไรบ้าง

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

1. รูปขันธ์ หมายถึง กองรูป ส่วนที่เป็นร่างกาย พฤติกรรม คุณสมบัติต่างๆ ของร่างกาย และส่วนประกอบที่เป็นรูปธรรมทั้งหมด
2. เวทนาขันธ์ หมายถึง กองเวทนา ส่วนที่เป็นความรู้สึกทุกข์ สุข ดีใจ พอใจ
3. สัญญาขันธ์ หมายถึง กองสัญญา ส่วนที่เป็นการจำสิ่งที่ได้รับ
4. สังขารขันธ์ หมายถึง กองสังขาร ส่วนที่เป็นการคิดปรุงแต่ง โดยสามารถแยกแยะสิ่งที่รู้สึกหรือจดจำได้
5. วิญญาณขันธ์ หมายถึง กองวิญญาณ หรือ จิต เป็นการรู้แจ้งถึงสิ่งต่างๆ ผ่านทางตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ



ภาพที่ 2.20 แสดงองค์ประกอบของขันธ์ 5

นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม

การยอมรับนวัตกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourists' innovation adoption)

นวัตกรรมการท่องเที่ยว (Tourism innovation) หมายถึง การนำความคิดใหม่และองค์ประกอบต่างๆ มาแปลงเป็นสินค้า กระบวนการ หรือการบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Amabile et al, 1996) ให้กับการท่องเที่ยวหรือเป็นการนำเสนอทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวใหม่ๆ หรือแตกต่าง โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ และทรัพยากรมนุษย์ (ชนินทร์ อยู่เพชร, 2555, น. 6) ทั้งนี้นวัตกรรมการท่องเที่ยวอาจแบ่งออกเป็นนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านกระบวนการ ด้านองค์กร และด้านการตลาด (Schumpeter, 1934) ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่อง กิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ เชิงสร้างสรรค์ รูปแบบของการทำบุญ ตลอดจนสินค้า อาหาร เครื่องดื่ม และการละเล่นต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยววัดของในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

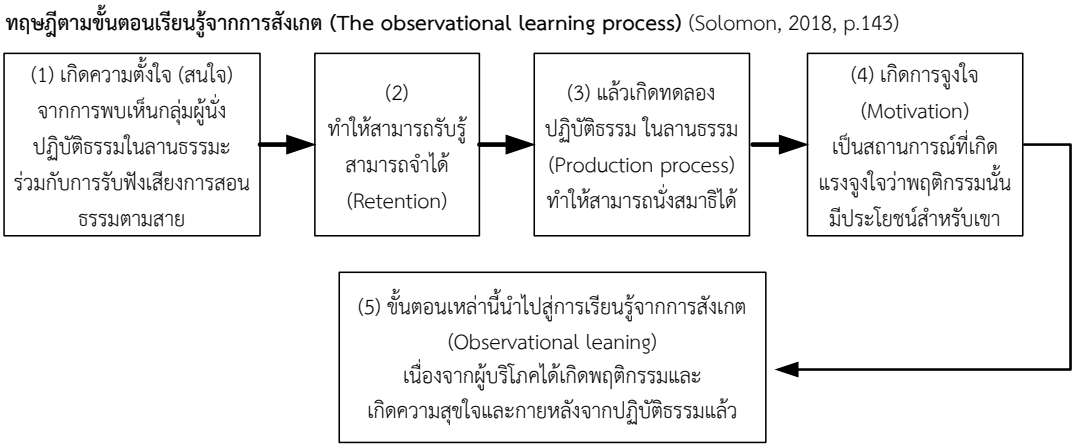
ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning process) ตามขั้นตอนการใช้หลักจิตวิทยา (Belch & Belch, 2015, p. 111) เริ่มต้นด้วยการเกิดแรงจูงใจให้เกิดความต้องการ ตัวอย่าง (1) ต้องการที่จะหลุดพ้นจากความทุกข์ (2) เกิดการรับรู้จากการพบเห็นกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรม (3) เกิดทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติธรรม (4) เกิดการบูรณาการในองค์ประกอบ 3 ข้อแรก ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้สิ่งต่างๆ โดยการทำความดี/กุศลกรรมและการลด ละเลิกกิเลส/เวทนา อารมณ์

ขั้นตอนนวัตกรรม (Innovation process) เริ่มต้นด้วย (1) การค้นหาแนวทางนวัตกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมตามหลักพุทธศาสนา รวมทั้งนวัตกรรมในการทำบุญ ทำทานไหว้พระ ตัวอย่าง การให้หลักนันทนาการในการสอนธรรม การใช้ตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติร่วมกับการสอนธรรม โดยกำหนดโปรแกรมการสอนธรรมเข้าไปในตู้นั้น การปรับโปรแกรมทัวร์โดยใช้เสียงเพลงสอนธรรมเข้าไปด้วย (2) การคัดเลือกนวัตกรรมต่างๆ ที่รวบรวมไว้จากข้อ (1) (3) การปฏิบัติการตามนวัตกรรมที่เลือกนั้น (4) กำหนดวิธีการที่จะได้ประโยชน์จากนวัตกรรมนั้น

(1) การค้นหาแนวทางนวัตกรรม (Search)	(2) การคัดเลือกนวัตกรรม (Select)	(3) การปฏิบัติการตามนวัตกรรมที่เลือก (Implement)	(4) กำหนดวิธีการที่จะได้ประโยชน์จากนวัตกรรม (Define method and capture benefit)

ภาพที่ 2.21 แสดงการประยุกต์ใช้โมเดลของกระบวนการนวัตกรรม (Model of innovation process)
ที่มา : Tidd & Bessant (2014, p. 83)

ซึ่งในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวโบราณสถาน เมื่อเข้ามาจะเห็นกับความร่มรื่น ความสงบและมองเห็นการปฏิบัติธรรมเป็นตัวอย่างที่ดีนำไปสู่การสร้างแรงจูงใจให้ปฏิบัติธรรมได้ แนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีตามขั้นตอนการเรียนรู้จากการสังเกต (The observational learning process) ดังนี้ (1) เกิดความตั้งใจ (สนใจ) จากการพบเห็นกลุ่มผู้นั่งปฏิบัติธรรมในลานธรรมะ ร่วมกับการรับฟังเสียงการสอนธรรมตามสาย (2) ทำให้สามารถรับรู้ สามารถจำได้ (Retention) (3) แล้วเกิดทดลองปฏิบัติธรรม ในลานธรรม (Production process) ทำให้สามารถนั่งสมาธิได้ (4) เกิดการจูงใจ (Motivation) เป็นสถานการณ์ที่เกิดแรงจูงใจว่าพฤติกรรมนั้นมีประโยชน์สำหรับเขา (5) ขั้นตอนเหล่านี้นำไปสู่การเรียนรู้จากการสังเกต (Observational leaning) เนื่องจากผู้บริโภคได้เกิดพฤติกรรมและเกิดความสุขใจและกายหลังจากปฏิบัติธรรมแล้ว (Solomon, 2018, p.143) ดังภาพที่ 2.22



ภาพที่ 2.22 แสดงทฤษฎีตามขั้นตอนเรียนรู้จากการสังเกต
(The observational learning process)
ที่มา : Solomon (2018, p.143)

ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. การจัดทำสื่อนวัตกรรม/ดิจิทัล/อินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแผ่ธรรมและจูงใจให้ปฏิบัติธรรม

2. เน้นข่าวสารนวัตกรรมที่ใช้สื่อเผยแผ่ธรรมและจูงใจให้ปฏิบัติธรรม โดยใช้หลักให้เกิดการรับรู้ว่าการปฏิบัติธรรมเป็นอานิสงค์ (บุญ) อันยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ

3. จัดห้องปฏิบัติธรรมและ/หรือสนทนาธรรม/ห้องสมุดใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมและมีคุณค่าด้านจิตใจ เพื่อเรียนรู้ทางศาสนากับพระภิกษุสงฆ์ด้วยภาษาง่ายๆ

4. โครงการสอน/จัดโปรแกรมปฏิบัติธรรมประยุกต์สำหรับฆราวาส นักท่องเที่ยว และนักเรียนนักศึกษาโดยพระภิกษุสงฆ์/วิทยากร ในวันอาทิตย์หรือวันหยุดพิเศษติดต่อกัน โดยจัดวัดหรือสถาบันการศึกษาเป็นศูนย์การเรียนรู้ทางพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างๆ

5. นวัตกรรมด้านเทคนิคการสอนที่น่าสนใจ การเผยแผ่ธรรมและปฏิบัติธรรมเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และประโยชน์ด้านความสงบสุขที่ได้รับจากการปฏิบัติธรรม องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง คือ (1) ครูหรือพระหรือผู้เชี่ยวชาญ (2) การสร้างบรรยากาศ สถานที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติธรรม (3) เทคนิคการสอนต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น ข่าวสารและสื่อที่ใช้ประกอบ

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

7. การใส่ทำนองเพลงสรภัญญะ/สอนฝึกสมาธิ บทสวดมนต์ต่างๆ

8. บริหารจัดการและพัฒนาพระและวัด ให้เป็นต้นแบบที่ดีของการปฏิบัติธรรม รวมทั้งแต่ละวัดต้องพัฒนาพระ/วิทยากรที่สามารถสอนธรรม/ประชาสัมพันธ์/จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัดให้เห็นคุณค่าที่ดีของการปฏิบัติธรรม

9. การกำหนดรางวัลเกียรติคุณสำหรับโครงการระหว่างวัด สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และชุมชนที่ปฏิบัติธรรมดีเด่น เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9

10. การจัดกิจกรรมการปรับเปลี่ยน/เพิ่มเติมเส้นทางแสวงบุญสู่เส้นทางแสวงธรรม เช่น ปรับโปรแกรมทัวร์โดยเพิ่มกิจกรรมปฏิบัติธรรม เช่น สวดมนต์ กำหนดลมหายใจเบื้องต้น ซึ่งใช้เวลาน้อยหรือมากตามความสะดวก หรือปรับการฝึกสมาธิในทุกอิริยาบถ

11. โครงการอุปสมบทหมู่ภาคฤดูร้อนหรือบวชชีพราหมณ์ในช่วงปิดเทอมหรือวันหยุดพิเศษติดต่อกันสำหรับนักเรียน นักศึกษา หรือประชาชนที่สนใจ

นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ

ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับ

1. โครงการทำบุญบำเพ็ญประโยชน์เชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในวัดและชุมชนร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยว และชุมชน เพื่อพัฒนาสถานที่ของวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่สีเขียว ธรรมชาติที่งดงาม สะอาด บรรยากาศดี

2. โครงการบำเพ็ญประโยชน์ทำบุญเพื่อพ่อ (เช่น กิจกรรมสานต่อโครงการพระราชดำริร่วมรณรงค์ให้คนไทยสมานสามัคคีโดยใช้ธรรมร่วมกับการปฏิบัติเข้าช่วย โครงการปลูกป่าอุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9)

3. โครงการการบำเพ็ญประโยชน์เพื่อทำบุญเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยว และชุมชน (เช่น ร่วมหล่อเทียนพรรษาถวายวัดต่างๆ สวดมนต์ข้ามปี รณรงค์การแต่งกายด้วยชุดไทยย้อนยุค มาทำกิจกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ)

4. โครงการทำบุญโดยสร้างระบบเศรษฐกิจพอเพียง ตามวิถีพุทธที่ตั้งอยู่บนความพอดี พอกินพอใช้ โดยให้ความรู้ การประกอบการโดยใช้หลักธรรม หลักมัชฌิมาปฏิปทา (การปฏิบัติตนในทางสายกลาง) การบุกเบิกการประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเพื่อสังคมและศาสนารวมทั้งการให้ความรู้ในหน้าที่ธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การประกอบธุรกิจขนาดย่อมเพื่อสังคม การให้บริการการท่องเที่ยว การเริ่มการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยการให้บริการต่างๆ

5. ปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยเสริมการปฏิบัติธรรมร่วมกับการทำบุญให้มากขึ้น

ลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristic)

งานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครัวเรือนต่อเดือน ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันจำนวนผู้ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้... คน ท่านทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาแล้ว.....ปี เคยปฏิบัติธรรมหรือไม่ (ไม่เคย...ปี) (เคย...ปี) เวลาที่ใช้ในการทำบุญ/ทำทาน/ไว้พระ/ปฏิบัติธรรมในครั้งนี้....วัน....คืน เดินทางครั้งนี้โดยวิธีใด (รถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง เหมารถตู้ มากับกรุ๊ปทัวร์/รถบัส อื่นๆ โปรดระบุ)

1. เพศ ผู้บริโภคเพศหญิงและเพศชายมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (Shiffman & Kanuk, 2007, p. 50) เพศชายและเพศหญิงจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

2. อายุ ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันจะมีความชอบ รสนิยม ความต้องการและขีดความสามารถแตกต่างกันโดยความต้องการของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัย (Kotler & Keller, 2009, p. 256) ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันจะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน

3. สถานภาพ เป็นสถานภาพทางการสมรส ซึ่งส่งผลต่อการดำรงชีวิตในลักษณะการมีครอบครัวหรือไม่มีครอบครัว ในงานวิจัยเรื่องนี้แยกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย โสด สมรส/อยู่ด้วยกัน ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มนี้ มีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีวงจรชีวิตที่แตกต่างกัน (Perreault, Cannon & McCarthy, 2012, p. 99) จะมีพฤติกรรมการเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

4. ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน ผู้มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าและราคาสูงกว่าผู้มีการศึกษาต่ำ (ปณิศา ลัญชานนท์, 2548, น. 114) ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงโดยทั่วไปเป็นกลุ่มที่มีอายุแล้ว และมีหน้าที่การงานระดับสูงจะชอบศึกษาธรรมชาติ ชอบความสงบ มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่า

5. อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่พฤติกรรมการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ที่เกษียณแล้วส่วนใหญ่ที่เป็นกลุ่มอายุมากจะชอบธรรมชาติ ส่วนกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาจะชอบท่องเที่ยวผจญภัย หรือกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์กับมหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษา เป็นต้น

6. รายได้ครัวเรือนต่อเดือน ตามทฤษฎีอุปสงค์ต่อรายได้ (Income demand) กล่าวว่า เมื่อบุคคลมีรายได้มากขึ้นจะใช้จ่ายมากขึ้นเพราะมีอำนาจซื้อมากขึ้น (Pindyck & Rubinfeld, 2005, pp. 110-113) อีกทั้งนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน (Perreault, Cannon & McCarthy, 2012, p. 99) ดังนั้น ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันจะมีการเรียนรู้ทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

7. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน เป็นลักษณะทางภูมิศาสตร์/ที่พำนักของนักท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (Perreault, Cannon & McCarthy, 2012, p. 99)

การท่องเที่ยวทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม และกิจกรรมการตลาดในแหล่งท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตัวอย่างรูปแบบการท่องเที่ยวทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม และกิจกรรมการตลาดวัดต่างๆ ดังนี้

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และรูปแบบต่างๆ ของการทำบุญ

ตัวอย่าง กิจกรรมประจำปีวัดพนัญเชิงวรวิหาร (วัดพนัญเชิงวรวิหาร, 2558)

(1) พิธีทำบุญตักบาตรวันขึ้นปีใหม่ รับพรหลวงพ่อโตและปฏิทินประจำปีได้จัดพิธีทำบุญตักบาตรวันขึ้นปีใหม่ ณ บริเวณหน้าพระวิหาร พระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่อโต)

(2) เทศกาลตรุษจีน นมัสการหลวงพ่อโต (ชำปอฮุดกง) ได้จัดพิธีพุทธาภิเษกวัตถุมงคลหลวงพ่อโต พร้อมทั้งได้จัดให้มีพิธีเปิดประตูพระวิหารหลวงพ่อโต ในเวลา 00.09 น. ต้อนรับเทศกาลตรุษจีน เป็นประจำทุกปี มีพระมหาเถระจำนวนกว่า 45 รูป เจริญชัยมงคลคาถา

วิหารพระพุทธไตรรัตนนายก

(3) พิธีทำบุญตักบาตร ฟังเทศน์และเวียนเทียนรอบพระ

(หลวงพ่อโต) เนื่องในวันมาฆบูชา ได้จัดพิธีทำบุญตักบาตรเนื่องในวันมาฆบูชา ภาคเช้ามีการแสดงพระธรรมเทศนาที่ศาลาการเปรียญ ภาคบ่ายมีการแสดงพระธรรมเทศนา 1 กัณฑ์ ภายในพระอุโบสถ และเวียนเทียนเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา รอบพระวิหารพระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่อโต)

(4) งานสมโภชพระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่อโต) ประจำปีมีการมอบทุนการศึกษาให้แก่นักเรียน นักศึกษา และพระภิกษุ-สามเณรที่สอบไล่ได้ประโยคบาลีสนามหลวง ภายในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(5) พิธีทำบุญเนื่องในเทศกาลสงกรานต์ สรงน้ำพระและเวียนแว่นฟ้ารอบองค์หลวงพ่อโตได้จัดพิธีทำบุญตักบาตร ภาคเช้า มีการแสดงพระธรรมเทศนาที่ศาลาการเปรียญ และมีการประกอบพิธีเวียนแว่นฟ้ารอบองค์หลวงพ่อโต มีการสรงน้ำพระภิกษุ-สามเณร มีการตั้งอัฐิทำบุญอุทิศบรรพชน ในวันที่ 14-15 เมษายน

(6) พิธีกวนข้าวทิพย์ (ข้าวมธุปายาส) ได้จัดพิธีกวนข้าวทิพย์ (ข้าวมธุปายาส) ประจำปี โดยจะจัดขึ้นในช่วงก่อนวันวิสาข บูชาของทุกปี

(7) พิธีทำบุญตักบาตร ฟังเทศน์และเวียนเทียนรอบพระวิหารพระพุทธไตรรัตนนายก เนื่องในวันวิสาขบูชา ได้จัดพิธีทำบุญ

ตักบาตรเนื่องในวันวิสาขบูชา ภาคเช้ามีการแสดงพระธรรมเทศนาที่ศาลาการเปรียญ ภาคบ่ายมีการแสดงพระธรรมเทศนา 1 กัณฑ์ ภายในพระอุโบสถ และเวียนเทียนเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา รอบพระวิหารพระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่อโต)

(8) พิธีทำบุญตักบาตร ฟังเทศน์และเวียนเทียนรอบพระวิหารพระพุทธไตรรัตนนายก เนื่องในวันอาสาฬหบูชาได้จัดพิธีทำบุญตักบาตรเนื่องในวันอาสาฬหบูชา ภาคเช้ามีการแสดงพระธรรมเทศนาที่ศาลาการเปรียญ ภาคบ่ายมีการแสดงพระธรรมเทศนา 1 กัณฑ์ ภายในพระอุโบสถ และเวียนเทียนเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา รอบพระวิหารพระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่อโต)

(9) พิธีทำบุญตักบาตร และฟังเทศน์ เนื่องในวันเข้าพรรษาได้จัดพิธีทำบุญตักบาตรเนื่องในวันวันเข้าพรรษา ที่ศาลาการเปรียญ เวลา 8.00 น. มีการแสดงพระธรรมเทศนาที่ศาลาการเปรียญ

(10) พิธีทำบุญตักบาตรวันเฉลิมพระชนพรรษา 12 สิงหาคม ได้จัดพิธีทำบุญตักบาตรข้าวสารอาหารแห้ง เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล เนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษา 12 สิงหามหาราชินี

(11) งานประเพณีทิ้งกระจาด ได้จัดงานประเพณีทิ้งกระจาดประจำปี มีกำหนด การจัดงาน 3 วัน 3 คืน ในวันสุดท้ายของงาน มีการแจกทานข้าวสารอาหารแห้ง แก่ผู้มาร่วมรอรับทาน

(12) การมอบข้าวสารอาหารแห้ง แก่โรงเรียนและสถานศึกษาต่างๆ ได้จัดพิธีมอบข้าวสารสมบทโครงการอาหารกลางวันให้แก่โรงเรียน สถานศึกษา และถวายวัดต่างๆ ในงานประเพณีทิ้งกระจาดของทุกปี

(13) งานเทศกาลกินเจ ได้จัดตั้งโรงทานอาหารเจ ให้แก่ประชาชนที่เดินทางมากราบไหว้ พระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่อโต) ตลอดงานเทศกาลกินเจ

(14) พิธีทำบุญตักบาตร และฟังเทศน์ เนื่องในวันออกพรรษา ได้จัดพิธีทำบุญตักบาตรเนื่องในวันออกพรรษา มีพิธีตักบาตรเทโวโรหณ เวลา 08.00 น. มีการแสดงพระธรรมเทศนาที่ศาลาการเปรียญ

(15) พิธีทำบุญวันเจ้าแม่สร้อยดอกหมาก และพิธีลอยกระทง ได้จัดงานทำบุญอนุสรณ์เจ้าแม่สร้อยดอกหมาก กลางคืนมีการประกอบพิธีลอยกระทง

(16) พิธีเจริญพระพุทธมนต์ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ได้จัดพิธีเจริญพระพุทธมนต์ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ เข้ากราบนมัสการพระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่อโต) เพื่อขอพรเนื่องในวันขึ้นปีใหม่

(17) สินค้าช้อปปิ้ง/อาหาร/เครื่องดื่ม/บริการเล่นเกมส์ต่างๆ ประเภทอาหารมีหลากหลายชนิดทั้งอาหารสมัยใหม่ และอาหาร/ขนมโบราณที่นิยมออกจำหน่ายในงานวัด เช่น ผัดไทย หอยทอด ขนมจีนน้ำยา ก๋วยเตี๋ยว หรือขนมเบื้องญวณ และอื่นๆ

2. กิจกรรมสร้างสรรค์ใหม่ ได้แก่ การแข่งขันชกมวยไทย การแสดงแม่ไม้มวยไทย การแข่งขันชกมวยทะเล ชกมวยปิดตา ใบตองแห้ง สาวน้อยตกน้ำ ลำวงย้อนยุค การสอนเต้นระบำพื้นเมือง มวยไทย การปรุงอาหารไทย ศิลปะหัตกรรมพื้นบ้าน

การชกมวยทะเล
ที่มา : หนังสือพิมพ์บ้านเมือง (2558)

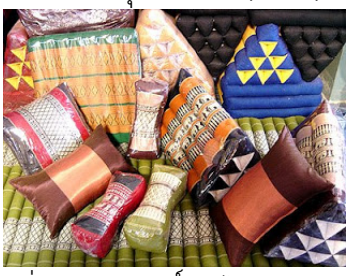
การชกมวยปิดตาเหยียบใบตองแห้ง
ที่มา : ผู้จัดการออนไลน์ (2558)

รำวงย้อนยุค
ที่มา : กระปุกทราเวล (2556)

ประเภทสินค้าช้อปปิ้งที่วางขายในงานวัด ได้แก่ อาหาร สินค้าราคาถูก เสื้อผ้า สินค้า โอท็อป ฯลฯ

ที่มา : สนุกทราเวล (2560)

ที่มา : สนุกทราเวล (2560)



ที่มา : จารุกิตติ์ นรไชย (2556)

ที่มา : ไทยท็อปปิคมีเดีย (2556)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า (1) นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (2) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยว 2-5 คน โดยมาท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 2-4 ครั้ง เดินทางมาท่องเที่ยววันเดียว และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง ต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนเรื่องแหล่งข่าวสารการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิดหรือคนรู้จัก (3) ปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมาก ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึกด้านการบริการ ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด (4) ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจ ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกัน (5) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว จำแนกผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการมา

ท่องเที่ยวต่อครั้ง และแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัยการบริการของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน

สมสกุล จะศิลป์ และคณะ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบร้านค้าและของที่ระลึกเพื่อการพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา : กรณีศึกษาเปรียบเทียบเมืองเก่าพระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย และเมืองเก่าโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพและร้านค้า กลุ่มตัวอย่างขนาดพื้นที่กว้างของทางเท้า ควรจัดเป็นถนนคนเดิน ควรกำหนดเส้นทางเดินให้ผ่านกิจกรรมและสถานที่สำคัญ กำหนดทิศทางการเข้าออกของเส้นทางสัญจร กำหนดชนิดและความเร็วของพาหนะเพื่อเข้าสู่พื้นที่ในแต่ละจุด ควรเน้นการสัญจรโดยการเดินและพาหนะที่จัดให้ เช่น รถราง กำหนดเส้นทางสัญจรที่ไม่วกวนและสับสนและมีความต่อเนื่องกัน เรื่องการจัดระเบียบร้านค้า ควรจัดร้านค้าให้สอดคล้องกับเส้นทางเดิน และควรโยกย้ายร้านค้าในส่วนที่กระทบมุมมองของโบราณสถาน จัดกลุ่มร้านค้าให้เหมาะสมกับสถานที่ตั้ง มีการกระจายร้านค้าไม่ให้กระจุกตัวเป็นกลุ่มใหญ่ และควรมีตำแหน่งที่ใกล้จุดจอดรถ รูปแบบร้านค้าควรมีรูปแบบไทยโบราณ รองลงมาได้แก่ ไทยร่วมสมัย โดยความสูงของร้านค้าอยู่ระหว่าง 1-3 ชั้น หรือไม่เกินยอดประสาท สำหรับในพื้นที่ด้านในส่วนอนุรักษ์ร้านค้าควรมีความสูง 1 ชั้น วัสดุก่อสร้างร้านค้า กราฟิก ลวดลาย ควรเลือกใช้อย่างกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมมากที่สุด สายไฟฟ้าและสายโทรศัพท์ ควรนำลงใต้ดิน หรือนำลงใต้ดินในจุดที่มีความจำเป็นและกระทบมุมมอง และควรสร้างความร่มรื่นให้กับพื้นที่โดยการปลูกต้นไม้เพิ่มขึ้น และอาจจัดให้มีทางเดินที่มีหลังคาคลุมในบางจุด

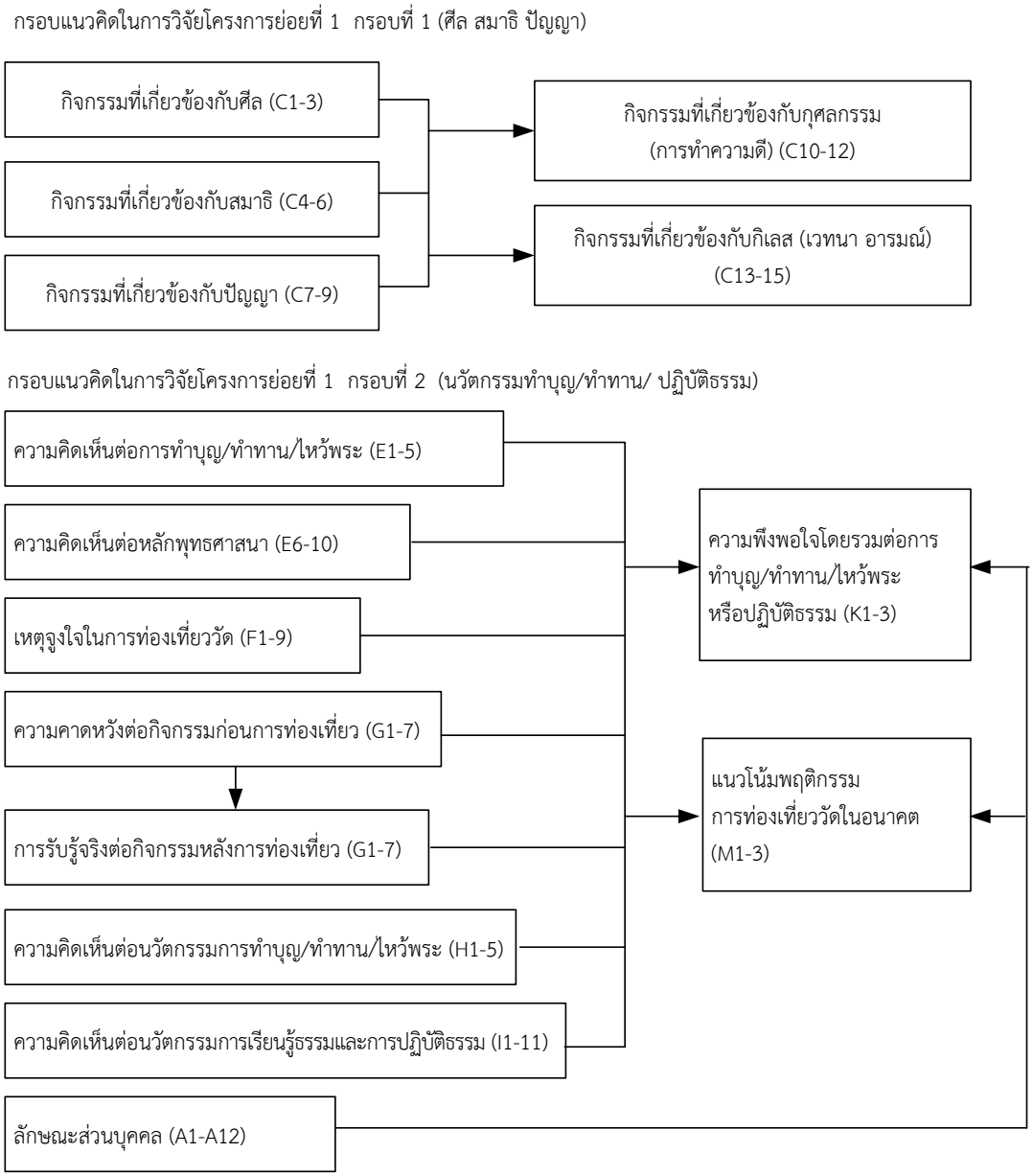
2. ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่าหมวดรูปแบบที่ได้รับความพอใจ/นิยมสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ หมวดขนมและอาหาร หมวดรูปแบบจากสัตว์สัญลักษณ์และหมวดรูปแบบจากสถาปัตยกรรมและยวดยาน สไตล์ของผลิตภัณฑ์ฯที่ได้รับความพอใจ/นิยมสูงสุดได้แก่ สไตล์ไทยประเพณี สไตล์ไทยพื้นบ้าน ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจและการเลือกผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ ความสวยงาม สีสันและวัสดุ ความมีเอกลักษณ์ไทย ประโยชน์ใช้สอย รูปร่างแบบแปลกใหม่ ราคาที่เหมาะสม ความละเอียดประณีตของผลิตภัณฑ์ และขนาด-น้ำหนักของผลิตภัณฑ์

สำหรับแนวทางการออกแบบร้านและของที่ระลึกฯ สามารถแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆดังนี้ (1) การจัดโซนพื้นที่ที่ทำการศึกษา จะเป็นพื้นสองฝั่งที่เริ่มตั้งแต่จุดตัดของถนน ศรีสรรเพชรญ์กับถนนป่าโทน มาตามแนวถนนนเรศวรจนถึงจุดตัดกับถนนชีกุน ซึ่งเป็นเส้นทางพระราชดำเนินในอดีต กำหนดให้เป็นพื้นที่ส่วนในที่ใช้การสัญจรด้วยการเดินเท้าและทางรถรางเป็นหลัก และพื้นที่บริเวณสองฝั่งถนนชีกุนบริเวณ หน้าวัดมหาธาตุ และวัดราชบูรณะ เป็นพื้นที่ส่วนนอกที่กำหนดให้เข้าถึงด้วยพาหนะอื่นที่ควบคุมความเร็ว เช่น รถส่วนบุคคล รถประจำทาง ฯลฯ (2) การจัดร้านค้ามีแนวคิดการจัดร้านค้าเป็นย่านการค้าเฉพาะที่มีลักษณะความแตกต่างและสอดคล้องตามทำเลที่ตั้งย่านร้านค้าจะเกาะไปตามแนวเส้นทางสัญจรหลักและจุดจอดรถ/สถานีรถราง (3) รูปแบบร้านค้าจะเน้นรูปแบบตามสถาปัตยกรรมไทยที่สอดคล้องกับทำเลที่ตั้ง เช่น เรือนไทย ศาลาไทย แพริมน้ำ เรือขายของ อาคารพาณิชย์ ฯลฯ โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมโดยรวม (4) รูปแบบร้านค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ กำหนดจากรูปแบบของสถาปัตยกรรม

ร้านค้าที่แตกต่างในแต่ละที่ตั้ง เสริมด้วยเทคนิคการตกแต่งหน้าร้าน การออกแบบและใช้บรรจุภัณฑ์ การใช้กราฟิก การสร้างสัญลักษณ์และป้ายร้านค้า รวมถึงการออกแบบและนำผลิตภัณฑ์ที่เลือกสรรมาและเชื่อมโยงกับพื้นที่มาจัดจำหน่าย (5) เอกลักษณ์ของย่านการค้า จากทำเลที่ตั้งและการกำหนดให้มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะที่แตกต่างกันในแต่ละย่าน กำหนดให้มีกิจกรรมและการแสดงทางวัฒนธรรมเพื่อเสริมบรรยากาศในแต่ละย่านเป็นการเฉพาะ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมะเชิงแสวงบุญและการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย จะดำเนินการศึกษาตามกรอบแนวคิด ตามที่ระบุในภาพที่ 2.23 โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 2.23 กรอบแนวคิดในการวิจัย