

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
บทสรุปผู้บริหาร	ช
สารบัญ	พ
สารบัญตาราง	ม
สารบัญภาพ	ว
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
กลยุทธ์การสร้างสรรคนวัตกรรม	10
กลยุทธ์	10
กลยุทธ์นวัตกรรม	10
การสร้างสรรคและนวัตกรรม	11
การสร้างมูลค่าเพิ่ม	14
ความเกี่ยวข้องกันระหว่างมูลค่าเพิ่ม การสร้างสรรค และนวัตกรรม	15
การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	15
การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสวงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรม	16
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	21
การนำหลักธรรมและวิธีสอนของพระพุทธเจ้ามาประยุกต์ใช้ในการเผยแผ่	
การตลาดการท่องเที่ยว เพื่อจัดการเรียนรู้อุทธรมะในพุทธศาสนานั้น	29
การบูรณาการการตลาดดิจิทัลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้การท่องเที่ยว	
เชิงธรรมะและเชิงแสวงบุญ	33
คุณค่าตราสินค้า	35
การรู้จักตราแหล่งท่องเที่ยว	35

	ความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำ ความตั้งใจบอกต่อ	37
	กระบวนการยอมรับสินค้าของผู้บริโภค	39
	การวัดผล/ประเมินผลกิจกรรม	41
	ธรรมและหลักพุทธศาสนา	43
	หลักพระพุทธศาสนา	44
	หลักพุทธศาสนาและธรรม และหลักการบูรณาการเพื่อการเรียนรู้ และปฏิบัติธรรมร่วมกับการท่องเที่ยวตามหลักพระพุทธศาสนา	48
	นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมตามหลักพุทธศาสนา เสริมเข้าไปในการท่องเที่ยวในวัด	53
	ทฤษฎีการเรียนรู้และการเรียนรู้พุทธศาสนาโดยใช้หลัก ศีล สมาธิ ปัญญา	54
	แหล่งท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	60
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	63
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	72
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	
	ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	77
	เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	79
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	84
	การวิเคราะห์ข้อมูล	85
บทที่ 4	ผลการวิจัย	
	การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา	87
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	136
		หน้า
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
	สรุปผลการวิจัย	157
	อภิปรายผล	165
	ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้	170
	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	180
บรรณานุกรม		
	บรรณานุกรมภาษาไทย	181
	บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	186

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	191
ภาคผนวก ข ภาพกิจกรรมการทำงาน	208
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ให้ข้อมูล	213
ภาคผนวก ง วิธีการสร้างสื่อดิจิทัล	216

ประวัติผู้วิจัย

225

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	ระดับคะแนน และการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรม การละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต	80
3.2	ระดับคะแนน และการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรม การทำความดี และความตั้งใจประพฤติปฏิบัติการทำความดีในอนาคต	81
3.3	ระดับคะแนน และการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรม ในอดีตการแผ่เมตตาให้กับสรรพสัตว์ต่าง ๆ หรือไม่ และในอนาคตตั้งใจที่จะยึดมั่น ในการแผ่เมตตา	81
3.4	ระดับคะแนน และการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ยของ ความรู้ความเข้าใจเพลงธรรม	82
3.5	ระดับคะแนน และการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรม การรักษาศีล 6 ในอดีตที่ท่านทำไม่ได้เลย	82

3.6	แสดงค่าความเชื่อมั่น	83
3.7	แสดงระดับความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ แนวโน้มพฤติกรรม ข้อมูลจากการใช้แผนที่ประกอบความจริงเสริม	84
3.8	แสดงค่าความเชื่อมั่นหนังสือ รู้ตัวทั่วพร้อม การปฏิบัติธรรมที่ทำได้ในชีวิตประจำวัน หนังสือ คติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน แผนที่ประกอบความจริงเสริม และหนังสือประกอบความจริงเสริม	84
4.1	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวน	87
4.2	ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ	89
4.3	แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มเพลงธรรมเคยทำบุญทำ/ทำทาน/ไหว้พระ	90
4.4	แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วเคยทำบุญทำ/ทำทาน/ไหว้พระ	91
4.5	แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มสื่อดิจิทัล	92
4.6	แสดงประสบการณ์ในการปฏิบัติธรรม	92
4.7	แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มเพลงธรรมเคยปฏิบัติธรรม	93
4.8	แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วเคยปฏิบัติธรรม	94
4.9	แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มสื่อดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์	94
ตารางที่		หน้า
4.10	แสดงพฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต (โพธิ์เงิน)	95
4.11	แสดงความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน)	96
4.12	แสดงพฤติกรรมการทำความดีในอดีต (โพธิ์ทอง)	98
4.13	แสดงพฤติกรรมความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง)	99
4.14	แสดงพฤติกรรมในอดีตการแผ่เมตตาให้กับสรรพสัตว์ต่าง ๆ (โพธิ์แก้ว)	101
4.15	แสดงในอนาคตตั้งใจที่จะยึดมั่นในการแผ่เมตตา (โพธิ์ทอง)	102
4.16	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) ประกอบด้วย ด้านกายกรรม วิถีกรรม มโนกรรม มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคตการกระทำความดี (โพธิ์ทอง)	103
4.17	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญทำทาน การฝึกสติ มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว)	105
4.18	แสดงความรู้ความเข้าใจเพลงธรรม	106
4.19	แสดงความพึงพอใจเพลงธรรมบทสวด	106
4.20	แสดงการยอมรับเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติในอนาคต	107
4.21	แสดงพฤติกรรมการรักษาศีล 5 ของท่านในอดีตที่ท่านทำไม่ได้เลยหรือทำได้น้อย	107
4.22	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ในเพลงธรรม/บทสวด	109

4.23	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด มีผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติ	110
4.24	ความรู้ความเข้าใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ	111
4.25	ความพึงพอใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ	111
4.26	แนวโน้มพฤติกรรมหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ	112
4.27	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของ หนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ	113
4.28	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 ความพึงพอใจต่อหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการนำไปปฏิบัติ	114
4.29	ความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน	114
ตารางที่		หน้า
4.30	ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน	115
4.31	แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน	115
4.32	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจ ของหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน	116
4.33	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำ การปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ	117
4.34	ความรู้ความเข้าใจต่อแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality)	118
4.35	ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์	119
4.36	ความพึงพอใจต่อข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์	120
4.37	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์	121
4.38	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 9 ความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม	122
4.39	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 10 ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม	123
4.40	ความรู้ความเข้าใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)	124
4.41	ข้อมูลจากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)	125
4.42	ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)	126
4.43	แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)	126
4.44	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 11 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อ	

	ความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)	128
4.45	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 12 ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์	129
4.46	ความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)	130
4.47	การประเมินหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงธรรม	130
ตารางที่		หน้า
4.48	ความพึงพอใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)	132
4.49	แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)	132
4.50	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 13 ความรู้ความเข้าใจมีผลต่อความพึงพอใจหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)	133
4.51	การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 14 ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)	135
4.52	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอริยะสัจ 4 และกระบวนการจูงใจ	146
5.1	แสดงความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ การยอมรับเพลงธรรม/บทสวด ในการนำไปปฏิบัติในอนาคตการใช้ธรรมด้วยเสียงเพลง	158

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	ภาพรวมของงานวิจัยบูรณาการ	11
2.2	ความสัมพันธ์กันของความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กัน	12
2.3	แสดงถึงการที่ธุรกิจจะต้องมุ่งสร้างให้เกิดทั้งความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	13
2.4	แสดงขั้นตอนในการปฏิบัติตามความคิดสร้างสรรค์	13
2.5	แสดงการเกิดมูลค่าเพิ่ม	14
2.6	แสดงการสื่อสารดิจิทัล	23
2.7	แสดงการตลาดออนไลน์	24
2.8	แสดงเครือข่ายสังคมออนไลน์	24
2.9	แสดงการสร้างคุณค่าร่วมกันสำหรับกลุ่มปฏิบัติธรรม	27
2.10	แสดงการพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลขั้นพื้นฐาน	33
2.11	แสดงกลยุทธ์การตลาดนวัตกรรมดิจิทัล	34
2.12	โมเดลส่งเสริมให้เกิดกระบวนการยอมรับ	39
2.13	แสดงกระบวนการตัดสินใจยอมรับ	40
2.14	แสดงวิธีการที่ได้รับการป้อนกลับตามลำดับขั้นตอนการตอบสนอง	41
2.15	แสดงองค์ประกอบของปัญญา ศิล สมาธิ	45
2.16	แสดงหลักพระพุทธศาสนา	49
2.17	แสดงการประยุกต์ใช้โมเดลของกระบวนการนวัตกรรม	53
2.18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอริยสัจ 4 และกระบวนการแก้ปัญหา	53
2.19	แสดงขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภค	54
2.20	แสดงถึงโมเดลสิ่งกระตุ้น (ผ่านการรับรู้) ทำให้เกิดการตอบสนอง	55
2.21	แสดงโมเดลการตัดสินใจของผู้บริโภค ร่วมกับโมเดลสิ่งกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง	56
2.22	แสดงโมเดลของกระบวนการตอบสนอง	58
2.23	แสดงลำดับขั้นตอนของผลกระทบ 3 ประการ	69