

บทที่ 4 ผลการวิจัย

แผนงานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสร้างสรรคณ์วัตรกรรมมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวเชิงธรรม
เชิงแสงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมจากการปฏิบัติการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในแหล่ง
ท่องเที่ยววัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” คณะผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล
ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

(1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถาม โดยงานวิจัย
แบ่งเป็นส่วนๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 โครงการไบโพธิ์แห่งความดี “โพธิ์เงิน โพธิ์ทอง และโพธิ์แก้ว” : ช่วยให้ตัด ตีให้
ต่อ ทำจิตใจให้ผ่องใส ซึ่งเป็นการใช้หลักศีล สมาธิ ปัญญา เพื่อเป็นการปฏิบัติธรรมในชีวิตประจำวัน”
วิเคราะห์เชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ส่วนที่ 3 การสอนธรรมด้วยเสียงเพลง วิเคราะห์เชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ส่วนที่ 4 การเรียนรู้ธรรมโดยใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ
(Cognitive) ความรู้สึก (Affective) แนวโน้มพฤติกรรม (Behavior trend) ดังนี้

4.1 หนังสือรู้ตัวทั่วพร้อม : การปฏิบัติธรรมที่ทำได้ในชีวิตประจำวัน

4.2 หนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

4.3 แผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality) ; แผนที่วัดมเหยงคณ์

4.4 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

4.5 หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

(2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและ/หรือสัมภาษณ์กลุ่ม
เฉพาะจาก ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ 2) เจ้าอาวาส/ผู้แทน 3) มัคทายก/
มัคทายิกา/ชุมชน/ผู้ปฏิบัติธรรมเป็นประจำ พระอาจารย์ที่มีชื่อเสียงในการเผยแพรธรรมของวัดใน
จังหวัดอื่นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงธรรม เชิงแสงบุญ และการตลาดเชิงกิจกรรมในแหล่ง
ท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว/ผู้ปฏิบัติธรรม โดยการวิเคราะห์
ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	โพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้ว		เพลงธรรม		สื่อดิจิทัลและ สื่อสิ่งพิมพ์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ						
- ชาย	61	30.50	39	41.10	70	25.50
- หญิง	139	69.50	56	58.90	205	74.50
รวม	200	100.00	95	100.00	275	100.00
2. อายุ						
- ต่ำกว่า 25 ปี	54	27.00	90	94.70	70	25.50
- 25-34 ปี	73	36.50	3	3.20	100	36.40
- 35-44 ปี	44	20.00	-	-	63	22.90
- 45-54 ปี	15	7.50	1	1.10	27	9.80
- 55-64 ปี	11	5.50	-	-	9	3.30
- 65 ปีขึ้นไป	3	1.50	1	1.10	6	2.20
รวม	200	100.00	95	100.00	275	100.00
3. สถานภาพ						
- โสด	104	52.00	92	96.80	179	65.10
- สมรส/อยู่ด้วยกัน	87	43.50	2	2.10	84	30.50
- ม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	9	4.50	1	1.10	12	4.40
รวม	200	100.00	95	100.00	275	100.00
4. ระดับการศึกษา						
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	101	50.50	66	69.50	112	40.70
- ปริญญาตรี	83	41.50	27	28.40	133	48.40
- สูงกว่าปริญญาตรี	16	8.00	2	2.10	30	10.90
รวม	200	100.00	95	100.00	275	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	โพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้ว		เพลงธรรม		สื่อดิจิทัลและ สื่อสิ่งพิมพ์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ						

- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	22	11.00	3	3.20	35	12.70
- พนักงานบริษัทเอกชน	74	37.00	2	2.10	196	49.50
- ธุรกิจส่วนตัว	34	17.00	-	-	37	13.50
- นักเรียน/นักศึกษา	42	21.00	88	92.60	43	15.60
- เกษตรกร	4	2.00	-	-	3	1.10
- อื่นๆ เช่น เกษียณ ลูกจ้างของรัฐ บรรณาธิการ ข้าราชการบำนาญ รับจ้าง ทั่วไป เป็นต้น	24	12.00	2	2.1	21	7.60
รวม	200	100.00	95	100.00	275	100.00
6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน						
- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	58	29.00	82	86.30	47	17.10
- 10,001 - 20,000 บาท	81	40.50	8	8.40	115	41.80
- 20,001 - 30,000 บาท	32	16.00	1	1.10	65	23.60
- 30,001 - 40,000 บาท	11	5.50	2	2.10	20	7.30
- 40,001 - 50,000 บาท	7	3.50	-	-	8	2.90
- 50,001 บาทขึ้นไป	11	5.50	2	2.10	20	7.30
รวม	200	100.00	95	100.00	275	100.00
7. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน						
- กรุงเทพมหานคร	60	30.00	1	1.10	98	35.60
- ปริมณฑล (นนทบุรี ปทุมธานี)	42	21.00	-	-	47	17.10
- พระนครศรีอยุธยา	48	24.00	90	94.70	73	26.50
- อื่นๆ เช่น สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง ชลบุรี ลพบุรี นครปฐม สระบุรี เป็นต้น	50	25.00	1	1.10	57	20.70
รวม	200	100.00	95	100.00	275	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้ว เป็นเพศหญิงจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 และเพศชายจำนวน 61 คิดเป็นร้อยละ 30.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27 สถานภาพโสดมากที่สุดจำนวน 104 คนคิดเป็นร้อยละ 52 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด 101 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท จำนวน 81 คน

คิดเป็นร้อยละ 40.50 ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน อื่นๆ ได้แก่ สิ่งบุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง เป็นต้นมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25

นักท่องเที่ยวกลุ่มเพลงธรรม เป็นเพศหญิงจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 และเพศชาย จำนวน 39 คิดเป็นร้อยละ 41.10 มีอายุต่ำกว่า 25 ปีมากที่สุดจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 94.70 สถานภาพโสดมากที่สุดจำนวน 92 คนคิดเป็นร้อยละ 96.8 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด 66 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 อาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 92.6 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน อยู่ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 94.70

นักท่องเที่ยวกลุ่มสื่อดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นเพศหญิงจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 และเพศชายจำนวน 70 คิดเป็นร้อยละ 25.50 มีอายุระหว่าง 25-34 ปีมากที่สุดจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 สถานภาพโสดมากที่สุดจำนวน 179 คนคิดเป็นร้อยละ 65.10 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด 133 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รายได้ส่วนตัวต่อ 10,001 - 20,000 มากที่สุด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน อยู่ที่กรุงเทพมหานครมากที่สุดจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60

ตารางที่ 4.2 ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ

ประสบการณ์ในการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ	โพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้ว		เพลงธรรม		สื่อดิจิทัลและ สื่อสิ่งพิมพ์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	-	-	-	-	15	5.50
เคยทำบุญ ทำทาน ไหว้พระ มาแล้ว	200	100.00	95	100.00	260	94.5
รวม	200	100.00	95	100.00	275	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเพลงธรรมที่เคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 100 และไม่เคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วที่เคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และไม่เคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระจำนวน 0 คน

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มเพลงธรรมเคยทำบุญทำ/ทำทาน/ไหว้พระ

ประสบการณ์ในการทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ	ประสบการณ์ในการทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
---	-------	--------	---	-------	--------

1	4	4.2	20	13	13.7
2	1	1.1	22	2	2.1
3	5	5.3	24	12	12.6
4	4	4.2	27	8	8.4
5	2	2.1	30	1	1.1
7	5	5.3	40	1	1.1
8	2	2.1	48	1	1.1
9	1	1.1	50	1	3.2
10	12	12.6	54	1	1.1
11	2	2.1	60	1	1.1
12	1	1.1	75	1	1.1
14	1	1.1	100	1	1.1
15	4	4.4	360	1	1.1
17	1	1.1			
รวม	45		รวม	44	
95					

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มเพลงธรรมเคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาแล้วสูงสุด 20 ครั้งต่อปี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 และเคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาแล้วต่ำสุด 1 ครั้งต่อปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วเคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ

ประสบการณ์ในการ ทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ	ประสบการณ์ในการ ทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
1	2	1.0	24	6	3.0
2	6	3.0	25	1	.5
3	7	3.5	27	1	.5
4	9	4.5	30	10	5.0
5	14	7.0	34	1	.5
6	3	1.5	40	4	2.0
7	5	2.5	50	5	2.5

8	1	.5	60	1	.5
9	3	1.5	80	1	.5
10	36	1.5	100	6	3.0
12	9	4.5	200	1	.5
14	1	.5	250	2	1.0
15	12	6.0	300	1	.5
20	21	10.5	309	2	1.0
23	1	.5	365	4	2.0
รวม	103		รวม	46	

149

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วเคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาแล้วสูงสุด 10 ครั้งต่อปี มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และเคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาแล้วต่ำสุดจำนวน 8, 14, 23, 25, 27, 34, 60, 80, 200, 300 ครั้งต่อปี มีจำนวนครั้งละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มสื่อดิจิทัล

ประสบการณ์ในการ ทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ	ประสบการณ์ในการ ทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
1	2	.70	15	3	1.10
2	8	2.90	20	17	6.20
3	6	2.20	24	1	.40
4	5	1.80	25	1	.40
5	10	3.60	28	1	.40
6	2	.70	30	6	2.20
7	2	.70	36	2	.70
8	1	.40	50	5	1.80
10	26	9.50	90	1	.40
11	1	.40	100	7	2.50
12	8	2.90	200	2	.70
รวม	71		รวม	46	

117

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มสื่อดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์ เคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาแล้วสูงสุด 10 ครั้งต่อปี มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และเคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาแล้วต่ำสุดจำนวน 8, 11, 24, 25, 28, 90 ครั้งต่อปี มีจำนวนครั้งละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.40

ตารางที่ 4.6 แสดงประสบการณ์ในการปฏิบัติธรรม

ประสบการณ์ในการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ	โพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้ว		เพลงธรรม		สื่อดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	79	39.5	17	17.90	85	30.90
เคยปฏิบัติธรรมมาแล้ว	121	60.50	78	82.10	190	69.10
รวม	200	100.00	95	100.00	275	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มเพลงธรรมเคยปฏิบัติธรรมมาจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 82.10 และไม่เคยเคยปฏิบัติธรรมจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.90

นักท่องเที่ยวในกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วเคยปฏิบัติธรรมมาจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 และไม่เคยเคยปฏิบัติธรรมจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มเพลงธรรมเคยปฏิบัติธรรม

ประสบการณ์ในการทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ	ประสบการณ์ในการทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
1	4	4.2	13	1	1.1
2	15	15.8	16	1	1.1
3	8	8.4	17	1	1.1
4	1	1.1	20	2	2.1
5	6	6.3	21	4	4.2
6	1	1.1	24	6	6.3
7	7	7.4	25	2	2.1
9	1	1.1	30	4	4.2
10	1	1.1	36	1	1.1
11	1	1.1	75	1	1.1
12	2	2.1			
รวม	47		รวม	23	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มเพลงธรรมเคยปฏิบัติธรรมมาแล้วสูงสุด 2 ครั้งต่อปี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 และเคยปฏิบัติธรรมมาแล้วต่ำสุด 4, 6, 9, 10, 11, 13, 16, 17, 36, 75 ครั้งต่อปี มีจำนวนครั้งละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วเคยปฏิบัติธรรม

ประสบการณ์ในการ ทำบุญทำทาน มาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ	ประสบการณ์ในการ ทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
1	25	12.5	10	7	3.5
2	30	15.0	12	1	.5
3	19	9.5	15	1	.5
4	6	3.0	20	1	.5
5	13	6.5	50	2	1.0
7	2	1.0	100	1	.5
8	2	1.0			
รวม	97		รวม	13	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วเคยปฏิบัติธรรมมาแล้ว สูงสุด จำนวน 2 ครั้งต่อปี มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และเคยปฏิบัติธรรมมาแล้วต่ำสุด จำนวน 12, 15, 20, 100 ครั้งต่อปี มีจำนวนครั้งละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนครั้งของกลุ่มสื่อดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์

ประสบการณ์ในการ ทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ	ประสบการณ์ในการ ทำบุญทำทานมาแล้ว (จำนวนครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
1	34	12.40	12	2	.70

2	16	5.80	13	1	.40
3	13	4.70	14	1	.40
4	3	1.10	18	1	.40
5	3	1.10	20	3	1.10
6	5	1.80	24	1	.40
7	2	.70	30	1	.40
8	1	.40	300	1	.40
10	5	1.80			
รวม	82		รวม	11	

94

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มสื่อดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์ เคยปฏิบัติธรรมมาแล้วสูงสุด จำนวน 1 ครั้งต่อปี มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40 และเคยปฏิบัติธรรมมาแล้วต่ำสุดจำนวน 8, 13, 14, 24, 30, 300 ครั้งต่อปี มีจำนวนครั้งละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.40

ส่วนที่ 2 โครงการใบโพธิ์แห่งความดี “โพธิ์เงิน โพธิ์ทอง และโพธิ์แก้ว” : ชั่วให้ตัด ดีให้ต่อ ทำจิตใจให้ผ่องใส ซึ่งเป็นการใช้หลักศีล สมาธิ ปัญญา เพื่อเป็นการปฏิบัติธรรมในชีวิตประจำวัน”

ตารางที่ 4.10 แสดงพฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต (โพธิ์เงิน)

พฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต (โพธิ์เงิน)	\bar{X}	S.D.	แปลผล/พฤติกรรมการ ละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต
กายกรรม			
1. การละเว้นฆ่าสัตว์	3.73	1.02	มาก/3
2. การละเว้นลักทรัพย์	4.86	.39	มากที่สุด/1
3. การละเว้นการประพฤตินอกใจในกาม	4.68	.69	มากที่สุด/1
4. การละเว้นดื่มเครื่องดองของเมา	3.99	1.06	มาก/2
รวม	4.31	.05	มากที่สุด
วจีกรรม			
1. การละเว้นพูดเท็จ	3.53	1.07	มาก/3
2. การละเว้นพูดคำหยาบ	3.47	1.15	มาก/4

3. การละเว้นพูดส่อเสียด	3.64	1.12	มาก/2
4. การละเว้นพูดเพื่อเจ้อ	3.79	1.15	มาก/1
รวม	3.60	.93	มาก
มโนกรรม			
1. การลด-ละ-เลิกความโลภ	3.53	1.16	มาก/1
2. การลด-ละ-เลิกความโกรธ	3.44	1.17	มาก/3
3. การลด-ละ-เลิกความหลง	3.49	1.13	มาก/2
รวม	4.48	1.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต ด้านกายกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต ด้านกายกรรม อันดับแรก ได้แก่ การละเว้นฆ่าสัตว์และการละเว้นการประทุพติตในกามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.86, 4.86$) รองลงมาคือ การละเว้นดื่มเครื่องดองของเมาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) และการละเว้นฆ่าสัตว์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต ด้านวจีกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต ด้านวจีกรรม อันดับแรก ได้แก่ การละเว้นพูดเพื่อเจ้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมาคือ การละเว้นพูดส่อเสียดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) การละเว้นพูดเท็จอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) และการละเว้นพูดคำหยาบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต ด้านมโนกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต ด้านมโนกรรม อันดับแรก ได้แก่ การลด-ละ-เลิกความโลภอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) การลด-ละ-เลิกความหลงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) และการลด-ละ-เลิกความโกรธอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน)

ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน)	\bar{X}	S.D.	แปลผล/ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต
กายกรรม			
1. การละเว้นฆ่าสัตว์	4.48	.77	มากที่สุด/4
2. การละเว้นลักทรัพย์	4.89	.37	มากที่สุด/1
3. การละเว้นการประทุพติตในกาม	4.79	.64	มากที่สุด/2
4. การละเว้นดื่มเครื่องดองของเมา	4.57	.76	มากที่สุด/3

รวม	4.68	.45	มากที่สุด
วชิกรรม			
1. การละเว้นพูดเท็จ	4.47	.77	มากที่สุด/2
2. การละเว้นพูดคำหยาบ	4.36	.82	มากที่สุด/3
3. การละเว้นพูดส่อเสียด	4.48	.80	มากที่สุด/1
4. การละเว้นพูดเพื่อเจ้า	4.47	.89	มากที่สุด/2
รวม	4.44	.71	มากที่สุด

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน)	\bar{X}	S.D.	แปลผล/ความตั้งใจ ปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดี ในอนาคต
มโนกรรม : การใช้สติสัมปชัญญะ เพื่อลด-ละ- เลิก ความโลภ ความโกรธ ความหลง			
1. การลด-ละ-เลิกความโลภ	4.38	.93	มากที่สุด/1
2. การลด-ละ-เลิกความโกรธ	4.38	.88	มากที่สุด/1
3. การลด-ละ-เลิกความหลง	4.38	.94	มากที่สุด/1
รวม	4.37	.81	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต ด้านกายกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต ด้านกายกรรม อันดับแรก ได้แก่ การละเว้นลักทรัพย์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$) รองลงมาคือ การละเว้นการประทุพถิตินอกยามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$) การละเว้นดื่มเครื่องดื่มของเมาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) และการละเว้นฆ่าสัตว์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต ด้านวชิกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคตด้านวชิกรรม อันดับแรก ได้แก่ การละเว้นพูดส่อเสียดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาคือ การละเว้นพูดเท็จและการละเว้นพูดเพื่อเจ้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47, 4.47$) และการละเว้นพูดคำหยาบอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต ด้านมโนกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต ด้าน

มโนกรรมอันดับแรก ได้แก่ การลด-ละ-เลิกความโลภ การลด-ละ-เลิกความโกรธ และการลด-ละ-เลิกความหลงอยู่ในระดับที่สูงสุดมาก ($\bar{X} = 4.38, 4.38, 4.38$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงพฤติกรรมกรรมการทำความดีในอดีต (โพธิ์ทอง)

พฤติกรรมกรรมการทำความดีในอดีต (โพธิ์ทอง)	\bar{X}	S.D.	แปลผล/พฤติกรรม กรรมการทำความดีใน อดีต
การปฏิบัติธรรม			
1. การสวดมนต์	3.19	1.21	ปานกลาง/2
2. การรักษาศีล	3.43	1.08	มาก/1
3. ฟีกสมาธิ/ปฏิบัติธรรม	2.79	1.21	ปานกลาง/3
4. การเจริญภาวนา/วิปัสสนากรรมฐาน	2.63	1.24	ปานกลาง/5
5. การฟังธรรม/การศึกษารธรรม	2.80	1.21	ปานกลาง/4
รวม	2.96	.96	ปานกลาง
การทำบุญ/ทำทาน			
1. การบริจาคทาน	3.81	1.08	มาก/2
2. การอนุโมทนาบุญ/การเผื่อแผ่ส่วนบุญ	3.84	1.10	มาก/1
รวม	3.82	1.03	มาก
การฝึกสมาธิ			
1. การตั้งสติกำหนดกาย หมายถึง ความเกิดดับ กายล้วนไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และเป็นอนัตตา	3.03	1.21	ปานกลาง/3
2. การตั้งสติกำหนดเวทนา หมายถึง ไม่มองเวทนาด้วยความเป็นคน สัตว์ เรา เขา คือไม่มองว่าเรากำลังทุกข์ หรือเรากำลังสุข หรือเราเฉยๆ	3.10	1.16	ปานกลาง/2
3. การตั้งสติกำหนดพิจารณาจิต หมายถึง การนำจิตมาระลึกรู้เจตสิกหรือรู้จิตก็ได้ ไม่มองจิตด้วยความเป็นคน สัตว์ เรา เขา คือไม่มองว่าเรากำลังคิด เรากำลังโกรธ หรือเรากำลังเหม่อลอย	3.10	1.16	ปานกลาง/2
4. การตั้งสติพิจารณาธรรม หมายถึง รูปธรรมและนามธรรมล้วนมีความเกิดดับ ไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และเป็นอนัตตา	3.26	1.13	ปานกลาง/1
รวม	3.12	.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการทำงานที่ดีในอดีต ด้านการปฏิบัติธรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมการทำงานที่ดีในอดีต ด้านการปฏิบัติธรรม อันดับแรก ได้แก่ การรักษาศีลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$) รองลงมาคือ การสวดมนต์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$) ฝึกสมาธิ/ปฏิบัติธรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.79$) การฟังธรรม/การศึกษาระบบอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.80$) และการเจริญภาวนา/วิปัสสนากรรมฐานอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.63$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการทำงานที่ดีในอดีต ด้านการทำบุญ/ทำทานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมการทำงานที่ดีในอดีต ด้านการทำบุญ/ทำทานอันดับแรก ได้แก่ การอนุโมทนาบุญ/การแผ่ส่วนบุญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมาคือ การบริจาคทานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการทำงานที่ดีในอดีต ด้านการฝึกสมาธิโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมการทำงานที่ดีในอดีต ด้านการฝึกสมาธิ อันดับแรก ได้แก่ การตั้งสติพิจารณาธรรม หมายถึง รูปธรรมและนามธรรมล้วนมีความเกิดดับไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และเป็นอนัตตาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$) รองลงมาคือ การตั้งสติกำหนดเวทนา หมายถึง ไม่มองเวทนาด้วยความเป็นคน สัตว์ เรา เขา คือไม่มองว่าเรากำลังทุกข์ หรือเรากำลังสุข หรือเราเฉย ๆ และการตั้งสติกำหนดพิจารณาจิต หมายถึง การนำจิตมาระลึกรู้เจตสิกหรือรู้จิตก็ได้ ไม่มองจิตด้วยความเป็นคน สัตว์ เรา เขา คือไม่มองว่าเรากำลังคิด เรากำลังโกรธ หรือเรากำลังเหม่อลอย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10, 3.10$) และการตั้งสติกำหนดกาย หมายถึง ความเกิดดับ กายล้วนไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และเป็นอนัตตา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.03$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงพฤติกรรมความตั้งใจปฏิบัติการทำงานที่ดีในอนาคต (โพธิ์ทอง)

พฤติกรรมความตั้งใจปฏิบัติการทำงานที่ดีในอนาคต (โพธิ์ทอง)	\bar{X}	S.D.	แปลผล/ความตั้งใจประพฤติปฏิบัติการทำงานที่ดี
การปฏิบัติธรรม			
1. การสวดมนต์	4.16	1.01	มาก/2
2. การรักษาศีล	4.34	.804	มากที่สุด/1
3. ฝึกสมาธิ/ปฏิบัติธรรม	3.97	1.06	มาก/4
4. การเจริญภาวนา/วิปัสสนากรรมฐาน	3.88	1.11	มาก/5
5. การฟังธรรม/การศึกษาระบบ	4.00	1.04	มาก/3
รวม	4.06	.86	มาก

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

พฤติกรรมความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง)	\bar{X}	S.D.	แปลผล/ความตั้งใจ ประพฤติปฏิบัติการ ทำความดี
การทำบุญ/ทำทาน			
6. การบริจาคทาน	4.50	.72	มากที่สุด/2
7. การอนุโมทนาบุญ/การเผื่อแผ่ส่วนบุญ	4.58	.67	มากที่สุด/1
รวม	4.54	.65	มากที่สุด
การฝึกสมาธิ			
1. การตั้งสติกำหนดกาย หมายถึง ความเกิดดับ กาย ล้วนไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และเป็นอนัตตา	3.99	1.00	มาก/4
2. การตั้งสติกำหนดเวทนา หมายถึง ไม่มองเวทนา ด้วยความเป็นคน สัตว์ เรา เขา คือไม่มองว่าเรากำลัง ทุกข์ หรือเรากำลังสุข หรือเราเฉย ๆ	4.03	.992	มาก/3
3. การตั้งสติกำหนดพิจารณาจิต หมายถึง การนำจิต มาระลึกรู้เจตสิกหรือรู้จิตก็ได้ ไม่มองจิตด้วยความ เป็นคน สัตว์ เรา เขา คือไม่มองว่าเรากำลังคิด เรากำลัง โกรธ หรือเรากำลังเหม่อลอย	4.04	.99	มาก/2
4. การตั้งสติพิจารณาธรรม หมายถึง รูปธรรมและ นามธรรมล้วนมีความเกิดดับ ไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และ เป็นอนัตตา	4.12	.93	มาก/1
รวม	4.04	.86	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจประพฤติปฏิบัติการทำความดีในอนาคต ด้านการปฏิบัติธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความตั้งใจประพฤติปฏิบัติการทำความดีในอนาคต ด้านการปฏิบัติธรรม อันดับแรก ได้แก่ การรักษาศีลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือ การสวดมนต์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) การฟังธรรม/ การศึกษาธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) ฝึกสมาธิ/ปฏิบัติธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) และการเจริญภาวนา/วิปัสสนากรรมฐานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจประพฤติปฏิบัติการทำความดีในอนาคต ด้านการทำบุญ/ทำทาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความตั้งใจประพฤติปฏิบัติการทำความดีในอนาคต อันดับแรก การอนุโมทนาบุญ/การเผื่อแผ่ส่วนบุญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) รองลงมาคือ การบริจาคทานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยังมีความตั้งใจประพฤติปฏิบัติการทำความดีในอนาคต ด้านการฝึกสมาธิโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความตั้งใจประพฤติการทำความดีในอนาคต ด้านการฝึกสมาธิ อันดับแรก ได้แก่ การตั้งสติพิจารณาธรรม หมายถึง รูปธรรมและนามธรรมล้วนมีความเกิดดับ ไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และเป็นอนัตตา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ การตั้งสติกำหนดพิจารณาจิต หมายถึง การนำจิตมาระลึกรู้เจตสิกหรือรู้จิตก็ได้ ไม่มองจิตด้วยความเป็นคน สัตว์ เรา เขา คือไม่มองว่าเรากำลังคิด เรากำลังโกรธ หรือเรากำลังเหม่อลอยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) การตั้งสติกำหนดเวทนา หมายถึง ไม่มองเวทนาด้วยความเป็นคน สัตว์ เรา เขา คือไม่มองว่าเรากำลังทุกข์ หรือเรากำลังสุข หรือเราเฉยๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) และการตั้งสติกำหนดกาย หมายถึง ความเกิดดับ กายล้วนไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และเป็นอนัตตาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงพฤติกรรมในอดีตการแผ่เมตตาให้กับสรรพสัตว์ต่างๆ (โพธิ์แก้ว)

พฤติกรรมในอดีตการแผ่เมตตาให้กับสรรพสัตว์ ต่างๆ (โพธิ์แก้ว)	\bar{X}	S.D.	แปลผล/พฤติกรรม การแผ่เมตตาใน อดีต
1. แผ่เมตตา (ความหวังดีต่อสรรพสัตว์)	3.57	1.10	มาก/3
2. มองโลกในแง่ดี	3.72	1.07	มาก/2
3. ความมุ่งมั่นที่จะทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	3.85	.98	มาก/1
4. การปล่อยวาง ไม่นำสิ่งที่ไม่ดีมายึดมั่นเป็นอารมณ์	3.41	1.09	มาก/4
รวม	3.63	.82	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวยังมีพฤติกรรมในอดีตว่าการแผ่เมตตาให้กับสรรพสัตว์ต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมในอดีตการแผ่เมตตาให้กับสรรพสัตว์ต่างๆ อันดับแรก ได้แก่ ความมุ่งมั่นที่จะทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาคือ มองโลกในแง่ดีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) แผ่เมตตา (ความหวังดีต่อสรรพสัตว์) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) และการปล่อยวาง ไม่นำสิ่งที่ไม่ดีมายึดมั่นเป็นอารมณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงในอนาคตตั้งใจที่จะยึดมั่นในการแผ่เมตตา (โพธิ์ทอง)

ในอนาคตตั้งใจที่จะยึดมั่นในการแผ่เมตตา (โพธิ์ทอง)	\bar{X}	S.D.	แปลผล/ความ ตั้งใจปฏิบัติแผ่ เมตตาในอนาคต
--	-----------	------	--

1. แผ่เมตตา (ความหวังดีต่อสรรพสัตว์)	4.52	.75	มากที่สุด/3
2. มองโลกในแง่ดี	4.54	.72	มากที่สุด/2
3. ความมุ่งมั่นที่จะทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.60	.65	มากที่สุด/1
4. การปล่อยวาง ไม่นำสิ่งที่ไม่ดีมายึดมั่นเป็นอารมณ์	4.44	.84	มากที่สุด/4
รวม	4.52	.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจปฏิบัติในการแผ่เมตตาในอนาคต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความตั้งใจปฏิบัติในการแผ่เมตตาในอนาคต อันดับแรก ได้แก่ ความมุ่งมั่นที่จะทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาคือ มองโลกในแง่ดีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.54$) แผ่เมตตา (ความหวังดีต่อสรรพสัตว์) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) และการปล่อยวาง ไม่นำสิ่งที่ไม่ดีมายึดมั่นเป็นอารมณ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1 ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) ประกอบด้วย ด้านกายกรรม วิถีกรรม มโนกรรม มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคตการกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญ/ทำทาน การฝึกสติ

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้ทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) ประกอบด้วย

X_1 ด้านกายกรรม

X_2 ด้านมโนกรรม

X_3 ด้านวิถีกรรม

ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจปฏิบัติในอนาคตการกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย

Y_1 ด้านการปฏิบัติธรรม

Y_2 ด้านการทำบุญ/ทำทาน

Y_3 การฝึกสติ

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) ประกอบด้วย ด้านกายกรรม วิถีกรรม มโนกรรม ไม่มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคตการกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม ด้านการทำบุญ/ทำทาน ด้านการฝึกสติ

H_1 : ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) ประกอบด้วย ด้านกายกรรม วิธีกรรม มโนกรรม มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคตการกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญ/ทำทาน การฝึกสติ

ตารางที่ 4.16 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) ประกอบด้วย ด้านกายกรรม วิธีกรรม มโนกรรม มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคตการกระทำความดี (โพธิ์ทอง)

ความตั้งใจปฏิบัติละเว้น สิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน)	ความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง)								
	ด้านการปฏิบัติธรรม			ด้านการทำบุญ/ทำทาน			ด้านการฝึกสติ		
	β	t	Sig.	β	t	Sig.	β	t	Sig.
Constant	-	.106	.915		4.182**	.000	-	4.883**	.000
ด้านกายกรรม	.139	2.037*	.043	.156	2.170*	.031	-	-	-
ด้านมโนกรรม	.282	3.196**	.002	.250	2.704**	.007	.591	10.270**	.000
ด้านวจีกรรม	.274	2.975**	.003	.230	2.382*	.018	-	-	-
F	38.089**			28.381**			105.477**		
Sig.	.000			.000			.000		
R ²	.369			.304			.349		
Adj. R ²	.360			.707			.655		
S.E.	.694			.548			.700		
Durbin-Watson	1.968			2.069			2.179		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการปฏิบัติธรรมมากที่สุดได้แก่ ด้านมโนกรรม ($\beta = .282$) รองลงมาได้แก่ ด้านวจีกรรม ($\beta = .274$) และด้านกายกรรม ($\beta = .139$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการปฏิบัติ ร้อยละ 36.00 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินการความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการปฏิบัติ เท่ากับ .694 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการปฏิบัติ ร้อยละ 64.00

ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคตการกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการทำบุญ/ทำทานมากที่สุดได้แก่ ด้านมโนกรรม ($\beta = .250$) รองลงมาได้แก่ ด้านวจีกรรม ($\beta = .230$) และด้านกายกรรม ($\beta = .156$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการทำบุญ/ทำทาน ร้อยละ 70.70 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินการความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการทำบุญ/ทำทาน เท่ากับ .548

แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการทำบุญ/ทำทาน ร้อยละ 29.30

ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการฝึกสติมากที่สุดได้แก่ ด้านมโนกรรม ($\beta = .591$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการฝึกสติ ร้อยละ 65.50 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินการความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการฝึกสติ เท่ากับ .700 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการฝึกสติ ร้อยละ 34.50

สมมติฐานที่ 2 ความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญทำทาน การฝึกสติ มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 4 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) ประกอบด้วย

X₁ ด้านการปฏิบัติธรรม

X₂ ด้านการทำบุญ/ทำทาน

X₃ ด้านการฝึกสติ

ตัวแปรตาม คือ Y ความตั้งใจปฏิบัติในอนาคตการกระทำความดี (โพธิ์ทอง)

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญทำทาน การฝึกสติ ไม่มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว)

H₁ : ความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญทำทาน การฝึกสติ มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว)

ตารางที่ 4.17 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญทำทาน การฝึกสติ มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว)

ความตั้งใจปฏิบัติการทำ ความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง)	ความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว)		
	β	t	Sig.
Constant	-	8.307**	.000
ด้านการปฏิบัติธรรม	.535	8.914**	.000
ด้านการทำบุญ/ทำทาน	.377	5.667**	.000

ด้านการฝึกสติ	.308	4.623	.000
F = .54.497**	Sig = 000	R ² = .356	Adj. R ² = .350
S.E. = .48226	Durbin-Watson = 2.203		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง) มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว) มากที่สุดได้แก่ ด้านการปฏิบัติธรรม ($\beta = .535$) รองลงมาได้แก่ ด้านการทำบุญ/ทำทาน ($\beta = .377$) และด้านการฝึกสติ ($\beta = .308$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง) ร้อยละ 35.00 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินความตั้งใจความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว) เท่ากับ .48226 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว) ด้านการปฏิบัติ ร้อยละ 65.00

ส่วนที่ 3 การใช้ธรรมด้วยเสียงเพลง

ตารางที่ 4.18 แสดงความรู้ความเข้าใจเพลงธรรม

ความรู้ความเข้าใจเพลงธรรม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวด	3.62	1.054	มาก/7
2. เพลงศีล 5	4.31	.839	มากที่สุด/1
3. เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว	3.87	1.01	มาก/5
4. เพลงระฆังใจ	3.53	1.26	มาก/8
5. เพลงจิตระ-ประภัสสร	3.73	1.14	มาก/6
6. เพลงมองแต่แง่ดีเกิด	3.88	1.17	มาก/4
7. เพลงดั่งดอกไม้บาน	4.25	.86	มากที่สุด/2
8. เพลงเก็บดวงดาว	4.15	.91	มาก/3
รวม	3.91	.75	มาก

n = 95

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเพลงธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรู้ความเข้าใจเพลงธรรม อันดับแรก ได้แก่ เพลงศีล 5 อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาคือ เพลง ดั่งดอกไม้บานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) เพลงเก็บดวงดาวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เพลงมองแต่แง่ดีเกิดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่วอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เพลงจิตระ-ประภัสสรอยู่ในระดับมาก

($\bar{X} = 3.73$) บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) และเพลงระฆังใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงความพึงพอใจเพลงธรรมบทสวด

ความพึงพอใจเพลงธรรมบทสวด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวด	4.09	.935	มาก/4
2. เพลงศีล 5	4.18	.863	มาก/3
3. เพลงทำได้ดีทำชั่วได้ชั่ว	3.82	1.041	มาก/6
4. เพลงระฆังใจ	3.62	1.207	มาก/8
5. เพลงจิตร-ประภัสสร	3.80	1.136	มาก/7
6. เพลงมองแต่แง่ดีเกิด	3.89	1.144	มาก/5
7. เพลงดั่งดอกไม้บาน	4.21	.988	มากที่สุด/1
8. เพลงเก็บดวงดาว	4.19	.960	มาก/2
รวม	3.98	.739	มาก

n = 95

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพลงธรรมบทสวด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจเพลงธรรมบทสวด อันดับแรก ได้แก่ เพลงดั่งดอกไม้บานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมาคือ เพลงเก็บดวงดาวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.19$) เพลงศีล 5 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) เพลงมองแต่แง่ดีเกิดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เพลงทำได้ดีทำชั่วได้ชั่ว ($\bar{X} = 3.82$) เพลงจิตร-ประภัสสรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) และเพลงระฆังใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงการยอมรับเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติในอนาคต

การยอมรับเพลงธรรม/ บทสวดในการนำไปปฏิบัติในอนาคต	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวด	3.83	1.068	มาก/7
2. เพลงศีล 5	4.01	1.037	มาก/3
3. เพลงทำได้ดีทำชั่วได้ชั่ว	3.98	.978	มาก/4
4. เพลงระฆังใจ	3.74	1.265	มาก/8
5. เพลงจิตร-ประภัสสร	3.96	1.138	มาก/5
6. เพลงมองแต่แง่ดีเกิด	3.92	1.028	มาก/6
7. เพลงดั่งดอกไม้บาน	4.15	1.041	มาก/2
8. เพลงเก็บดวงดาว	4.32	.926	มากที่สุด/1

รวม	3.98	.775	มาก
-----	------	------	-----

n = 95

จากตาราง 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวมีการยอมรับเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติในอนาคต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การยอมรับเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติในอนาคต อันดับแรก ได้แก่ เพลงเก็บดวงดาวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาคือ เพลงดั่งดอกไม้บานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เพลงศีล 5 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่วอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เพลงจิตร-ประภัสสรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เพลงมองแต่แง่ดีเกิดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) และเพลงระฆังใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงพฤติกรรมกรรมการรักษาศีล 5 ของท่านในอดีตที่ท่านทำไม่ได้เลยหรือทำได้น้อย

พฤติกรรมรักษาศีล 5 ในอดีต	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ปาณาฯ ห้ามฆ่าสัตว์	1.49	1.19	มากที่สุด/1
2. อทินนาฯ ห้ามขโมย	4.10	.42	น้อย/3
3. กาเมฯ ห้ามผิดกามา (ห้ามผิดลูกผิดเมีย)	4.20	1.09	น้อย/2
4. มุสาฯ ห้ามพูดเท็จ	4.00	-	น้อย/4
5. สุราเมฯ ห้ามดื่มเครื่องดื่มของเมา	5.00	-	น้อยที่สุด/5

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมรักษาศีล 5 ในอดีตที่ท่านทำไม่ได้เลยหรือทำได้น้อยอันดับแรกได้แก่ ปาณาฯ ห้ามฆ่าสัตว์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 1.49$) รองลงมาคือ กาเมฯ ห้ามผิดกามา (ห้ามผิดลูกผิดเมีย) อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 4.20$) อทินนาฯ ห้ามขโมยอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 4.10$) มุสาฯ ห้ามพูดเท็จอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 4.00$) และสุราเมฯ ห้ามดื่มเครื่องดื่มของเมาอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในเพลงธรรม/บทสวด

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้ทั้งหมด 8 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้ความเข้าใจในเพลงธรรม/บทสวด ประกอบด้วย

X₁ บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวด

X₂ เพลงศีล 5

X₃ เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว

X₄ เพลงระฆังใจ

X₅ เพลงจิตร-ประภัสสร

X₆ เพลงมองแต่แง่ดีเกิด

X₇ เพลงดั่งดอกไม้บาน

X_8 เพลงเก็บดวงดาว

ตัวแปรตาม คือ Y ความพึงพอใจโดยรวม เพลงธรรม/บทสวด

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ความรู้ความเข้าใจ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม เพลงธรรม/บทสวด

H_1 : ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม เพลงธรรม/บทสวด

ตารางที่ 4.22 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมใน เพลงธรรม/บทสวด

ความรู้ความเข้าใจเพลงธรรม/บทสวด	ความพึงพอใจโดยรวม เพลงธรรม/บทสวด		
	β	t	Sig.
Constant	-	1.560	.122
1. เพลงศีล 5	.240	4.746**	.000
2. เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว	.148	2.620*	.010
3. เพลงระฆังใจ	.195	3.362**	.001
4. เพลงจิตร-ประกัสสร	.149	2.443*	.017
5. เพลงมองแต่แง่ดีเถิด	.251	4.502**	.000
6. เพลงตั้งดอกไม้บาน	.202	4.346**	.000
7. เพลงเก็บดวงดาว	.104	2.096*	.039

F = 80.572** Sig = 000 $R^2 = .866$ Adj $R^2 = .856$
 S.E. = .28106 Durbin-Watson = 1.825

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมเพลงธรรม/บทสวดมากที่สุดได้แก่ เพลงมองแต่แง่ดีเถิด ($\beta = .251$) รองลงมาได้แก่ เพลงศีล 5 ($\beta = .240$) เพลงตั้งดอกไม้บาน ($\beta = .202$) เพลงระฆังใจ ($\beta = .195$) เพลงจิตร-ประกัสสร ($\beta = .149$) เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว ($\beta = .148$) และเพลงเก็บดวงดาว ($\beta = .104$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมเพลงธรรม/บทสวด ร้อยละ 85.60 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินความพึงพอใจโดยรวมเพลงธรรม/บทสวดเท่ากับ .28106 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมเพลงธรรม/บทสวด ร้อยละ 14.40

สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด มีผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติ

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 8 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด ประกอบด้วย

X₁ บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวด

X₂ เพลงศีล 5

X₃ เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว

X₄ เพลงระฆังใจ

X₅ เพลงจิตร-ประภัสสร

X₆ เพลงมองแต่แง่ดีเถิด

X₇ เพลงดั่งดอกไม้บาน

X₈ เพลงเก็บดวงดาว

ตัวแปรตาม คือ Y การยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติ สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด ไม่มีผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติ

H₁ : ความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด มีผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติ

ตารางที่ 4.23 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด มีผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติ

ความพึงพอใจเพลงธรรม/ บทสวด	การยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวด		
	β	t	Sig.
Constant	-	2.710**	.008
1. เพลงจิตร-ประภัสสร	.297	3.735**	.000
2. เพลงเก็บดวงดาว	.221	3.069**	.003
3. เพลงศีล 5	.290	4.130**	.000
4. เพลงระฆังใจ	.301	3.984**	.000

F = 4.023 Sig = 000 R² = .706 Adj R² = .693
S.E. = .4295 Durbin-Watson = 1.995

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.23 พบว่าความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด มีผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติมากที่สุดได้แก่ เพลงระฆังใจ ($\beta = .301$) รองลงมาได้แก่ เพลงจิตร-ประภัสสร ($\beta = .297$) เพลงเพลงศีล 5 ($\beta = .290$) และเพลงเก็บดวงดาว ($\beta = .221$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม เพลงธรรม/บทสวด ร้อยละ 69.30 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดเท่ากับ .4295 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวด ร้อยละ 30.70

ส่วนที่ 4 การวัดความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) แนวโน้มพฤติกรรม (Behavior trend)

4.1 หนังสือรู้ตัวทั่วพร้อม การปฏิบัติธรรมที่ทำได้ในชีวิตประจำวัน

ตารางที่ 4.24 ความรู้ความเข้าใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ

ความรู้ความเข้าใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B1. รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่าน	3.65	.917	มาก/3
B2. ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน	3.85	.790	มาก/2
B3. เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม	3.95	.852	มาก/1
รวม	3.82	.707	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ เป็นอันดับแรก ได้แก่ เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) และรูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ความพึงพอใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ

ความพึงพอใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B4. คุณค่าจากการอ่าน	4.23	.742	มากที่สุด/1
B5. ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน	4.14	.799	มาก/2
B6. ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน	4.09	.787	มาก/3
รวม	4.15	.678	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ เป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณค่าจากการอ่านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมาคือ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) และความพึงพอใจภายหลังการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แนวโน้มพฤติกรรมหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ

แนวโน้มพฤติกรรมหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B7. แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคต	4.04	.903	มาก/1
B8. แนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่น	3.82	.950	มาก/3
B9. การนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน	4.01	.892	มาก/2
รวม	3.95	.798	มาก

จากตารางที่ 4.26 พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มพฤติกรรมหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แนวโน้มพฤติกรรมหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ อันดับแรก ได้แก่ แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมาคือ การนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) และแนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้ทั้งหมด 3 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้ความเข้าใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อม ประกอบด้วย

X_1 รูปเล่มที่สามารถจูงใจให้อ่าน

X_2 ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน

X_3 เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม

ตัวแปรตาม คือ Y ความพึงพอใจต่อหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ความรู้ความเข้าใจ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ

H_1 : ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ

ตารางที่ 4.27 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือ
 รู้ตัวทั่วพร้อมๆ

ความรู้ความเข้าใจ	ความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ		
	β	t	Sig.
Constant	-	9.944**	.000
B3. เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม	.445	8.046**	.000
B2. ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน	.318	5.741**	.000

F = 112.404 Sig = 000 R² = .462 Adj R² = .458
 S.E. = .50274 Durbin-Watson = 2.081

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ มากที่สุดได้แก่ ด้านเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .445$) รองลงมาได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .318$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ ร้อยละ 45.80 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมิน ความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ เท่ากับ .50274 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ ร้อยละ 54.20

สมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจต่อหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการนำไปปฏิบัติ

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 3 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจต่อหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อม การปฏิบัติธรรมที่ทำได้ในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย

X₁ คุณค่าจากการอ่าน

X₂ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน

X₃ ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน

ตัวแปรตาม คือ Y ได้แก่ แนวโน้มพฤติกรรมการนำไปปฏิบัติ

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ความพึงพอใจต่อหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ ไม่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการนำไปปฏิบัติ

H₁ : ความพึงพอใจต่อหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมๆ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการนำไปปฏิบัติ

ตารางที่ 4.28 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 ความพึงพอใจต่อหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการนำไปปฏิบัติ

ความพึงพอใจต่อหนังสือ รู้ตัวทั่วพร้อมฯ	แนวโน้มพฤติกรรมการนำไปปฏิบัติ		
	β	t	Sig.
Constant		3.407**	.001
B6. ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน	.347	5.217**	.000
B5. ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน	.248	3.574**	.000
B4. คุณค่าจากการอ่าน	.154	2.467*	.014
F = 69.146 Sig = 000 R ² = .438 Adj R ² = .432			
S.E. = .60223 Durbin-Watson = 2.029			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ความพึงพอใจต่อหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการนำไปปฏิบัติมากที่สุดได้แก่ ด้านความพึงพอใจภายหลังการอ่าน ($\beta = .347$) รองลงมาได้แก่ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน ($\beta = .248$) และคุณค่าจากการอ่าน ($\beta = .154$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ ร้อยละ 43.20 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินแนวโน้มพฤติกรรมการนำไปปฏิบัติ เท่ากับ .60223 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการนำไปปฏิบัติ ร้อยละ 56.80

4.2 หนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

ตารางที่ 4.29 ความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B1. รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่าน	3.87	.908	มาก/3
B2. ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน	3.89	.866	มาก/2
B3. เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม	3.91	.834	มาก/1
รวม	3.89	.728	มาก

จากตารางที่ 4.29 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันอันดับแรก ได้แก่ เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) และรูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

ความพึงพอใจต่อหนังสือศีลธรรมฯ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B4. คุณค่าจากการอ่าน	4.13	.790	มาก/1
B5. ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน	4.07	.789	มาก/2
B6. ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน	4.01	.825	มาก/3
รวม	4.07	.695	มาก

จากตารางที่ 4.30 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อหนังสือศีลธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจหนังสือ ศีลธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน อันดับแรก ได้แก่ คุณค่าจากการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาคือ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) และความพึงพอใจภายหลังการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือศีลธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือศีลธรรมฯ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B7. แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคต	4.02	.806	มาก/2
B8. แนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่น	3.89	.893	มาก/3
B9. การนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน	4.05	.833	มาก/1
รวม	3.98	.740	มาก

จากตารางที่ 4.31 พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือศีลธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือศีลธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน อันดับแรก ได้แก่ การนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) และแนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 7 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือศีลธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 3 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือศีลธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย

X_1 รูปเล่มที่สามารถจูงใจให้อ่าน

X_2 ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน

X_3 เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม

ตัวแปรตาม คือ Y ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ความรู้ความเข้าใจ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

H_1 : ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือ คติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

ตารางที่ 4.32 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือ คติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

ความรู้ความเข้าใจหนังสือคติธรรมที่นำ การปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน	ความพึงพอใจของหนังสือหนังสือคติธรรมที่นำ การปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน		
	β	t	Sig.
Constant		8.238**	.000
B3. เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม	.364	6.455**	.000
B1. รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่าน	.257	4.413**	.000
B2. ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน	.204	3.382*	.001
F = 76.479 Sig = 000 $R^2 = .476$ Adj $R^2 = .469$			
S.E. = .51339 Durbin-Watson = 2.166			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือคติธรรมที่นำ การปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันมากที่สุดได้แก่ ด้านเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .364$) รองลงมาได้แก่ รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่าน ($\beta = .257$) และความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .204$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือคติธรรมที่นำการ ปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 46.90 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินความพึงพอใจของหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้ จริงในชีวิตประจำวัน เท่ากับ .51339 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือ คติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 53.10

สมมติฐานที่ 8 ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 3 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย

X_1 คุณค่าจากการอ่าน

X_2 ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน

X_3 ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน

ตัวแปรตาม คือ Y ได้แก่ แนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน ไม่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ

H_1 : ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ

ตารางที่ 4.33 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ

ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน	แนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ		
	β	t	Sig.
Constant		4.010**	.000
B6. ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน	.400	7.178**	.000
B5. ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน	.332	5.503**	.000
B4. คุณค่าจากการอ่าน	.113	1.997*	.047
F = 104.376 Sig = 000 $R^2 = .549$ Adj $R^2 = .544$			
S.E. = .50048 Durbin-Watson = 1.949			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติมากที่สุดได้แก่ ด้านความพึงพอใจภายหลังการอ่าน ($\beta = .400$) รองลงมาได้แก่ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน ($\beta = .332$) และคุณค่าจากการอ่าน ($\beta = .113$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ ร้อยละ 54.40 (Adj R^2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ เท่ากับ .50048 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ ร้อยละ 45.60

4.3 แผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) ; แผนที่วัดมเหยงคณ์

ตารางที่ 4.34 ความรู้ความเข้าใจต่อแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality)

ความรู้ความเข้าใจต่อแผนที่ประกอบความจริงเสริม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B1. รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้ใช้งาน	4.13	.943	มาก/1
B2. ความรู้ถึงสถานที่ปฏิบัติธรรมจากการใช้งาน	3.92	.989	มาก/2
รวม	3.40	1.40	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.34 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความรู้ความเข้าใจต่อแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรู้ความเข้าใจต่อแผนที่ประกอบความจริงเสริมอันดับแรก ได้แก่ รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้ใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาคือ ความรู้ถึงสถานที่ปฏิบัติธรรมจากการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$)

ตารางที่ 4.35 ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์

ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านเนื้อหา			
C1. แผนที่มีความถูกต้องตามความเป็นจริง	4.14	.796	พึงพอใจมาก/1
C2. คนใช้แผนที่สามารถหาสถานที่ได้เร็วขึ้น	4.06	.844	พึงพอใจมาก/2
รวม	4.10	.765	พึงพอใจมาก
ด้านการออกแบบ			
C3. รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม	4.02	.869	พึงพอใจมาก/2
C4. มีความสวยงาม	4.18	.816	พึงพอใจมาก/1
รวม	4.10	.777	พึงพอใจมาก
ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented reality)			
C5. ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี	4.10	.897	พึงพอใจมาก/3
C6. ความจริงเสริมทำให้หาสถานที่ได้ง่ายขึ้น	4.18	.844	พึงพอใจมาก/1
C7. ทำให้การใช้งานแผนที่น่าสนใจเพิ่มขึ้น	4.13	.863	พึงพอใจมาก/2
รวม	4.13	.815	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.35 พบว่า นักท่องเที่ยวมีข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์ ด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมด้านเนื้อหา อันดับแรก ได้แก่ แผนที่มีความถูกต้องตามความเป็นจริงอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือ คนใช้แผนที่สามารถหาสถานที่ได้เร็วขึ้นอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.06$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์ ด้านการออกแบบอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมด้านการออกแบบ อันดับแรก ได้แก่ มีความสวยงามอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอเหมาะสมอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์ ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมด้านเทคโนโลยีความจริงเสริมอันดับแรก ได้แก่ ความจริงเสริมทำให้หาสถานที่ได้ง่ายขึ้นอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ ทำให้การใช้งานแผนที่น่าสนใจเพิ่มขึ้นอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.13$) และความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 ความพึงพอใจต่อข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์

ความพึงพอใจต่อข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมวัดมเหยงคณ์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B4. คุณค่าจากการใช้งาน	3.97	.913	พึงพอใจมาก/4
B5. ความรู้สึกที่ดีภายหลังการใช้งาน	4.03	.920	พึงพอใจมาก/2
B6. ความพึงพอใจภายหลังการใช้งาน	3.99	.847	พึงพอใจมาก/3
C8. ความพอใจในการใช้แผนที่ประกอบความจริงเสริม	4.10	.844	พึงพอใจมาก/1
C9. การประยุกต์ใช้ความจริงเสริมกับงานประเภทอื่น	4.03	.822	พึงพอใจมาก/2
C10. คุณค่าของแผนที่ประกอบความจริงเสริม	4.10	.821	พึงพอใจมาก/1
รวม	4.06	.680	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.36 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรู้ความเข้าใจต่อ แผนที่ประกอบความจริงเสริมอันดับแรก ได้แก่ ความพอใจในการใช้แผนที่ประกอบความจริงเสริมและคุณค่าของแผนที่ประกอบความจริงเสริมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมาคือ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการใช้งานและการประยุกต์ใช้ความ

จริงเสริมกับงานประเภทอื่นอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.03$) ความพึงพอใจภายหลังการใช้งานอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.99$) และคุณค่าจากการใช้งานอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B7. แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคต	3.95	.966	มาก/2
B8. แนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่น	4.02	.904	มาก/1
B9. การนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน	3.17	1.603	ปานกลาง/3
รวม	3.44	1.241	มาก

จากตารางที่ 4.37 พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) : แผนที่วัดมเหยงคณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมอันดับแรก ได้แก่ แนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมาคือ แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) และการนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 9 ความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้ทั้งหมด 8 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม

X_1 รูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้ใช้งาน

X_2 เนื้อหาสามารถสื่อถึงสถานที่ปฏิบัติธรรม

- X₃ แผนที่มีความถูกต้องตามความเป็นจริง
 X₄ คนใช้แผนที่สามารถหาสถานที่ได้ง่ายขึ้น
 X₅ รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม
 X₆ มีความสวยงาม
 X₇ ความจริงเสริมทำให้หาสถานที่ได้ง่ายขึ้น
 X₈ ทำให้การใช้งานแผนที่น่าสนใจเพิ่มขึ้น

ตัวแปรตาม คือ Y ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม

H₁ : ความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม

ตารางที่ 4.38 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 9 ความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม

ความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม	ความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม		
	β	t	Sig.
Constant		1.632	.105
C6. ความจริงเสริมทำให้หาสถานที่ได้ง่ายขึ้น	.367	4.208**	.000
B2. ความรู้ถึงสถานที่ปฏิบัติธรรมจากการใช้งาน	.266	4.739**	.000
C2. คนใช้แผนที่สามารถหาสถานที่ได้ง่ายขึ้น	.136	2.234*	.027
C5. ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี	.226	2.480*	.015
B1. รูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่านใช้งาน	.133	2.244*	.027
F = 70.352 Sig = 000 R ² = .755 Adj R ² = .755			
S.E. = .35494 Durbin-Watson = 1.960			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมมากที่สุดได้แก่ ความจริงเสริมทำให้หาสถานที่ได้ง่ายขึ้น ($\beta = .367$) รองลงมาได้แก่ ความรู้สถานที่ปฏิบัติธรรมจากการใช้งาน ($\beta = .266$) ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี ($\beta = .226$) คนใช้แผนที่ที่สามารถหาสถานที่ได้ง่ายขึ้น ($\beta = .136$) และรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่านใช้งาน ($\beta = .133$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม ร้อยละ 75.50 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความ

คลาดเคลื่อนในการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมเท่ากับ .35494 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม ร้อยละ 24.50

สมมติฐานที่ 10 ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 6 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจ ประกอบด้วย

- X_1 คุณค่าจากการใช้งาน
- X_2 ความรู้สึกที่ดีภายหลังใช้งาน
- X_3 ความพึงพอใจภายหลังใช้งาน
- X_4 ความพอใจในการใช้แผนที่ประกอบความจริงเสริม
- X_5 การประยุกต์ใช้ความจริงเสริมกับงานประเภทอื่น
- X_6 คุณค่าของแผนที่ประกอบความจริงเสริม

ตัวแปรตาม คือ Y ได้แก่ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจ ไม่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม

H_1 : ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม

ตารางที่ 4.39 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 10 ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม

ความพึงพอใจ	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม		
	β	t	Sig.
Constant		1.987*	.049
B5. ความรู้สึกที่ดีภายหลังการใช้งาน	.276	3.041**	.003
B6. ความพึงพอใจภายหลังการใช้งาน	.240	3.015**	.003
B4. คุณค่าจากการใช้งาน	.319	3.528**	.001
C9. การประยุกต์ใช้ความจริงเสริมกับงานประเภทอื่น	.139	2.270*	.025

F = 67.518 Sig = .000 $R^2 = .696$ Adj $R^2 = .686$
 S.E. = .45077 Durbin-Watson = 2.049

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมมากที่สุดได้แก่ คุณค่าจากการใช้งาน ($\beta = .319$) รองลงมาได้แก่ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการใช้งาน ($\beta = .276$) ความพึงพอใจภายหลังการใช้งาน ($\beta = .240$) และการประยุกต์ใช้

ความจริงเสริมกับงานประเภทอื่น ($\beta = .139$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม ร้อยละ 69.60 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมเท่ากับ .450077 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมร้อยละ 30.40

4.4 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

ตารางที่ 4.40 ความรู้ความเข้าใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

ความรู้ความเข้าใจ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B1. รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่าน	3.93	1.007	มาก/1
B2. ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน	3.90	.931	มาก/3
B3. เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม	3.92	.921	มาก/2
รวม	3.93	.827	มาก

จากตารางที่ 4.40 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจหนังสือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เป็นอันดับแรก ได้แก่ รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) รองลงมาคือ เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) และความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 ข้อมูลจากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

ข้อมูลจากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านเนื้อหา			
D1. สื่อแสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรม	4.08	.829	พึงพอใจมาก/1
D2. เนื้อเรื่องที่นำเสนอเข้าใจง่าย	4.05	.799	พึงพอใจมาก/4
D3. การเรียงเนื้อหามีความต่อเนื่องเหมาะสม	4.04	.813	พึงพอใจมาก/5

D4. ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	4.06	.805	พึงพอใจมาก/3
D5. เนื้อหาเข้าใจง่ายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.07	.814	พึงพอใจมาก/2
D6. สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหา	4.04	.862	พึงพอใจมาก/5
รวม	4.05	.688	
ด้านการออกแบบ			
D7. รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม	4.12	.851	พึงพอใจมาก/1
D8. ภาพและองค์ประกอบมีความสวยงาม	4.11	.846	พึงพอใจมาก/2
D9. รูปแบบหนังสือมีความน่าสนใจ	4.09	.800	พึงพอใจมาก/4
D10. การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน	4.00	.852	พึงพอใจมาก/5
D11. ได้สาระ น่าติดตาม	4.10	.776	พึงพอใจมาก/3
D12. ตัวหนังสือมีความชัดเจน อ่านง่าย	4.11	.870	พึงพอใจมาก/2
รวม	4.08	.677	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.41 พบว่า นักท่องเที่ยวมีข้อมูลจากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อมูลจากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ด้านเนื้อหา อันดับแรก ได้แก่ สื่อแสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ เนื้อหาเข้าใจง่าย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.07$) ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนเข้าใจง่ายอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.06$) เนื้อหาที่น่าสนใจเข้าใจง่ายอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.05$) และการเรียงเนื้อหามีความต่อเนื่องเหมาะสม และสื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.04$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีข้อมูลจากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ด้านการออกแบบ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อมูลจากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ด้านการออกแบบ อันดับแรก ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอเหมาะสมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ ภาพและองค์ประกอบมีความสวยงามและตัวหนังสือมีความชัดเจน อ่านง่ายอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.11$) ได้สาระ น่าติดตามอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) รูปแบบหนังสือมีความน่าสนใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.09$) และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B4. คุณค่าจากการอ่าน	4.01	.879	พึงพอใจมาก/5
B5. ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน	4.02	.919	พึงพอใจมาก/4
B6. ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน	4.04	.907	พึงพอใจมาก/3
D13. ความพึงพอใจในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์	4.11	.794	พึงพอใจมาก/1

(e-book)			
D14. ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่าน	4.10	.797	พึงพอใจมาก/2
D15. คุณค่าของหนังสือที่เพิ่มขึ้น	4.10	.807	พึงพอใจมาก/2
รวม	4.06	.671	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.42 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) อันดับแรก ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มัลติมีเดีย (e-book) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมาคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่าน และคุณค่าของหนังสือที่เพิ่มขึ้นอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10, 4.10$) ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.04$) ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่านอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.02$) และคุณค่าจากการอ่านอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B7. แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคต	3.97	.875	มาก/2
B8. แนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่น	3.98	.926	มาก/1
B9. การนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน	3.97	.906	มาก/2
รวม	3.99	.787	มาก

จากตารางที่ 4.43 พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อันดับแรก ได้แก่ แนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคตและการนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97, 3.97$) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 11 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้ความเข้าใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ประกอบด้วย

- X_1 รูปเล่มที่สามารถจูงใจให้อ่าน
- X_2 ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน
- X_3 เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม
- X_4 สื่อแสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรม
- X_5 เนื้อเรื่องที่นำเสนอเข้าใจง่าย
- X_6 การเรียงเนื้อหามีความต่อเนื่องเหมาะสม

- X₇ ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนเข้าใจง่าย
 X₈ เนื้อหาเข้าใจง่ายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
 X₉ สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหา
 X₁₀ รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม
 X₁₁ ภาพและองค์ประกอบมีความสวยงาม
 X₁₂ รูปแบบหนังสือมีความน่าสนใจ
 X₁₃ การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน
 X₁₄ ได้สาระ น่าติดตาม
 X₁₅ ตัวหนังสือมีความชัดเจน อ่านง่าย

ตัวแปรตาม คือ Y ความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)
 สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ความรู้ความเข้าใจ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

H₁ : ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

ตารางที่ 4.44 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 11 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

ความรู้ความเข้าใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)	ความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์		
	β	t	Sig.
Constant		3.793**	.000
B3. เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม	.257	5.165**	.000
D4. ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	.208	4.439**	.000
B2. ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน	.199	3.955**	.000
D11. ได้สาระ น่าติดตาม	.129	2.886**	.004
B1. รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่าน	.129	3.014**	.003
D3. การเรียงเนื้อหามีความต่อเนื่องเหมาะสม	.118	2.393*	.017
D7. รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม	.097	2.322*	.021
F = 101.24 Sig = 000 R ² = .750 Adj R ² = .743			
S.E. = .34463 Durbin-Watson = 2.012			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดได้แก่ ด้านเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .257$) รองลงมาได้แก่ ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนเข้าใจง่าย ($\beta = .208$) ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .199$) ได้สาระ น่า

ติดตามและรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน ($\beta = .129, .129$) การเรียงเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องเหมาะสม ($\beta = .118$) และรูปแบบการนำเสนอเหมาะสม ($\beta = .097$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 74.30 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ .34463 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 25.70

สมมติฐานที่ 12 ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 15 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ประกอบด้วย

X₁ คุณค่าจากการอ่าน

X₂ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน

X₃ ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน

X₄ ความพึงพอใจในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มัลติมีเดีย (e-book)

X₅ ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่าน

X₆ คุณค่าของหนังสือที่เพิ่มขึ้น

ตัวแปรตาม คือ Y แนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ไม่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

H₁ : ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 4.45 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 12 ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์		
	β	t	Sig.
Constant		2.014**	.045
B5. ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน	.329	6.159**	.000
B4. คุณค่าจากการอ่าน	.311	5.787**	.000
B6. ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน	.214	3.890**	.000

D13. ความพึงพอใจในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มัลติมีเดีย (e-book)	.118	2.903**	.004
F = 136.670 Sig = 000 R ² = .682 Adj R ² = .677			
S.E. = .44952 Durbin-Watson = 1.960			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุดได้แก่ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน ($\beta = .329$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าจากการอ่าน ($\beta = .311$) ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน ($\beta = .214$) และ ความพึงพอใจในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ($\beta = .118$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 67.70 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ .44952 แสดงว่ามีตัวแปรอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 32.30

4.5 หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

ตารางที่ 4.46 ความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

ความรู้ความเข้าใจ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B1. รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่าน	3.85	1.004	มาก/1
B2. ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน	3.81	.927	มาก/2
B3. เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม	3.85	.910	มาก/1
รวม	3.84	.839	มาก

จากตารางที่ 4.46 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) อันดับแรก ได้แก่ รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่านและเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85, 3.85$) รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 การประเมินหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงธรรม

การประเมินหนังสือมัลติมีเดีย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านเนื้อหา			
E1. สื่อแสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรม	4.15	.827	พึงพอใจมาก/1
E2. เนื้อเรื่องที่นำเสนอเข้าใจง่าย	4.07	.814	พึงพอใจมาก/3
E3. การเรียงเนื้อหามีความต่อเนื่องเหมาะสม	4.07	.811	พึงพอใจมาก/3

E4. ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	4.11	.837	พึงพอใจมาก/2
E5. เนื้อหาเข้าใจง่ายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.11	.797	พึงพอใจมาก/2
รวม	4.10	.700	พึงพอใจมาก
ด้านการออกแบบ			
E6. รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม	4.07	.834	พึงพอใจมาก/4
E7. ภาพและองค์ประกอบมีความสวยงาม	4.14	.820	พึงพอใจมาก/3
E8. รูปแบบหนังสือมีความน่าสนใจ	4.00	.859	พึงพอใจมาก/5

ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

การประเมินหนังสือมัลติมีเดีย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
E9. ได้สาระ น่าติดตาม	4.15	.858	พึงพอใจมาก/2
E10. ตัวหนังสือมีความชัดเจน อ่านง่าย	4.17	.791	พึงพอใจมาก/1
รวม	4.10	.707	พึงพอใจมาก
ด้านการใช้เทคโนโลยี			
E11. สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหา	4.15	.872	พึงพอใจมาก/2
E12. การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน	4.05	.861	พึงพอใจมาก/4
E13. ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี	4.08	.888	พึงพอใจมาก/3
E14. เทคโนโลยีทำให้หนังสือมีความน่าสนใจมากขึ้น	4.16	.839	พึงพอใจมาก/1
รวม	4.11	.742	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.47 พบว่า นักท่องเที่ยวมีการประเมินหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงธรรม ด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การประเมินหนังสือมัลติมีเดียด้านเนื้อหา อันดับแรก สื่อแสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมาคือ ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนเข้าใจง่ายและเนื้อหาเข้าใจง่ายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์อยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.11, 4.11$) และเนื้อเรื่องที่น่าสนใจเข้าใจง่ายและการเรียงเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องเหมาะสมอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.07, 4.07$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีการประเมินหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงธรรม ด้านการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

พบว่า การประเมินหนังสือมัลติมีเดียด้านการออกแบบ อันดับแรก ตัวหนังสือมีความชัดเจน อ่านง่าย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ ได้สาระ น่าติดตามอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.15$) ภาพและองค์ประกอบมีความสวยงามอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.14$) รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม อยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.07$) และรูปแบบหนังสือมีความน่าสนใจอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวนักประเมินหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงธรรม ด้านการใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การประเมินหนังสือมัลติมีเดียด้านการใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมอันดับแรก เทคโนโลยีทำให้นหนังสือมีความน่าสนใจมากขึ้นอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาคือ สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.15$) ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี อยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.08$) และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.05$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 ความพึงพอใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

ความพึงพอใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B4. คุณค่าจากการอ่าน	3.96	.870	พึงพอใจมาก/4
B5. ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน	3.98	.887	พึงพอใจมาก/3
B6. ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน	3.91	.918	พึงพอใจมาก/5
E15. ความพึงพอใจในการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)	4.12	.857	พึงพอใจมาก/2
E16. ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่าน	4.18	.823	พึงพอใจมาก/1
รวม	4.00	.700	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.48 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย อันดับแรก ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ ความพึงพอใจในการใช้หนังสือมัลติมีเดียอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.12$) ความรู้สึกที่ดี ภายหลังการอ่านอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.98$) และคุณค่าจากการอ่านอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.96$) และความพึงพอใจภายหลังการอ่านอยู่ในพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
B7. แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคต	3.92	.908	มาก/2
B8. แนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่น	3.85	.970	มาก/3
B9. การนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน	3.94	.906	มาก/1
รวม	3.90	.816	มาก

จากตารางที่ 4.49 พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจต่อหนังสือประกอบความจริงเสริม อันดับแรก การนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมาคือ แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคตอยู่ในมาก ($\bar{X} = 3.92$) และแนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่นอยู่ในมาก ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 13 ความรู้ความเข้าใจมีผลต่อความพึงพอใจหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 17 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้ความเข้าใจหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) ประกอบด้วย

- X_1 รูปเล่มที่สามารถจูงใจให้อ่าน
- X_2 ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน
- X_3 เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม
- X_4 สื่อแสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรม
- X_5 เนื้อเรื่องที่น่าสนใจเข้าใจง่าย
- X_6 การเรียงเนื้อหามีความต่อเนื่องเหมาะสม
- X_7 ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนเข้าใจง่าย
- X_8 เนื้อหาเข้าใจง่ายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- X_9 รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม
- X_{10} ภาพและองค์ประกอบมีความสวยงาม
- X_{11} รูปแบบหนังสือมีความน่าสนใจ
- X_{12} ได้สาระ น่าติดตาม
- X_{13} ตัวหนังสือมีความชัดเจน อ่านง่าย
- X_{14} สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหา

- X₁₅ การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน
 X₁₆ ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี
 X₁₇ เทคโนโลยีทำให้หนังสือมีความน่าสนใจมากขึ้น

ตัวแปรตาม คือ Y ความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ความรู้ความเข้าใจ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

H₁ : ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

ตารางที่ 4.50 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 13 ความรู้ความเข้าใจมีผลต่อความพึงพอใจหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

ความรู้ความเข้าใจหนังสือมัลติมีเดีย	ความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย		
	β	t	Sig.
Constant		2.550*	.011
B3. เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม	.284	5.802**	.000
E9. ได้สาระ น่าติดตาม	.108	2.343*	.020
B2. ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน	.258	5.280**	.000
E11. สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหา	.124	2.981**	.003
E14. เทคโนโลยีทำให้หนังสือมีความน่าสนใจมากขึ้น	.154	3.600**	.000
E3. การเรียงเนื้อหามีความต่อเนื่องเหมาะสม	.130	2.9252**	.003
B1. รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม	.088	1.973*	.050
F = 118.259 Sig = .000 R ² = .774 Adj R ² = .767			
S.E. = .34368 Durbin-Watson = 1.949			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.50 พบว่าความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) มากที่สุดได้แก่ เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .284$) รองลงมาได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .258$) เทคโนโลยีทำให้หนังสือมีความน่าสนใจมากขึ้น ($\beta = .154$) การเรียงเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องเหมาะสม ($\beta = .130$) สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหา ($\beta = .124$) รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม ($\beta = .108$) และรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม ($\beta = .088$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย ร้อยละ

76.70 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนในการประเมินความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย เท่ากับ .34368 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย ร้อยละ 23.30

สมมติฐานที่ 14 ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุโดยวิธี Stepwise ใช้ตัวแปรอิสระที่ใช้มีทั้งหมด 5 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร มีการกำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) ประกอบด้วย

X₁ คุณค่าจากการอ่าน

X₂ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน

X₃ ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน

X₄ ความพึงพอใจในการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

X₅ ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่าน

ตัวแปรตาม Y₁ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

สามารถตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀ : ความพึงพอใจ ไม่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

H₁ : ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

ตารางที่ 4.51 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 14 ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book)

ความพึงพอใจหนังสือมัลติมีเดีย	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย		
	β	t	Sig.
Constant		3.567**	.000
B4. คุณค่าจากการอ่าน	.405	8.120**	.000
B6. ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน	.262	4.494**	.000
B5. ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน	.260	4.480**	.000
F = 193.915 Sig = 000 R ² = .693 Adj R ² = .689			
S.E. = .45685 Durbin-Watson = 1.835			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ความพึงพอใจการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) มากที่สุดได้แก่ คุณค่าจากการอ่าน ($\beta = .405$) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน ($\beta = .262$) และความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน ($\beta = .260$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) ร้อยละ 68.90 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) ในการประเมินความพึงพอใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) เท่ากับ .45685 แสดงว่ามีตัวแปรอื่นๆ อีกที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) ร้อยละ 31.10

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

วิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยเจาะจงเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 7 คน 2) เจ้าอาวาส/ผู้แทน 6 วัด จำนวน 9 รูป 3) มัคทายก/มัคทายิกา/ชุมชน/ผู้ปฏิบัติธรรมเป็นประจำ จำนวน 11 คน กลุ่มอื่นที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน 4) พระอาจารย์ที่มีชื่อเสียงในการเผยแพร่ธรรมะของวัดในจังหวัดอื่นๆ จำนวน 4 รูป เป็นจำนวนทั้งหมด 31 คน

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

1. การเพิ่มพื้นที่สีเขียวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว/ผู้ปฏิบัติธรรมได้ ซึ่งอาจจะแฝงกับการทำบุญ หรือจะทำประโยชน์ต่างๆ เข้าไปในโปรแกรมท่องเที่ยว เช่น การจัดงานคาราวานแรลลี่ (สะสมบุญ/สะสมแต้ม) การทำบุญโดยการปลูกต้นไม้หรือมอบเงินซื้อต้นไม้มาปลูกเพื่อให้วัดเกิดความสวยงาม ในประเด็นนี้ถือว่าสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ที่ว่าพฤติกรรมการสะสมบุญยิ่งทำมากขึ้นเท่าใด ย่อมได้บุญมากขึ้นเท่านั้น จึงถือว่าเป็นกลยุทธ์การเสริมแรงด้านบวก (Positive reinforcement) ทำให้เกิดความพอใจ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมซ้ำ (Solomon, 2018, p. 137)

2. กิจกรรมสานต่อโครงการพระราชดำริ ร.9 เป็นตัวหลักเพื่อเชิญชวนให้ประชาชน หรือนักท่องเที่ยวทั่วทำบุญ ทำทาน ปฏิบัติธรรม เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลให้กับพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เช่น การปฏิบัติธรรม การรักษาศีล พัฒนาสิ่งแวดล้อมในรูปของการทำบุญ การบำเพ็ญประโยชน์ การรณรงค์ให้คนไทยรักสามัคคี เนื่องจากคนไทยมีความจงรักภักดีต่อพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (รัชกาลที่ 9) ดังนั้นไม่ว่าจะเชิญชวนให้ทำกิจกรรมใดก็ตามที่ถวายเป็นพระราชกุศลอาจจะทำในรูปของการปฏิบัติธรรม รักษาศีล เพิ่มพื้นที่สีเขียวตามโครงการพระราชดำริต่างๆ ฯลฯ ถือเป็นกลยุทธ์ที่ได้ผลอย่างมาก เพราะความจงรักภักดี (Loyalty) ต่อรัชกาลที่ 9 นี้ ซึ่งจากองค์ประกอบของความภักดีนี้จะส่งผลให้เกิดการบอกต่อเชิญชวน ให้เพื่อนญาติ คนรู้จัก ให้มาร่วมโครงการ อีกทั้งยังเกิดพฤติกรรมซ้ำได้อีกด้วยจึงถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่ได้ผลอย่างมาก (Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 168)

3. การทำให้เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งเป็นสิ่งดีโดยการจัดงานหรือปฏิบัติการณ์ร่วมกัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจจะให้ความรู้หรือการจัดฝึกอบรมโดยมีสื่อการสอนชี้ถึงประโยชน์ของ

เศรษฐกิจพอเพียงว่าให้ผลที่เป็นรูปธรรมเชิงพาณิชย์และความสุขในชีวิตโดยมีวัดเป็นศูนย์กลางในการจัดให้คู่ขนานกับการประชาสัมพันธ์ให้คนเข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งชาวก็จะมีการจัดงานบุญโดยจะมีการขายของพื้นบ้านร่วมกับนันทนาการ กิจกรรมการเล่นพื้นบ้านต่างๆ โดยจัดในรูปของห้องเที่ยวชุมชน การประดิษฐ์เอาของใช้ในธรรมชาติ (สมุนไพร) มาเป็นเครื่องนวดเสริมสุขภาพหรือเสริมความงามหรือเป็นยาสมุนไพร เครื่องเล่นสำหรับเด็กๆ รวมทั้งวิธีการทำขนมอาหารท้องถิ่นต่างๆ นวัตกรรมตามโครงการนี้ถือว่าได้ผลดีมาก เพราะเป็นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งด้านเศรษฐกิจ อันเกิดจากการกระจายรายได้ในชุมชน อีกทั้งยังใช้หลักมัชฌิมาปฏิปทา (การปฏิบัติตนในทางสายกลาง) คือ พอมี พอกิน พอใช้ พอเพียง โดยมุ่งประโยชน์ให้กับชุมชนและครอบครัว มีองค์ประกอบของคำว่า เศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ (1) ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ (2) ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับความพอเพียงนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ อย่างรอบคอบ (3) ภูมิคุ้มกัน หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยมี เงื่อนไข ของการตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียง 2 ประการ ดังนี้ (1) เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผนและความระมัดระวังในการปฏิบัติ (2) เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้าง ประกอบด้วย มีความตระหนักใน คุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและมีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2558)

4. สามารถทำได้โดยร่วมกับการจัดโปรแกรมทัวร์ เช่น ทัวร์ทำบุญ ทัวร์ธรรม/ปฏิบัติธรรม หรืออาจจะเป็นสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานภาครัฐจัดร่วมกับวัด โปรแกรมต่างๆควรมีองค์ประกอบท่องเที่ยวเพื่อเป็นแรงจูงใจร่วมกับทำบุญและปฏิบัติธรรม ทั้งนี้บริษัททัวร์ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ปกครองและสถาบันการศึกษาต้องเป็นผู้ให้ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อจัดสิ่งกระตุ้น (สิ่งจูงใจ) ทั้งการท่องเที่ยว การทำบุญ และการปฏิบัติธรรม ว่าได้รับประโยชน์อย่างไร ทั้งนี้ต้องมีการประชาสัมพันธ์และมีการกำหนดโปรแกรมร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งแนวคิดนี้จะสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจ (Motivation) ที่ว่า แรงขับภายในหรือแรงจูงใจที่จะชักนำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งบุคคลอาจจะเกิดความต้องการท่องเที่ยวก่อน เนื่องจากเกิดความเครียดจึงเกิดแรงขับ ให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวธรรม/ปฏิบัติธรรม ซึ่งมีความเชื่อถือว่าได้ผลบุญจากการท่องเที่ยวทัวร์ธรรม และยังได้ท่องเที่ยวอีกด้วย ยังสามารถลดความเครียดซึ่งก็คือเกิดความพึงพอใจด้วย (Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 84)

5. มีเว็บไซต์ของวัดเชื่อมโยงกับทาง ททท. วัฒนธรรมจังหวัดหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ฯลฯ) ถือว่าได้รับความนิยมสูงมาก เป็นการเผยแพร่ธรรมเนื่องจากโซเชียลเน็ตเวิร์คนั้นถือว่าเป็นกลุ่มชุมชนที่ร่วมกันสร้างสรรค์ โดยมีการเข้าอกเข้าใจระหว่างกัน มีการให้ข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน เกิดการบริหารความประทับใจและสามารถโต้ตอบปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มเดียวกันได้อย่างเฉพาะเจาะจง รวมทั้งสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดี

ระหว่างกันด้วย (Solomon, 2018, p. 422) รวมทั้งการใช้แอปพลิเคชันแอสซี หรือคิวอาร์โค้ดตามแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งใช้ EBook เพื่อสอนปฏิบัติธรรมเบื้องต้น เช่น สวมนมดและหรือกำหนดลมหายใจ ซึ่งเป็นขั้นตอนขั้นแรกของการฝึกสมาธิอย่างน้อยที่สุดขณะที่เราสวดมนต์ เราก็ไม่ต้องคิดถึงสิ่งใดเลยทำให้เกิดสติ (ความระลึกได้) (สัมปะชัญญะ) ความรู้ตัว ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการมีสมาธินำไปสู่การเกิดปัญญา รอบรู้สิ่งที่ควรทำ ควรเว้น ควรปฏิบัติ รู้เครื่องบาปบุญคุณโทษ เป็นต้น (วชิรญาณวโรรส, 2560, น. 1-5, 16) ทั้งหมดนี้ใช้ร่วมกับคติธรรม คำกลอนและสุภาษิตสอนธรรม โดยสอนสุภาษิตตามต้นไม้ในวัดถือว่าทำให้คนได้รับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้ (Perception) ที่ว่ารับรู้ป้ายสอนธรรมที่ติดตามต้นไม้ ทำให้รับรู้เรื่องธรรม ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี เป็นการจูงใจให้ปฏิบัติธรรมตามมา (Solomon, 2018, p. 97) นอกจากนี้การไหว้พระ 9 วัด ส่วนใหญ่ได้ผลในเรื่องการทำบุญ อาจจะเพิ่มเพลงธรรมเข้าไปช่วยในระหว่างนั่งรถไปยังวัดต่างๆ ถือว่าเป็นการเรียนรู้อรรถด้วยเสียงเพลง ทั้งนี้ก็จะต้องกระตุ้นให้ทุกคนร้องเพลง อาจจะเปิดเพลงเบาๆ แล้วช่วยกันร้อง เช่น เพลง ทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว (ขับร้องโดย รวงทอง ทองลั่นทม) เพลงท่องให้จำทำให้ได้ (ศีล 5) เหล่านี้ นักท่องเที่ยวจะรู้สึกสนุก เพลิดเพลิน รวมทั้งยังมีความรู้สึกที่ดี และเพลงดังดอกไม้บาน เป็นการกำหนดลมหายใจ และถือว่าได้ปฏิบัติธรรมด้วย เหล่านี้ถือว่าสอดคล้องกับโมเดลการเรียนรู้จากประสบการณ์ (A model of learning from experience) ทำให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว และร่วมกับการปฏิบัติธรรม ส่งผลต่อเนื่องไปยังความพึงพอใจและการปฏิบัติธรรมตามเนื้อเพลงได้ในอนาคต (Hoyer, MacInnis & Pieters, 2013, p. 271)

6. สื่อดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญมาก แต่สิ่งสำคัญก็คือ กลุ่มเป้าหมายต้องชัดเจน เนื่องจากผู้ปฏิบัติธรรมส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้สื่อดิจิทัล ดังนั้นกลุ่มดิจิทัลน่าจะเหมาะสมกับกลุ่มเด็กวัยรุ่น หรือผู้ใหญ่ ทั้งนี้สำหรับเด็กน่าจะเป็นสื่อภาพเคลื่อนไหว หรือสื่อกราฟิก การ์ตูนต่างๆ สำหรับวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมา น่าจะมีสื่อดิจิทัลภาษาอังกฤษ จีน หรือญี่ปุ่น ขึ้นอยู่ว่ากลุ่มไหนบ้างที่มาท่องเที่ยววัด ทั้งนี้การใช้โซเชียลมีเดีย รวมทั้งแอปพลิเคชันผ่านมือถือได้ทั่วถึง ต้นทุนต่ำ สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality) หนังสือประกอบความจริงเสริม (Augmented reality) และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค (เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์) กำลังเป็นที่นิยม นอกจากนี้ใช้ธรรมะในการเผยแพร่ระหว่างกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมถือว่าเป็นการเผยแพร่อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องไปที่วัด ระหว่างกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมการเรียนรู้สื่อดิจิทัลดังกล่าวข้างต้นนี้ ใช้หลักการเรียนรู้ด้วยตัวเอง (Learning by doing) เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง ซึ่งเป็นแรงจูงใจของผู้บริโภค ให้ทดลองปฏิบัติด้วยตัวเอง หลังทดลองปฏิบัติโดยอ่านจากหนังสือธรรมหรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ควบคู่กับทดลองปฏิบัติ เริ่มต้นง่ายๆ ก่อน เช่น การกราบพระรัตนตรัย สวดนะโม และสวดมนต์ตามหนังสือสวดมนต์ที่มีอยู่ เนื่องจากพระพุทธรูปทรงแสดงว่าการปฏิบัติเป็นอภิปิชา คือ ปฏิบัติได้ และให้ผลได้ไม่จำกัดเวลาหรือสถานที่ โดยเพียงพยายามที่จะสร้างสติสัมปชัญญะ คือความระลึก รู้สึกตัว ทั่วพร้อมอยู่เสมอ โดยตั้งสติอยู่ที่สติปัฏฐานทั้ง 4 ได้แก่ กาย เวทนา (ไม่สุข ไม่ทุกข์ หรือเฉยๆ) จิต ธรรม จนเกิดปัญญารู้แจ้งเห็นจริง คือ รู้เห็นรูปนาม ปรมาตถ์ เกิดดับ เป็นนิจจัง ทุกขัง อนัตตา จึงถอนความยึดมั่นถือมั่น สำคัญมั่นหมายผิด ที่ว่าสัตว์ บุคคล ตัวตน เราเขาออก (พระภิกษุชาวมุขม) แสดงความสามารถได้ทุกซีกทุกทิศด้วยการปฏิบัติธรรมด้วยตัวเอง ตามทฤษฎีจิตวิทยาเป็นการปฏิบัติที่ได้ผลเกินความคาดหวัง ส่งผลต่อความ

พึงพอใจ แล้วนำไปสู่การไปปฏิบัติธรรมต่อเนื่องได้ในอนาคต (Hoyer, MacInnis & Pieters, 2013, p. 275)

7. ชาวสารการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมาก การใช้ผู้ที่ให้ข่าวสารเป็นพระที่มีชื่อเสียง จะถือว่าได้ผลดีที่สุด ส่วนดาราที่อาจจะใช้ได้บ้าง แต่ต้องเป็นคนที่มีการปฏิบัติธรรมและมีชื่อเสียงที่ดงาม

8. สมควรจะมีห้องปฏิบัติธรรมหรือลานปฏิบัติที่แยกเป็นสัดส่วนและมีความเงียบสงบมีบรรยากาศที่ดี ผู้คนไม่วุ่นวาย ทั้งนี้ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้เกิดความชัดเจนว่า ห้องปฏิบัติธรรมนั้น มีการจัดแยกประเภทจากแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร

9. ควรอยู่ในรูปของความร่วมมือระหว่างวัดเป็นหลักร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่สนใจปฏิบัติธรรมในช่วงวันหยุดหรือเทศกาล โดยต้องมีห้องปฏิบัติธรรมที่จัดเป็นทางการและเปิดได้ตลอด วัดตาลเอน และวัดมเหยงคณ์ ส่วนวัดอื่นๆ ยังไม่เป็นรูปธรรม โครงการปฏิบัติธรรมวันอาทิตย์ก็จะมีประโยชน์สำหรับคนบางกลุ่ม โดยจัดให้เป็นประเพณีขึ้นมา ทั้งนี้วัดต้องเป็นหลัก มีสถานที่ มีห้องปฏิบัติธรรม มีพระที่มีความสามารถในการสอน อาจจะจัดร่วมกับสถาบันการศึกษา ทั้งนี้อาจจะใช้สถานที่สถาบันการศึกษาแล้วเชิญวิทยากรที่เป็นพระหรือฆราวาสที่มีความรู้เข้ามาช่วยสอนก็ได้ ดังนั้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ร่วมมือกันถือว่าเป็นไปตามหลักการมีส่วนร่วม (Participation) และหลักความร่วมมือ (Collaborative) โดยมุ่งที่การสร้างสรรค์คุณค่าร่วมกัน (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2010, p. 5)

10. ส่วนแนวอื่นนั้นน่าจะมีห้องปฏิบัติธรรมของแต่ละวัดพร้อมทั้งสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทราบว่าสามารถเข้าไปร่วมปฏิบัติธรรมได้เมื่อต้องการ หรือถ้าไม่สามารถจัดครูที่สอนได้อาจจะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลใส่โปรแกรมเข้าไป หรือใส่โปรแกรมการสอนธรรมเข้าไปในหุ่นยนต์หรือตู้หยอดเหรียญในวัดก็ได้

11. การวิ่งยังไม่เหมาะสม เพราะว่าทำให้คนขาดสมาธิ สามารถทำได้โดยใช้แนวทางการสวดทำนองสรภัญญะ เริ่มต้นต้องมีสมาธิ (มีสติกำกับ) การเดินมีความเป็นไปได้มากกว่าการวิ่ง เพราะสามารถกำหนดลมหายใจควบคุมได้ การกำหนดสมาธิสามารถทำได้ทุกที่ นันทนาการเชิงธรรมขึ้นอยู่กับกลุ่มที่ใช้ เช่น ค่ายลูกเสือ ก็ใช้เพลงธรรมเข้ามาช่วยสอน การออกกำลังกายเชิงฝึกสมาธิอาจจะอยู่ในรูปของกายบริหาร โยคะ หรือรำมวยไทย

12. การปฏิบัติธรรมสามารถทำที่บ้านได้โดยไม่ต้องไปทำที่วัด การวิ่งน่าจะเร็วเกินไปไม่เหมาะกับการปฏิบัติธรรม อาจจะใช้กายบริหารแบบเข้าร่วมกับการใช้โยคะ ร่วมกับนันทนาการเสียงเพลงและสื่อที่ใช้ภาพประกอบการปฏิบัติ

13. การใช้ทำนองเพลงสบายๆ เช่น เพลงของเสถียรธรรมสถาน เพลงของชินกร วงดนตรีจีวัน โดยใช้ภาพวาดการ์ตูน ภาพจริง ภาพธรรมชาติประกอบ

14. นวัตกรรมต่างๆ สามารถนำมาใช้ในวัดยากเพราะความเป็นมรดกโลกของอยุธยา ซึ่งต้องใช้หลักอนุรักษ์วัฒนธรรม โบราณสถานสิ่งต่างๆ ไว้ การที่จะใช้หลักนวัตกรรมอะไรเข้าไปเปลี่ยนแปลงสิ่งที่เคยทำอยู่จึงยากที่จะทำงาน โดยการบริหารงานตามสายการบังคับบัญชา ใช้หลักอาวุโส และมีกรรมการวัดในการบริหารงาน การบริหารจัดการแบบรวมอำนาจ การตัดสินใจโดยเจ้าอาวาส เช่น วัดจะสร้างศาลาสักหลัง ก็จะถามความคิดเห็นของประชาชนว่าสร้างตรงนี้เหมาะสมหรือไม่ ถ้าสร้าง

ขึ้นมาแล้วจะช่วยกันระดมทุนกันอย่างไร ช่วยดูแลกันอย่างไร วัดหลายวัดจะมีกรรมการวัดแต่ไม่มีกฎหมายรองรับ

15. วัดในอยุธยาเน้นความเป็นมรดกโลก เน้นความดั้งเดิม ไม่ทำอะไรที่แตกต่างที่จะทำให้ผลเสียภาพลักษณ์ความเป็นมรดกโลก อำนาจและเป็นหน้าที่ กำหนดบทบาทโดย พรบ.คณะสงฆ์ และข้อห้ามโดยเถรสมาคม ดังนั้นในกรณีที่เจ้าอาวาสอาพาตอยู่โรงพยาบาล ผู้ช่วยเจ้าอาวาส และคณะสงฆ์ไม่สามารถจัดการใดที่แตกต่างจากแนวทางปฏิบัติเดิม โดยไม่สามารถนำหลักนวัตกรรมการใดๆ เข้ามาใช้ได้เลย ยกเว้นวัดที่เจ้าอาวาสอยู่จึงจะสามารถดำเนินการได้

16. การจัดประกวดสำหรับการปฏิบัติธรรมจะวัดกันลำบาก

17. การปรับเปลี่ยน/เพิ่มเติมเส้นทางแสวงบุญสู่เส้นทางแสวงธรรมสามารถทำได้ โดยต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เข้ามาช่วยโดยเฉพาะในวัดต้องจัดสถานที่ให้ ใช้หลักไตรสิกขา ศีล สมาธิ ปัญญา เพื่อพัฒนาจิตใจ และปัญญา แต่ปัญหาก็มีมากสำหรับกลุ่มเด็กจึงต้องอาศัยนันทนาการเข้ามาช่วย เช่น สอนโดยใช้เพลงเพลงธรรม อีกทั้งครูที่สอนต้องมีเทคนิคการสอนที่น่าสนใจซึ่งจะทำให้เด็กมีอารมณ์ร่วมรู้สึกสนุกที่จะเรียนด้วย

18. ภาคฤดูร้อนหากผู้หญิงไปบวชชีพร่าหมณ์คิดว่าน่าจะมีควมคู่กันไปกับโครงการอุปสมบทหมู่ภาคฤดูร้อน

19. เหตุจูงใจในการปฏิบัติธรรมก็คือมีแรงจูงใจหรือแรงกระตุ้นหรือมีปัญหาชีวิตหรือเห็นพ่อแม่เป็นต้นแบบแล้วลองทำตามพอทำแล้วรู้สึกจิตใจสบายขึ้น บางคนจะได้รับการชักชวนจากญาติ คนรู้จักชวนมา มักจะเริ่มด้วยสวดมนต์ ทำวัตรเช้า ฟังพระเทศนา ตามด้วยการนั่งสมาธิ กำหนดลมหายใจเข้าออกเบื้องต้น โดยพระที่มีความเชี่ยวชาญในการสอน มีประสบการณ์ทั้งการสอนและการปฏิบัติธรรม เริ่มต้นของการปฏิบัติธรรมน่าจะเริ่มจากการรักษาศีล 5 ก่อนทำให้ไม่อยากฆ่าสัตว์ ไม่เบียดเบียนใคร ไม่ขโมยของใคร โลก ความหลง ลดลง ส่วนการฝึกทำสมาธิอาจจะจะมีพระอาจารย์ช่วยสอนหรือฝึกเองก็ยากทั้ง 2 อย่าง เพราะเกิดนิรวณ ปวดเมื่อย ไม่อดทน ขันติไม่มี ความเพียรไม่มี ต้องใช้ความอดทนปฏิบัติแบบค่อยเป็นค่อยไป ปฏิบัติแล้วทำให้มีความสุขขึ้น บางคนอาจจะมารับศีลที่วัดโดยค้างคืน คนส่วนใหญ่ไม่มีเวลาที่จะไปวัด เพราะต้องทำงาน ดูแลครอบครัว ดังนั้นการประยุกต์ใช้ธรรมด้วยตัวเอง ก็คือ สวดมนต์ด้วยตัวเอง รักษาศีล ฝึกสมาธิ โดยกำหนดลมหายใจเข้าออกซึ่งจะนำไปสู่การเกิดปัญญา

20. การจัดประเภทวัด จำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติธรรมเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มทำบุญ/ทำทานร่วมกับการท่องเที่ยว (2) กลุ่มปฏิบัติธรรมเน้นกลุ่มที่ปฏิบัติธรรมโดยเฉพาะ แต่หากแยกประเภทตามแนวนโยบายของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ มีดังนี้ แบ่งเป็น 4 ลักษณะ (1) วัดทั่วไป เน้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับทำบุญ ทำทาน ไหว้พระ (2) วัดอุทยานการศึกษา เน้นการปฏิบัติธรรมซึ่งต้องมีลักษณะดังนี้ การเรียนรู้ธรรมและปฏิบัติธรรมเป็นหลัก สภาพแวดล้อมที่สะอาด สว่าง สงบ และร่มรื่น อาจจะมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านถิ่น (1) อาจจะมีการส่งเสริมสร้างงานอาชีพ รวมทั้งมีสุขภาพจิตสอนธรรมะ มีแผนผังป้ายบอกทาง (3) วัดที่เป็นต้นแบบด้านสภาพแวดล้อม มีสวนหย่อม ดอกไม้ หรือลานพักผ่อน ลานธรรม (4) วัดพัฒนาเป็นต้นแบบการปฏิบัติธรรม/วิปัสสนา/กรรมฐาน เช่น วัดเหยงคณ์ วัดตาลเอน ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากโดยเฉพาะในส่วนวันหยุดติดต่อกันหลายวัน (5) วัดที่ส่งเสริมอาชีพและสร้างงานให้กับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม (6)

วัดที่เน้นการทำบุญทำทานไหว้พระ ตัวอย่าง วัดใหญ่ชัยมงคลถือว่าทำบุญ/ทำทานเป็นหลักแต่มีศูนย์ปฏิบัติธรรมแยกต่างหาก ซึ่งขาดการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบ จึงไม่ได้รับความนิยมเลย

21. หน้าที่ภารกิจของสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (1) การส่งเสริมกิจการงานพระพุทธศาสนา (2) ต้องรับทราบและรับฟังนโยบายผู้ปกครองสูงสุดของจังหวัด ทั้งนี้ต้องบูรณาการร่วมกันในภารกิจที่กำหนดตามกฎหมายกระทรวง และในภารกิจที่เป็นแนวนโยบายของคณะสงฆ์ แล้วก็เป็นภารกิจหลักตามยุทธศาสตร์ของจังหวัด

22. วัดที่เป็นตัวอย่างสำหรับการท่องเที่ยวเชิงธรรมะควรจะสงบ เรียบง่าย ร่มรื่น มีการจัดให้เกิดการปฏิบัติธรรมอย่างเป็นรูปธรรมทุกวันที่เป็นรูปธรรม มีห้องปฏิบัติ หรือลานปฏิบัติธรรมทุกวัน และมีพระที่สอนหรือมัททายกเป็นผู้นำการปฏิบัติธรรม

23. ให้ความร่วมมือระหว่างวัดและชุมชน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ใช้หลักสร้างเศรษฐกิจชุมชน แก้ปัญหาความยากจนให้เกิดการกระจายรายได้ ในชุมชนทั้งนี้โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงหรือใช้หลักมัชฌิมา ปฏิปทา คือ การเดินสายกลาง พออยู่ พอกิน พอใช้ พอประมาณ

24. วัดบางวัดที่มีความเป็นเชิงพาณิชย์ เพราะวัดมีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาทำนุบำรุงวัด ซึ่งยังขาดหน่วยงานมาสนับสนุน โดยอาจจะทำในลักษณะตู้แอมรน้อยหยอดเหรียญเพื่อให้บริจาคเวลาหยอดเหรียญจะมีเสียงพระสวดให้พร ซึ่งจะทำให้เด็ก ๆ ญาติโยม และมีความรู้สึกอยากมาทำบุญ ส่วนพื้นที่วัดอาจจะทำในรูปตลาดนัดโดยแบ่งพื้นที่ให้ชาวบ้านนำสินค้ามาขายนำรายได้ให้ชาวบ้านและชุมชน

นักวิชาการ/มัททายก/มัททายิกา/ชุมชน/นักท่องเที่ยว ผู้ปฏิบัติธรรมได้ในชีวิตประจำวัน

1. โครงการจิตอาสา บำเพ็ญประโยชน์ต่างๆ จะต้องเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาหรือชุมชน กับวัด โดยจัดในวันต้องเป็นวันเสาร์อาทิตย์ หรือวันหยุดราชการติดต่อกันหลายวัน ซึ่งจะต้องอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษาและวัดเข้ามาช่วย

2. การบำเพ็ญประโยชน์ทำบุญเพื่อพ่อ จะต้องได้รับความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาหรือชุมชน กับวัด จะไม่สามารถดำเนินการได้ ซึ่งการบำเพ็ญประโยชน์ถือเป็นการได้บุญอย่างหนึ่งถวายเป็นพระราชกุศลแต่ในหลวงรัชกาลที่ 9

3. การบำเพ็ญประโยชน์เพื่อทำบุญเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยว และชุมชน มีการดำเนินกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา ร่วมกันได้แก่ การสวดมนต์ข้ามปี การอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประติมากรรม การใช้นวัตกรรมดิจิทัลอธิบายโบราณสถานเก่าๆ ซึ่งมีประวัติความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของชาติ เช่น บาร์โค้ด นอกจากนี้ อาจจะมีการรณรงค์การแต่งกายด้วยชุดไทยย้อนยุคมาทำกิจกรรมที่วัดร่วมกันจัดกิจกรรมวันสงกรานต์วันขึ้นปีใหม่

จากข้อ 1.-3. สอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจ กล่าวคือ เกิดแรงจูงใจที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม โดยได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่ว่า การสร้างความดีเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแก่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 เนื่องจากมีความจงรักภักดีอย่างมากต่อรัชกาลที่ 9 ซึ่งถือว่าเป็นผู้อิทธิพลที่มีพลังที่ใช้เป็นหลักในการอ้างอิง (Reference) ส่งผลให้พฤติกรรมที่จะตอบสนองความต้องการให้บรรลุนเป้าหมาย และจากอิทธิพลของความจงรักภักดีทำให้เกิดการบอกต่อ (Word-of-Mouth) ไปยังการ

บอกต่อบุคคล เพื่อน ญาติ คนรู้จัก และพฤติกรรมซ้ำการท่องเที่ยวซ้ำ (Repeat behavior) อยู่ในรูปของการสะสมความดีหรือสะสมแต้ม (Schiffman & Wisenblit, 2015, pp. 84, 158, 168, 234)

4. หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงปรับมาจากหลักทางพระพุทธศาสนาอยู่แล้ว โดยการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งร่วมกับชุมชน ให้เดินทางสายกลางโดยใช้หลัก “มชฌิมปฏิปทา” กล่าวคือ พอเพียง พออยู่ พอกิน พอประมาณ (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2558) ทั้งนี้ต้องหาอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งอาจจะเป็นภูมิปัญญาของชุมชนนั้นที่อาจมีอยู่ แต่ได้ละเลยไป โดยกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างวัดกับชุมชน นวัตกรรมทางท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์แบบวิถีชีวิต นอกจากนี้ประวัติศาสตร์เอาของใช้ในธรรมชาติมาเป็นเครื่องนวด ยาสมุนไพร ของเล่นเด็กจากวัตถุดิบธรรมชาติ หรือวิธีการทำขนมต่างๆ เป็นนวัตกรรมของชาวบ้านที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ทุกฝ่ายต้องช่วยกันโฆษณาประชาสัมพันธ์

การใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตรงกับหลักธรรม คือ “สัปปริสธรรม 7 ที่ว่า” รู้เหตุ รู้ผล รู้ตน รู้ประมาณ รู้กาลเวลา รู้สังคม/ชุมชน รู้บุคคล เป็นกุศลธรรมที่ทำให้บุคคลเป็นคนดี โดยไม่ขึ้นอยู่กับชาติกำเนิด ฐานะ ความเป็นอยู่ หรือความมีการศึกษาสูง บุคคลใดเป็นผู้รู้จักเหตุ รู้จักผล รู้จักตน รู้จักความพอดี รู้จักเวลา รู้จักชุมชนหรือสังคม และรู้จักเลือกคบคน มีหลักดังนี้ (1) ความพอประมาณ เป็นผู้รู้จักประมาณ และผู้รู้จักตน (2) ความมีเหตุผล เป็นผู้รู้จักเหตุและรู้จักผล (3) การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว เป็นผู้รู้จักกาล และรู้จักตน ชุมชน และรู้จักบุคคล ซึ่งทั้งหมดนี้ใช้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง (แก้ว ชิตตะขบ, 2554)

5. การทำบุญสามารถทำได้หลายแบบ เรียกว่า บุญกิริยาวัตถุ โดยย่อมี 3 อย่าง คือ การบริจาคทาน รักษาศีล และการเจริญภาวนา การปฏิบัติธรรมนั้นไม่จำเป็นต้องไปนั่งสมาธิเสมอไป การทำทานก็เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติธรรม เพราะขณะเราทำบุญใส่บาตรนั้นเราจะต้องตั้งสมาธิ หลังจากนั้นก็จะเป็นการอุทิศส่วนกุศลให้กับบิดามารดา และบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยรู้จักแม่เมตตา โดยใช้ปัญญาทำให้จิตใจบริสุทธิ์ผ่องใส ในประเด็นนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้ธรรม และปฏิบัติธรรมได้ทั้งหมดนี้เรียกว่า ศีล โดยต้องโยงไปที่ ศีล สมาธิ และปัญญา

6. ในการเลือกไปปฏิบัติธรรมของบุคคลทั่วไปนั้น คือ (1) พระที่สอนธรรมต้องมีลักษณะที่ดีสามารถบรรยายธรรม โดยต้องมีความรอบรู้ในเรื่องที่สอนเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ (2) หลักปฏิบัติธรรมต้องไม่ลำบากไม่ทรมาน สามารถนำไปปฏิบัติเองที่บ้านได้ถ้ามีความตั้งใจ (2) สถานที่ที่ต้องใช้ในการปฏิบัติธรรมต้องมีความเหมาะสม กล่าวคือ ในการเลือกสถานที่ในการปฏิบัติธรรมนั้น ต้องยึดหลักความสบาย สะอาด สว่างและสงบ (พระธรรมฐิติญาณ, 2560)

7. การดึงคนที่มาทำบุญอยากมาปฏิบัติธรรม อาจจะต้องใช้การประชาสัมพันธ์ในวัดและเพิ่มเติมเข้าไปในโปรแกรมทัวร์ โดยชี้ว่าการปฏิบัติธรรมเป็นอานิสงค์ที่ยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสถานศึกษาและครอบครัวด้วย นอกจากนี้ยังต้องใช้กิจกรรมนั้นทนการเชิงธรรมเข้ามาช่วย นอกจากนี้อาจใช้หลักธรรมอหิสา 4 เข้ามาช่วย ซึ่งเป็นธรรมะที่ช่วยให้บรรลุความสำเร็จ 4 ประการคือ (1) ฉันทะ ความพอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น (2) วิริยะ ความพากเพียรในสิ่งนั้น (3) จิตตะ ความเอาใจใส่ฝึกฝนในสิ่งนั้น (4) วิมังสา ความหมั่นสอดส่องในเหตุผลของสิ่งนั้น (สมเด็จพระ

พระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส, 2560, น. 17) ใช้แนวคิดว่าการทำบุญย่อมได้บุญทั้งชาตินี้และชาติหน้า

8. มีเว็บไซต์ของวัดเชื่อมโยงกับทาง ททท. วัฒนธรรมจังหวัดหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น) ถือว่าได้รับความนิยมสูงมาก เป็นการเผยแพร่ธรรม รวมทั้งการใช้แอปพลิเคชันแอสซี หรือคิวอาร์โค้ดตามแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งใช้ E-Book เพื่อสอนปฏิบัติธรรมเบื้องต้น เช่น สอนมนต์และหรือกำหนดลมหายใจ ทั้งหมดนี้ใช้ร่วมกับคติธรรม คำกลอนและสุภาษิตสอนธรรม โดยสอนสุภาษิตตามต้นไม้ในวัดถือว่าทำให้คนได้รู้ นอกจากนี้การไหว้พระ 9 วัด ส่วนใหญ่ได้ผลในเรื่องการทำบุญ อาจจะเพิ่มเพลงธรรมเข้าไปช่วยในระหว่างนั่งรถไปยังวัดต่างๆ

9. การใช้สื่อคำกลอนหรือสุภาษิตที่ติดตามต้นไม้ในวัด โดยโปรแกรมการท่องเที่ยว อาจจะแทรกการปฏิบัติธรรมเข้าไป อาจจะมีการฝึกปฏิบัติธรรมโดยกำหนดลมหายใจเข้าออกประมาณ 5-10 นาที ทั้งนี้ควรมีอยู่ในโปรแกรมทัวร์ ใกล้เคียงต้องมีความรู้และปฏิบัติธรรมได้ด้วย ทั้งนี้สื่อในการสอนต้องทำเป็นสื่อรูปภาพพร้อมคำบรรยายประกอบ สามารถจัดห้องปฏิบัติธรรมได้ ทั้งนี้ต้องมีอาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการสอน อีกทั้งยังต้องปฏิบัติได้จริงด้วย การใช้คาราเข้าช่วยได้แต่คาราควรปฏิบัติธรรมได้จริงและเป็นต้นแบบที่ดี

10. อาจจะเป็นห้องปฏิบัติธรรมหรือลานธรรมที่เหมาะสม สิ่งนี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวอื่นที่เข้าไปเกิดการสังเกตและเกิดการเรียนรู้ ซึ่งในเรื่องนี้สามารถอภิปรายผลได้ว่า เป็นกระบวนการเรียนรู้จากการสังเกต (The observational learning process) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ (1) ความตั้งใจ (Attention) เป็นขั้นที่ผู้บริโภครู้สึกสนใจในพฤติกรรม (2) ความทรงจำ (Retention) เป็นขั้นที่ผู้บริโภครู้จำพฤติกรรมได้มุ่งพฤติกรรมตามโมเดล (3) กระบวนการผลิต (Production processes) เป็นขั้นที่ผู้บริโภครู้สามารถปฏิบัติตามได้ (4) การจูงใจ (Motivation) เป็นสถานการณ์ที่ผู้บริโภคนำพฤติกรรมมาใช้ประโยชน์ได้ (5) การเรียนรู้การสังเกต (Observational learning) เป็นขั้นที่ผู้บริโภครู้สามารถสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้มาใช้ประโยชน์ได้ในภายหลัง (Solomon, 2017, p. 143) ดังนั้นห้องปฏิบัติธรรมจึงต้องมีป้ายบอกทางที่ชักนำนักท่องเที่ยวให้เข้าไปได้พบเห็น แล้วจึงจะเกิดการเรียนรู้โดยการปฏิบัติธรรมจากการสังเกต แล้วสามารถจูงใจให้เข้าไปร่วมปฏิบัติธรรมได้ หรือนำแนวทางปฏิบัติที่พบเห็นไปปฏิบัติต่อเองที่บ้าน

11. จำเป็นอย่างยิ่งต้องได้รับความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาและผู้ปกครองเด็ก สถานที่สอนธรรมอาจจะเป็นวัด โรงเรียน หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นก็ได้ ซึ่งในเรื่องนี้จะเห็นว่าการเรียนรู้ธรรม ปฏิบัติธรรมนั้น จะอาศัยวัดแต่เพียงฝ่ายเดียวนั้นยากมาก กล่าวคือ โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัยต้องจัดโครงการต่างๆ ที่เสริมการเรียนรู้ธรรม/ปฏิบัติธรรมเข้าไปด้วย เช่น การเข้าค่ายบำเพ็ญประโยชน์ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อนุรักษ์วัฒนธรรม สามารถเพิ่มเติมการเรียนรู้ธรรมเข้าไปด้วยได้ รวมทั้งผู้ปกครองต้องเป็นต้นแบบนำการปฏิบัติธรรมให้กับบุตรหลาน ชักนำ/นำพาให้เกิดการปฏิบัติธรรม เพื่อให้บุตรหลานปฏิบัติตามกฎหมายของผลกระทบต่อการเอาเป็นตัวอย่าง (Haro effect) หรือเลียนแบบสิ่งที่ดี ผู้ปกครองจึงถือว่าเป็นกลุ่มอิทธิพลที่สำคัญ (Reference group) (Schiffman & Wisenblit, 2015, pp. 198, 234)

12. วัดในการปฏิบัติธรรมสำหรับผู้ใหญ่น่าจะเป็นแบบสวนโมกข์ หรือวัดมเหยงคณ์ หลักเบื้องต้นจะเกี่ยวข้องกับศีล สมาธิ ปัญญา ส่วนสถานที่วัดต่างจังหวัดน่าจะเหมาะสมกว่าวัดในกรุงเทพฯ

13. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากจะเป็นมรดกโลกที่มีประวัติศาสตร์ วัดโบราณสถานที่เก่าแก่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้มาทำบุญ ทำทาน ไหว้พระ และปฏิบัติธรรม

14. การจัดประเภทวัดในพระนครศรีอยุธยาที่เน้นการปฏิบัติธรรม มีอยู่ 2 วัด คือ วัดมเหยงคณ์ และวัดตาลเอน ส่วนวัดที่เน้นทำบุญ ทำทาน ไหว้พระ มีอยู่ 4 วัด คือ (วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่าการ้อง วัดหน้าพระเมรุ)

15. หลักพุทธศาสนาที่สำคัญคือ ศีล สมาธิ ปัญญา จะนำมาสู่หลักอริยสัจ 4 กล่าวคือ ศีล คือการละเว้นความชั่ว กระทบความดี สมาธิ คือการปฏิบัติธรรมต้องสำรวม มีสติ รู้เท่าทันสิ่งต่างๆ ปัญญา คือสิ่งที่ควรทำควรเว้นและปฏิบัติเราจะบรรลุได้ก็ต้องมีปัญญาถึงสิ่งเหล่านั้น

16. การแสวงบุญซึ่งก็คือการทำบุญเป็นธรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งสามารถนำหลักการมาใช้ในการชีวิตประจำวันซึ่งจะนำไปสู่ความสุข ซึ่งในประเด็นนี้สอดคล้องกับประเด็นที่ว่า การปฏิบัติธรรมสามารถทำได้ด้วยตัวเอง (Learning by doing) ก็คือการเรียนรู้ปฏิบัติจากประสบการณ์ตรงแบบลองผิดลองถูก เช่น สวดมนต์ ฝึกกำหนดลมหายใจเข้าออกตัวเอง เป็นต้น ซึ่งเมื่อปฏิบัติแล้วรู้สึกมีความสุขถือว่าเป็นการเสริมแรงด้านบวก ก็จะเกิดพฤติกรรมซ้ำ (Repeat behavior) ตามโมเดลการเรียนรู้การวางเงื่อนไขในการปฏิบัติ (A model of instrumental conditioning) (Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 158)

17. การจัดประเภทวัดในพระนครศรีอยุธยาที่เน้นการปฏิบัติธรรม มีอยู่ 2 วัด คือ วัดมเหยงคณ์ และวัดตาลเอน ส่วนวัดที่เน้นทำบุญ ทำทาน ไหว้พระ มีอยู่ 4 วัด คือ (วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดท่าการ้อง วัดหน้าพระเมรุ)

18. พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งที่มีประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นโบราณสถานที่ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก อาหารและของฝากที่สร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นแก่อยุธยา เป็นที่รู้จักกันทั้งคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่นิยมซื้อเป็นของฝาก เนื่องจากมีรสชาติดี นั่นคือ “โรตีสายไหม”

19. วัดท่าการ้อง เป็นที่นิยมมากเนื่องจากมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายอีกทั้งมีตลาดน้ำติดแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งมีทัศนียภาพที่งดงาม นอกจากนี้ยังมีสินค้าอื่นๆ เช่น สินค้าพื้นบ้าน คือสิ่งประดิษฐ์ และเครื่องจักสาน ส่วนสินค้าที่นิยมซื้อเป็นของฝากได้แก่ โรตีสายไหม ปลาตะเพียน กิจกรรมการตลาดอาจจะเน้นสินค้าพื้นเมือง ตลาดน้ำอาจจะมีสินค้าจำพวกอาหาร

20. การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวโบราณสถาน ร่วมกับทำบุญไหว้พระ ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มที่มาปฏิบัติธรรมโดยเฉพาะ ทั้ง 2 กลุ่มนี้จะนิยมมาในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดติดต่อกันหลายวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา

เจ้าอาวาส/ผู้แทน โดยแยกเป็น (1) กลุ่มที่ 1 วัดที่เน้นการปฏิบัติธรรม ได้แก่ วัดมเหยงคณ์ วัดตาลเอน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 วัดที่เน้นการปฏิบัติธรรม ได้แก่ วัดมเหยงคณ์ และวัดตาลเอน

วัดมเหยงคณ์

วัดมเหยงคณ์ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ด้านซ้ายมือ (ทิศตะวันตก) เป็นเขตโบราณสถาน que แสดงถึงศิลปะอันปราณีตงดงาม ส่วนพื้นที่ด้านขวามือทั้งหมดเป็นสำนักวิปัสสนากรรมฐาน ทั้งหมดพื้นที่ประมาณ 4 เท่าของเขตโบราณสถาน สรุปลงการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะวัดมเหยงคณ์มีดังนี้

1. จุดเด่นวัดมเหยงคณ์ เป็นวัดที่มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การปฏิบัติธรรม/วิปัสสนากรรมฐาน และส่วนสถานที่ที่เป็นโบราณสถาน ดังนั้นวัดนี้จึงเป็นทางเลือกให้กับคน 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มปฏิบัติธรรม/วิปัสสนากรรมฐาน และอีกกลุ่มมาท่องเที่ยวสถานที่ที่เป็นโบราณสถาน วัดนี้จึงถือว่าเป็นวัดที่มีจุดเด่น ทั้ง 2 ประการ ทั้งโบราณสถานและปฏิบัติธรรม

2. เหตุจูงใจในการมาวัดมเหยงคณ์ ผู้ที่มีเหตุจูงใจและวัตถุประสงค์ 2 ประการ ดังนี้

2.1 มาเพื่อปฏิบัติธรรมเพื่อความสงบสุขด้านจิตใจซึ่งเป็นพลังสิ่งกระตุ้นจากภายในจิตใจของแต่ละบุคคลให้บุคคลปฏิบัติแล้วผลักดันให้เขาเกิดพฤติกรรมนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการคือ ความพึงพอใจ การจูงใจ (Motivation) พฤติกรรม (Behavior) ผลลัพธ์ (Results) ความพึงพอใจ (Satisfaction) (Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 65) สำหรับกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมหรือนักท่องเที่ยวบางคนเกิดความต้องการซึ่งเป็นการจูงใจนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมตามกระบวนการจูงใจ (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) ตามหลักอริยะสัจ 4 คือ มรรค

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

ตารางที่ 4.52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอริยะสัจ 4 และกระบวนการจูงใจ

กระบวนการจูงใจ (The motivation process)	ตามหลักอริยะสัจ 4 (ความจริงอันประเสริฐ 4 ประการ)
(1) เกิดความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled needs, wants, and desires) เช่น มีความโลภ โกรธ หลง เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้เป็นเหตุแห่งทุกข์	1. ทุกข์ คือความไม่สบายกายไม่สบายใจ สาเหตุจากความโลภ โกรธ หลง
(2) จะนำไปสู่การเกิดความเครียด (Tension) ซึ่งเป็นความไม่สบายใจตามหลักอริยะสัจ 4 ก็คือทุกข์ซึ่งจะนำไปสู่การหาสาเหตุแห่งทุกข์ (สมุทัย) และวิธีดับทุกข์ในขั้นต่อไป	
(3) เกิดแรงขับ (Drive) เป็นแรงผลักดันภายในของบุคคลที่สามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมออกมา	2. สมุทัย คือ การหาสาเหตุแห่งทุกข์
(4) เกิดพฤติกรรม (Behavior) ที่บุคคลแสดงออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ (Personality) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) และทัศนคติ (Attitudes) ของแต่ละบุคคล ก็คือนิโรธ คือ การดับทุกข์	3. นิโรธ คือ การดับทุกข์ มรรค ข้อปฏิบัติก็คือให้พ้นทุกข์ ตามหลักพุทธศาสนาแสดงว่าเกิดปัญญาอันเห็นชอบว่าสิ่งนี้ทุกข์ สิ่งนี้เหตุให้เกิดทุกข์ สิ่งนี้ทางให้เห็นถึงความดับทุกข์ ได้ชื่อว่ามีมรรค มงคล 8 ประการ คือ ปัญญาอันเห็นชอบ ดำริชอบ เจรจาชอบ ทำการงานชอบ เลี้ยงชีวิตชอบ ทำความเพียรชอบ ตั้งสติชอบ ตั้งใจชอบ
(5) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คือ ตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น (Goal or need fulfillment)	
(6) ทำให้สามารถลดความตึงเครียดลงได้ (Tension reduction)	

ที่มา : สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส (2560, น. 26-27) ; Schiffman & Wisenblit (2015, pp. 84-85)

(2.2) มาเพื่อท่องเที่ยวโบราณสถานอันเก่าแก่ มีคุณค่าสมกับความเป็นมรดกโลกของอยุธยา จาก 2 ประการที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันนี้ จะเห็นว่าวัดมเหยงคณ์มีศักยภาพสูงมากใน 2 ประการ คือ กลุ่มที่มาปฏิบัติธรรมอยู่แล้วจะสามารถบอกต่อเพื่อน ญาติ คนรู้จักให้เข้ามาปฏิบัติทั้งแบบปากต่อปาก หรือผ่านโซเชียล เช่น ไลน์ และเฟซบุ๊ก เป็นต้น

วัดตาลเอน

ในรูปของการใช้สื่อดิจิทัลที่จะใช้โปรโมท จะมีเว็บไซต์ซึ่งในเว็บไซต์ที่แจ้งปฏิทินการทำกิจกรรม ว่าในแต่ละปีจะมีกิจกรรมสวดมนต์ หรือปฏิบัติธรรมในช่วงไหนบ้าง กิจกรรมส่วนนี้ก็จะไป

อยู่ในแอปพลิเคชันด้วย กิจกรรมแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ชั้นเริ่มต้น ชั้นกลาง ชั้นสูงสุด ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติ หลักสูตรที่สอนแรกๆ จะเจาะเรื่องอายุ แต่คิดว่าอายุไม่น่าจะเป็นปัจจัยที่กำหนดในหลักสูตรที่จะสอนได้ บางคนก็ต้องอยู่ในขั้นตอนซึ่งไม่เคยปฏิบัติเลย ถ้าเป็น Innovative ก็จะเป็นเรื่องที่บาร์โค้ดหรือเออาร์โค้ด สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยทำงานหรือกลุ่มวัยรุ่นเพื่อทำการเข้าไปหาข้อมูลของวัดได้ อาจจะใช้ในเรื่องของความเป็นมาของวัด กิจกรรมของวัด อาจจะเป็นแต่ละเรื่องทีลงรายละเอียดไปอีก เช่น หลักธรรมะในข้อต่างๆ ก็จะมีคิวอาร์โค้ด เป็นไปในลักษณะแต่ละตัวของหลักธรรมข้อนั้นๆ ได้ ซึ่งใช้งบที่ไม่แพง และสามารถที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับทุกวัดได้ เพราะหลักคำสอนไม่ว่าจะค้นหาที่วัดไหนก็จะมาลงที่หลักคำสอนกลางเรื่องเดียวกัน

โครงการนวัตกรรมเติมเต็มบุญ ของวัดตาลเอนเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9 ดังนี้

ขั้นที่ 1 การกำหนดกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการเติมเต็มบุญ ดังนี้ (1) กลุ่มสถาบันการศึกษาที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงวัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา (2) กลุ่มนักท่องเที่ยว/พุทธศาสนิกชนที่ไม่เคยปฏิบัติธรรมมาก่อนเลย (3) กลุ่มที่เคยปฏิบัติธรรมมาแล้วเป็นประจำ ซึ่งโครงการนี้ สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่ม โดยการสะสมบุญในระยะเวลาสั้น คือ 1 วัน 3 วัน 7 วัน 1 เดือน หรือระยะยาวแล้วแต่โปรแกรมของวัด แล้วทางวัดจะออกประกาศนียบัตรให้

ขั้นที่ 2 การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการเติมเต็มบุญ เพื่อให้กลุ่มต่างๆ เริ่มต้นปฏิบัติธรรม โดยสิ่งจูงใจก็คือ การอุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9 และเชื่อว่า การปฏิบัติธรรมเป็นอานิสงค์ (บุญ) อันยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ

ขั้นที่ 3 การจูงใจให้เข้าโครงการเติมเต็มบุญ โดยจูงใจให้สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ให้ใช้เวลาในวันหยุด โดยเฉพาะวันหยุดนักขัตฤกษ์ติดต่อกันหลายวัน รวบรวมหรือจัดโครงการเพื่อนำนักศึกษาที่มาที่วัดใดวัดหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่เน้นการปฏิบัติธรรมเป็นหลัก ซึ่งในกรณีนี้กลุ่มต่างๆ เหล่านี้ได้รับการเชิญชวน บางคนมาด้วยความสมัครใจ บางคนก็มาแบบขัดไม่ได้ให้เข้าร่วมปฏิบัติธรรม ผู้เข้าปฏิบัติธรรมจะเกิดโมเดลลำดับขั้นตอนของผลกระทบ (Hierarchy of effect model) ซึ่งขั้นแรกก็คือเกิดการรู้จัก (Awareness) และเกิดความรู้ในรายละเอียดการปฏิบัติธรรม (Knowledge) แล้วเกิดความชอบ (Liking) ความพอใจ (Preference) เกิดความเชื่อมั่น (Conviction) จากการที่ได้รับรู้จากพระอาจารย์ที่สอน เพื่อนร่วมปฏิบัติธรรมด้วยกัน นำไปสู่การตัดสินใจปฏิบัติธรรมในที่สุด (Behavior) (Belch & Belch, 2015, p. 159; Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 153)

ขั้นที่ 4 นวัตกรรมข่าวสาร เน้นข่าวสารและสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้เข้าร่วมโครงการเติมเต็มบุญในวัดตาลเอน ดังนี้ เน้นข่าวสารนวัตกรรมที่ใช้สื่อเผยแพร่ธรรมะและจูงใจให้ปฏิบัติธรรม โดยใช้หลักให้เกิดการรับรู้ ว่า อุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9 และเชื่อว่า การปฏิบัติธรรมเป็นอานิสงค์ (บุญ) อันยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ

(1) เน้นข่าวสารนวัตกรรมที่ใช้สื่อเผยแพร่ธรรมะและจูงใจให้ปฏิบัติธรรม โดยใช้หลักให้เกิดการรับรู้ ว่า อุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9 และเชื่อว่า การปฏิบัติธรรมเป็นอานิสงค์ (บุญ) อันยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ

(2) เผยแพร่ข่าวสารดังกล่าวข้างต้น ผ่านหน่วยงานของรัฐ เช่น โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม โดยบูรณาการวางแผนการปฏิบัติการร่วมกันระหว่างวัด สถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

(3) แจกแผ่นพับให้กับกลุ่มต่างๆ ดังนี้ (1) นักท่องเที่ยว/ประชาชน/ผู้ปฏิบัติธรรม (2) กลุ่มนักเรียนนักศึกษาโดยชี้ว่าประกาศนียบัตรที่ได้รับสามารถทดแทนคะแนนในรายวิชาสังคมศึกษา/พุทธศาสนา/จริยธรรม หรือชดเชยการสอบซ่อมในบางรายวิชา (3) ชี้ถึงประโยชน์จากประกาศนียบัตรว่าเป็นประโยชน์ด้านจิตใจ คือ ได้บุญและความสุขจากการปฏิบัติธรรม

ขั้นที่ 5 นวัตกรรมสื่อที่ใช้ ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อดิจิทัล ดังนี้ (1) การจัดทำสื่อนวัตกรรม/ดิจิทัล/อินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่ธรรมและจูงใจให้ปฏิบัติ ในช่วงปิดเทอมหรือวันหยุดพิเศษติดต่อกัน สำหรับนักเรียน นักศึกษา หรือประชาชนที่สนใจ (2) ในเรื่องนวัตกรรมด้านเทคนิคการสอนที่น่าสนใจ คือ การเผยแพร่ธรรมและปฏิบัติธรรมเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และประโยชน์ด้านความสงบสุขที่ได้รับจากการปฏิบัติธรรม

ขั้นที่ 6 องค์ประกอบของการเรียนการสอนธรรมได้แก่ (1) ครูหรือพระหรือผู้เชี่ยวชาญในการสอนธรรม (2) การสร้างบรรยากาศ สถานที่ที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติธรรม (3) เทคนิคการสอนต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น ข่าวสารและสื่อที่ใช้ประกอบ ที่เน้นข่าวสารนวัตกรรมที่ใช้สื่อเผยแพร่ธรรมและจูงใจให้ปฏิบัติธรรม โดยใช้หลักให้เกิดการรับรู้ว่าการปฏิบัติธรรมเป็นอันนิจจัง (บุญ) อันยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ (4) จัดห้องปฏิบัติธรรมและ/หรือสนทนาธรรม/ห้องสมุดใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรมและมีคุณค่าด้านจิตใจ เพื่อเรียนรู้ทางศาสนากับพระภิกษุสงฆ์ด้วยภาษาต่างๆ อาจมีการออกกำลังกาย/กายบริหาร/นันทนาการปฏิบัติธรรม ร่วมกับการฝึกสมาธิ และสอนธรรม เชิงฝึกสมาธิ เช่น (1) โยคะปฏิบัติธรรม (2) ไทเก๊กประยุกต์ปฏิบัติธรรม (3) เดินสมาธิ (4) กายบริหารสมาธิ (5) ทุกอิริยาบถอื่นๆ มีการกำหนดรางวัลเกียรติคุณสำหรับโครงการระหว่างวัด สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และชุมชนที่ปฏิบัติธรรมดีเด่น เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวง ร.9 นอกจากนี้การใส่ทำนองเพลงสรภัญญะ/สอนฝึกสมาธิ บทสวดมนต์ต่างๆ รวมทั้งการสอนธรรมด้วยเสียงเพลงสำหรับกลุ่มฆราวาส

จากโครงการเติมเต็มบุญดังกล่าวข้างต้นจะสอดคล้องกับทฤษฎีการวางเงื่อนไขการปฏิบัติ (Instrumental conditioning หรือ operant conditioning) ซึ่งเป็นทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์ของการเรียนรู้โดยถือเกณฑ์ลองผิดลองถูก (Trial-and-error process) จากผลของประสบการณ์ด้านบวก (การเสริมแรง) ซึ่งคือความสุขจากการปฏิบัติธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจจากการปฏิบัติธรรม (Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 155) กล่าวคือภายหลังปฏิบัติธรรมแล้วจะมีความสุขจากการปฏิบัติ จากการทำซ้ำแล้วซ้ำอีกหลายๆ ครั้ง แต่ละครึ่งก็ได้ความสุขจากการปฏิบัติธรรมยังได้ความสุขเพิ่มเติมขึ้นจากความเชื่อถือที่ว่าปฏิบัติธรรมได้กุศลยิ่งใหญ่กว่าการทำบุญทั้งปวง

ผู้วิจัยได้ปฏิบัติการร่วมกับวัดตาลเอนคือโครงการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับวัด
ชุมชน : นวัตกรรมการสอนธรรมด้วยเสียงเพลง

กลุ่มที่ 2 วัดที่เน้นทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระและการท่องเที่ยว ได้แก่ วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุ วัดพนัญเชิงวรมหาวิหาร วัดท่าการ้อง และวัดอื่นๆ (วัดเกาะแก้ว พระจำรัส และ วัดไก่อ๊ต)

วัดใหญ่ชัยมงคล

เป็นวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โดยเป็นวัดที่สร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนต้น ในปี พ.ศ. 2135 ในแผ่นดินของพระนเรศวรมหาราช มีเหตุการณ์สำคัญที่ทำให้เข้าใจว่ามีการสร้างปฏิสังขรณ์เจดีย์ประธานวัด เพื่อเฉลิมพระเกียรติยศของพระองค์ที่ได้ชัยชนะพระมหาอุปราชาแห่งพม่า จึงทำให้เชื่อว่าเป็นที่มาของวัดใหญ่ชัยมงคล เป็นวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทั้งพระพุทธรูปไสยาสน์ ซึ่งสร้างขึ้นในแผ่นดินของพระนเรศวรมหาราช นอกจากนี้ยังมีพระพุทธรูปสำคัญหลายองค์ภายในอุโบสถ ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมและปฏิบัติธรรม มีดังนี้

1. ควรเปิดห้องปฏิบัติธรรมให้ผู้สนใจเข้าไปใช้บริการอย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีสื่อที่เป็นแผ่นพับหรือผัง สรุปการฝึกสมาธิเบื้องต้น และหรือมีบทสวดมนต์สั้นๆ ซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มต้นของการฝึกสมาธิแทนที่จะปิดไว้ โดยไม่มีโปรแกรมการปฏิบัติธรรมที่ชัดเจนทั้งนี้วัดสามารถทำให้เป็นรูปธรรมได้

2. ควรมีผังสรุปให้เห็นการฝึกสมาธิเบื้องต้นหรือมีบทสวดมนต์สั้นๆ ก็ถือว่าเป็นการเริ่มต้นของการฝึกสมาธิเช่นกัน อาจให้ผู้สนใจทดลองการปฏิบัติธรรมด้วยตัวเองประมาณ 5 นาที

3. ให้นักท่องเที่ยวระบุว่ามิกิจกรรมสร้างความดีอะไรบ้างที่ถือว่าทำดีก็จะต้องทำต่อไป มิกิจกรรมใดบ้างที่ทำไม่ตีก็ตั้งใจเลิกปฏิบัติ ให้นักท่องเที่ยวระบุว่านักท่องเที่ยวได้ไปท่องเที่ยวที่วัดใด และกิจกรรมสร้างความดีอะไรบ้าง โดยในบริเวณวัดจะต้องทำโต๊ะแล้วมีแอสแตมป์ เพื่อให้รู้ว่าผู้ปฏิบัติผ่านจุดนี้ไปแล้ว โดยเป็นกุศโลบายให้เขาทำกิจกรรมทำความดี แล้วเรียนรู้ในแต่ละจุดไป

4. ในการปฏิบัติธรรมไม่จำเป็นที่จะต้องนั่งขาวหม่นขาว ไม่จำเป็นต้องไปนั่งทั้งวัน ในชีวิตประจำวันสามารถทำได้ โดยนักวิจัยก็รอสัมภาษณ์เวลาที่ผู้ปฏิบัติเดินออกมา หากเป็นเด็กก็อาจจะให้วาดรูปให้ดูก็ได้ เพราะเราอยากรู้ในตอนนั้นว่าเขาคิดถึงอะไร เพราะความคิดของแต่ละคน ในการปฏิบัติจะไม่เหมือนกัน บางคนก็คิดไปเรื่อยๆ จนหยุดจิตที่จะคิดไม่ได้

5. ในกรณีไปไหว้พระ 9 วัดเราจะทำเป็นแรลลี่รูปใหญ่เป็นรูปวัด 9 วัดได้ โดยเรากำหนดเส้นทางออกมา เช่น เส้นทางโบราณสถาน อาจจะมีที่วัดใหญ่ชัยมงคลนี้ วัดพนัญเชิง วัดหน้าพระเมรุ วัดท่าการ้อง หรือวัดอื่นที่อยู่เส้นที่เลียบบแม่น้ำเจ้าพระยา มีการไหว้พระทางเรือได้ หรืออาจจะไหว้พระโดยใช้เส้นทางจักรยานก็ได้ จุดนี้เราก็ต้องไปออกแบบขึ้นมาเพื่อเอามานำเสนอวัดที่ไหว้พระทำบุญ ไม่ได้มีการปฏิบัติธรรม และมีการเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่อาจจะเป็นเช็คคะแนนในแรลลี่นั้น

6. หากต้องการให้ปฏิบัติธรรมก็ต้องมีข้อมูลสำหรับการปฏิบัติธรรมอยู่ตามวัดต่างๆ ซึ่งในกรณีนี้เน้นปริมาณ ไม่ได้เน้นคุณภาพของการปฏิบัติธรรม นอกจากนี้อาจใช้กิจกรรมร่วมกันสำหรับ

ทุกวัด เช่น ไหว้พระประธาน เก็บขยะ ปลูกต้นไม้ นั่งสมาธิ สวดมนต์ เป็นต้น ว่าสิ่งเหล่านี้เราสามารถทำได้หรือไม่ จำนวนเท่าใด

7. หากเรามีเอกสารให้เขาเหล่านั้นหนึ่งใบ ให้ไปตอบคำถาม จากนั้นมีการแจกรางวัล สมมติว่าให้กระดาษเขาไปว่าวันนี้มีแรลลี่ให้พวกเขาทำ ให้เขาทำตามที่เราให้ไว้ เมื่อออกมาจะมีรางวัล ให้แต่ต้องมาตอบแบบสอบถามด้วยว่าเขามีความเข้าใจกับแรลลี่มากน้อยแค่ไหน เป็นอย่างไร แต่เราต้องสร้างกิจกรรมขึ้นมาเป็นอันเดียวที่สามารถใช้ได้ในทุกๆ วัด เพราะจะได้เก็บข้อมูลออกมาได้เหมือนกัน เช่น ในการปฏิบัติธรรมออนไลน์แล้วให้เขาตอบมาทางออนไลน์ เป็นไปได้ยาก จะได้แค่กลุ่มคนแค่บางกลุ่มที่สามารถใช้ระบบออนไลน์ได้ แต่กลุ่มคนทั่วไปก็ไม่ได้เข้าถึงจุดนี้ เว็บไซต์ต่างๆ เหมาะสำหรับการดูเพื่อนำมาเป็นแนวทางปฏิบัติ แต่ไม่มีครูที่คอยแนะนำว่าทำถูกหรือผิด การนั่งควบคุมจิตให้ปล่อยวางก็ยิ่งทำได้ยากเลย

8. วัดใหญ่ชัยมงคลเป็นวัดหลวงวัดหนึ่งที่คนไทยให้ความสนใจในการเข้าไปทำบุญ ในเรื่องการสอน การเน้นการให้ความรู้ สอนธรรมะกับหน่วยงานต่างๆ หรือประชาชนทั่วไปก็จะใช้หลักการในการสอนธรรมะเป็น 4 ส. (ลีลาการสอน หรือ พุทธลีลาในการสอน หรือ เทศนาวิธี 4) ซึ่งเป็นภาษาบาลีสันสกฤต เป็นหลักการที่จะสอนธรรม ส่วนคำสำคัญอีกคำหนึ่งคือธรรมะเชิงสร้างสรรค์ หรือการแสวงบุญเชิงสร้างสรรค์ พระได้ให้คำแนะนำว่าหากเป็นในเชิงปฏิบัติเหมือนเป็นการสร้างกุศโลบายกับญาติโยมนั่นเอง เช่น กิจกรรมกฐินบุญ กฐินความดี สรรพบุญสระน้ำคุณธรรม ซึ่งแต่ละกิจกรรมต่างๆ ทำให้คนในพื้นที่หรือคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ทำความดี แทนที่จะมีผลประโยชน์ในเรื่องของตัวเงินหรือสิ่งอื่นๆ แต่ทำในรูปของความดีแทน ถือว่าเป็นรูปธรรมอีกมุมหนึ่งในคำว่าเชิงสร้างสรรค์ของธรรมะ ชวนคนทำความดีในรูปแบบสร้างสรรค์ มีการสร้างกิจกรรมขึ้นมาทำให้เกิดแนวคิดใหม่

9. ปิดโป้โพธิ์ สระน้ำคุณธรรม กฐินความดี เหล่านี้คือตัวอย่างชื่อกิจกรรมที่ในภาคปฏิบัติเรียกว่า เป็นการสะสมความดี ซึ่งเป็นการใช้ธรรมะในเชิงสร้างสรรค์นั่นเอง ส่วนในลักษณะของตัววัดนั้น โดยภาพรวมเป็นเหมือน 2 แบบ คือทั้งแบบธรรมะและการแสวงบุญ

จากแนวคิดของท่านมหาสนันวัดใหญ่ชัยมงคล ท่านได้แนะนำให้ทำต้นโพธิ์ความดีละเว้นความชั่ว “ดีให้ต่อ ชั่วให้ตัด” คณะผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่า แนวคิดของท่านมีประโยชน์มากในการที่จะทำให้ประชาชนทำความดี ละเลิกความชั่ว คณะผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของท่านมาปรับปรุงเป็นโครงการโป้โพธิ์แห่งความดีดังนี้

ผู้เข้าร่วมโครงการนี้จะสามารถทำได้ทุกเพศ ทุกวัย (ทั้งเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ) ที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวทำบุญ/ทำฐาน/ไหว้พระในวัด โดยทางวัดจัดให้มีโป้โพธิ์ ให้ผู้ที่สนใจตั้งจิตระลึกทบทวนถึงสิ่งที่เป็นความดีที่ตนจะทำ และสิ่งที่ไม่ดีที่ตนต้องการลดละเลิก โดยใช้เวลาประมาณ 5 นาทีในการสงบจิตใจให้มีสมาธิ แล้วเขียนข้อความที่เป็นความดี และสิ่งที่ไม่ดีที่ตนเองและ

ต่อหน้าพระพุทธรูปที่ศักดิ์สิทธิ์ หลังจากนั้นให้ผู้ที่ตั้งใจอธิษฐานเหล่านั้นนำไปโพธิ์ดังกล่าวไปแขวนไว้ที่ต้นโพธิ์จำลองที่ทำขึ้น

ซึ่งโครงการนี้เป็นการทำให้ผู้ที่มานั้นเกิดสมาธิจากการตั้งใจว่าจะทำดีและจะละเว้นความชั่ว ซึ่งส่งผลต่อผู้ปฏิบัติให้เกิดจิตใจผ่องใสจากความตั้งใจทำความดีและละเว้นความชั่ว ซึ่งเริ่มต้นจาก (1) ความตั้งใจทำดี (2) ตั้งใจละเว้นความชั่ว ซึ่งทั้ง 2 ประการนี้ทำให้เกิดจิตใจผ่องใส โครงการโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วนั้นจะเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ความเข้าใจ (Cognitive learning) โดยให้เกิดการตระหนักรู้ (Knowledge recognition) ในเรื่องศีล สมาธิ ปัญญา โดยเริ่มต้นจากให้สวดมนต์ (บทกราบพระรัตนตรัยและบทสวดนะโม) ขณะกราบพระและสวดนะโมนั้นถือว่าเป็นการเกิดสมาธิ (มีสติในขณะกราบพระและสวดนะโม) เกิดความรู้ความเข้าใจในพระพุทธ ซึ่งหมายถึงพระพุทธเจ้า ที่สอนให้ประพฤติชอบด้วยกาย วาจาใจ ตามหลักพระพุทธศาสนา พระธรรมที่พระพุทธเจ้าตรัสไว้ดีแล้ว พระสงฆ์เป็นสาวกของพระพุทธเจ้าซึ่งปฏิบัติดีแล้ว

ประเด็นที่จะแนะนำก็คือ ในเรื่องของการตั้งสัจจะ ก็คือในเรื่องไปโพธิ์ความดี เปรียบเสมือนเป็นกุศโลบายเฉยๆ แต่เน้นให้คนที่มาเข้าวัดเขาได้ตั้งใจทำความดี ในประเด็นที่ว่า “ดีให้ต่อ ชั่วให้ตัด” โดยใช้เป็นไปโพธิ์รูปแผ่นเงินกับแผ่นทองที่จะให้ผู้ที่มาเที่ยวปฏิบัติ เรามีเงื่อนไขคือ คนที่ตั้งสัจจะอธิษฐาน จะต้องมีการปฏิบัติในเวลา 5 นาที ให้มีการพิจารณาตัวเองว่า ตัวเองจะทำความดีอะไร ที่ผ่านมายุ่งทำอะไรผิดพลาดบ้าง เมื่อรู้ตัวเองแล้วก็ให้ตั้งสัจจะว่าต่อไปจะเลิกสูบบุหรี่ เป็นต้น ส่วนดีให้ต่อก็จะมีไปโพธิ์อีกใบหนึ่งให้ตั้งสัจจะต่อหน้าพระพุทธรูปว่าต่อไปจะทำอะไร ในทางที่ดี ก็แล้วแต่เขาจะตั้งสัจจะอธิษฐานออกมา ภายใน 5 นาทีนี้ก็เพื่อให้เขามาทบทวน กรณีนี้หากถอดตัวสำคัญออกมาก็คือตัวถวายนั่นเอง ตัวที่ทำให้จิตใจผ่องใสนั่นเอง ในขณะที่เรากำลังนั่งนึกถึงความผิดพลาดของเรา พิจารณาตัวเอง ก็เป็นการเจริญภาวนารู้ตัวเอง จากนั้นเมื่อเขาได้ทำเขียนลงไป ในแผ่นไปเงินไปทองแล้ว ให้เขาไปผูกไว้ที่ต้นโพธิ์ความดี เมื่อมีไปโพธิ์เยอะแล้วเราจะมีโครงการต่อไปก็คือ การนำเอาแผ่นเงินแผ่นทองไปหล่อเป็นพระพุทธรูป เปรียบเสมือนนำเอาความดีของเขาทั้งหมดให้ดูแล้วมีความศักดิ์สิทธิ์ขึ้นมา

นอกจากนี้โครงการทำบุญ 9 วัดสะสมบุญหรือสะสมแต้ม การจัดแรลลี่จะไปในส่วนการทำบุญ ทำทานไหว้พระ 9 วัด เอาวัดใหญ่ชัยมงคลมาเป็นต้นแบบในกลุ่มของวัดทำบุญ ทำทาน ไหว้พระ 9 วัด เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายจะเป็นคนที่มาเที่ยวและใช้เวลาในแต่ละวัดไม่มาก เราก็จะเน้นว่ากิจกรรมอะไรก็แล้วแต่ อาจจะมีเฉลียวออกมาจากทำบุญทำทานอย่างเดียว ให้มารู้จักการปฏิบัติธรรมมากขึ้น แต่เป็นขั้นเบื้องต้นอย่างเบาๆ เช่น กิจกรรมการทำแรลลี่ในแต่ละวัดมีอะไรบ้าง เพื่อทำท่ายให้เขาทำให้สำเร็จ โดยอาจจะมีกิจกรรมฐาน ไหว้พระ หรือมีการสวดมนต์ตรงบริเวณส่วนนั้น แล้วให้เขามีการสะสมแต้มในแต่ละจุดว่าเขาได้ทำสำเร็จแล้ว หรืออาจจะมีเส้นทางท่องเที่ยวที่เราสามารถที่จะใส่เข้าไปได้ ในช่วงของกิจกรรม เช่น เก็บขยะ ล้างห้องน้ำ ปลูกต้นไม้ ปรับภูมิทัศน์ ส่วนนี้ก็แล้วแต่กิจกรรมของแต่ละวัด อาจจะเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในแรลลี่ก็ได้ ในเรื่องของสระน้ำความดี ค่าความดี หมูบ้านความดี โรงเรียนความดี เป็นต้น ก็จะเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มวัดเหล่านี้ เป็นกลุ่มเป้าหมายพื้นฐานยังไม่ได้ปฏิบัติถึงขั้นลึก ก็สามารถนำมาให้ทำความดีนอกเหนือจากการ

ทำบุญทำทานแล้วยังมีวิธีการทำได้อีกได้อีก โดยอาศัยแนวคิดของการทำดีเพื่อพ่อ นิ่งสงบจิต ภาวนา รำลึกถึงความดีของพ่อ (ร.9) เรานำกุศโลบายเหล่านี้มาจูงใจให้เขาปฏิบัติธรรมได้ กิจกรรมเพื่อพ่อ (ร.9) สามารถทำได้ตลอดทั้งปี จากแนวความคิดในโครงการทำความดีต่างๆ เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 นี้ถือว่าการให้รางวัล สิ่งกระตุ้นที่สามารถจูงใจให้บุคคลปฏิบัติธรรมหรือสร้างความดีเพื่อตอบแทนบุญคุณพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งจะต้องมีการทำความดีซ้ำในรูปการสะสมสะสม ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นผลที่ได้รับคือ ความสุขจากการทำความดีนั้น จึงเกิดการเรียนรู้ว่าจะต้องทำความดีเพื่อตอบแทนบุญคุณพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ซึ่งสอดคล้องกับการเรียนรู้ตามทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก (Classical conditioning หรือ condition learning) กล่าวคือการเรียนรู้เป็นกระบวนการ 2 สิ่งที่สัมพันธ์กัน เป็นผลจากการเปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นหนึ่งกับสิ่งกระตุ้นอื่นทำให้เกิดการตอบสนองแบบเดียวกัน สิ่งกระตุ้นที่คล้ายคลึงกันทำให้เกิดการลงความเห็นจากสิ่งกระตุ้นว่ามีลักษณะอย่างเดียวกัน (Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 152)

จากแนวความคิดนี้นักท่องเที่ยวจะเกิดความพอใจจากการสะสมแต้มซึ่งแสดงให้เห็นว่าจากการสะสมบุญ โดยถือว่าการเสริมแรงด้านบวก (Positive reinforcement) ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติความดี จึงถือว่าสอดคล้องกับทฤษฎีการวางเงื่อนไขในการปฏิบัติ (Instrumental conditioning หรือ operant conditioning) (Solomon, 2018, pp. 131-132) โครงการสะสมแต้มสะสมบุญนี้ ยิ่งสะสมมากเท่าไรบุญมากขึ้นความพึงพอใจก็มากขึ้นเท่านั้น

2. วัดหน้าพระเมรุ

ได้กิจกรรมที่เป็นนวัตกรรมอย่างหนึ่ง คือ การสวดมนต์ครบ 50 วัน 100 วัน หรือ 13 ตุลาคมของทุกปี ก็จะเป็นการสวดมนต์หรือปฏิบัติธรรมเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลร่วมกัน อีกอย่างคือการไหว้พระ อาจจะมีแนวคิดว่าเป็นการไหว้พระนอน พระโบราณ หรือไหว้พระทางน้ำโดยเสนอเป็นเส้นทางไปในทิศทางเดียวกัน น่าจะเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อแสวงบุญ

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ท่านได้บอกไว้ว่า มี 2 แบบ คือเส้นทางแสวงบุญ เป็นการทำบุญทั่วไป เช่น ทำบุญไหว้พระ 9 วัด อาจจะใช้เวลาในแต่ละที่น้อย กับเส้นทางแสวงธรรม สำหรับกลุ่มคนที่เน้นในเรื่องของการปฏิบัติธรรมโดยเฉพาะ อาจจะใช้เวลาวันเดียว หรือหลายวันสำหรับผู้แสวงหาธรรมะอย่างแท้จริง จากแนวความคิดในเรื่องทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ 9 วัดนี้ เป็นเรื่องดี ทั้งนี้อาจจะใช้เรื่องของการสะสมบุญ สะสมการสร้างความดีในแต่ละวัดเพิ่มขึ้นมาเช่น สวดมนต์ตามตารางการปฏิบัติที่ทางวัดกำหนดไว้ หรือทางวัดอาจจะกำหนดการสะสมความดี (สะสมแต้ม) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ สิ่งกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง สิ่งกระตุ้นก็คือบุญที่จะเกิดขึ้นในการสะสม การทำความดีที่มีมากขึ้น บุญจากการทำความดีมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความสงบสุขด้านจิตใจซึ่งก็คือความพึงพอใจโดยใช้หลักการที่ว่า ยิ่งทำความดีมากขึ้นเท่าใด ยิ่งได้บุญได้มากเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) (Kotler & Keller, 2016, p. 187) ในรูปของการกำหนดลมหายใจเข้าออก โดยเขียนข้อความปฏิบัติไว้เพิ่มเติมหรือการกำหนดลมหายใจเข้าออกอาจจะใช้คู่กับการใช้เสียงเพลงธรรมในรณนาเที่ยว ประกอบกับการปฏิบัติธรรมด้วยเหล่านี้ต้องได้รับความร่วมมือจากไกด์ที่นำเที่ยว โดยต้องแจกเอกสารการสะสมบุญ (สะสมแต้ม) ที่เกิดขึ้นใน 9 วัด

3. วัดพนัญเชิงวรวิหาร

จากการที่ได้เดินสำรวจเหมือนจะมีวัฒนธรรมทางเงินเข้ามาปะปนด้วย วัดจะมีในรูปเชิงแสงบุญเข้ามาส่วนหนึ่ง ในเรื่องของเชิงธรรมะยังไม่เด่นชัดเพราะเราไม่ได้สอบถามอย่างลึกซึ้ง จากการสอบถามรองเจ้าอาวาสท่านก็ให้ข้อมูลว่ากิจกรรมธรรมะในมุมมองของท่านก็คือ การจัดให้มีการบวชชีพราหมณ์ สามเณร นั่นคือกิจกรรมที่ทำเป็นประจำ การดูแลหรือภาพลักษณ์ในการที่จะปฏิบัติ นั้น ค่อนข้างที่จะต้องเป็นลำดับขั้น ต้องมีการถามหาให้เจ้าอาวาสสั่งการมาก่อน หากจะให้ดีในการมองของมุมมองตัวเองน่าจะให้เหมือนวัดใหญ่ชัยมงคล คือจะมีทั้ง 2 แบบ คือแสงบุญและเชิงธรรมะ

4. วัดท่าการ้อง

วัดท่าการ้องมีจุดเด่นด้านความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ กล่าวคือ นอกจากจะมีกิจกรรมการทำบุญต่างๆ ที่หลากหลายแล้ว ยังมีสินค้าท้องถิ่น/สินค้าหัตถกรรมจำหน่าย มีอาหาร มีตลาดน้ำ เลียบแม่น้ำเจ้าพระเจ้าที่ติดกับวัดนี้ จึงเป็นที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดที่ห่างไกล โดยเดินทางมาวัดนี้ด้วยรถบัสขนาดใหญ่ จุดเด่นของวัดนี้ก็คือมีตู้บริจาคอัตโนมัติ พร้อมทั้งใช้หุ่นยนต์ดึงดูดใจเด็กๆ และเชิญชวนให้ทำบุญและสามารถเชิญชวนเด็กมาทำบุญได้ นอกจากนี้ห้องน้ำตกแต่งสวยงามและติดเครื่องปรับอากาศด้วย

จะเห็นว่าการใช้หุ่นยนต์เป็นการใช้สิ่งจูงใจ (Motives) และเป็นการกระตุ้นเร้า (Dive) ให้เกิดพฤติกรรมที่จะสามารถตอบสนองความต้องการเพื่อให้เกิดผลลัพธ์คือความพึงพอใจ ในกรณีนี้วัดอาจจะต้องใช้การสอนธรรมในรูปแบบเสียงเพลง เช่น เพลงดังดอกไม้บาน พร้อมทั้งให้ผู้หยอดเหรียญ อาจจะเป็นเด็กหรือผู้ปกครองร่วมกันกำหนดลมหายใจเข้าออกประกอบเสียงเพลงนั้น แสดงว่าเป็นหลักเบื้องต้นของการเรียนรู้ธรรม (Schiffman & Wisenblit, 2015, p. 84) อีกทั้งบางห้องของวัดท่าการ้องยังติดเครื่องปรับอากาศ ผู้สนใจอาจจะฝึกสมาธิหรือสวดมนต์ไหว้พระตามอภัยชัย โดยต้องมีบทสวดมนต์สำหรับนักท่องเที่ยว และควรมีวิธีการปฏิบัติเพื่อให้ฝึกกำหนดลมหายใจเข้าออกประมาณ 5 นาที เช่น ข้อความว่า พุท-โธ กล่าวคือ หายใจเข้าระลึกว่า “พุท” ส่วนหายใจออกระลึกว่า “โธ” หรือใช้แบบพองหนอ-ยุบหนอ กล่าวคือ หายใจเข้าระลึกว่า “พองหนอ” ส่วนหายใจออกระลึกว่า “ยุบหนอ” หรือใช้แบบสัมมารหัง กล่าวคือ หายใจเข้าระลึกว่า “สัมมารหัง” ส่วนหายใจออกก็ระลึกว่า “สัมมารหัง” (กลุ่มเผยแพร่หลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา ธรรมจักรดอทเน็ต, 2546)

5. วัดเกาะแก้ว

ในเรื่องของกิจกรรมการมีส่วนร่วมในศาสนาในวันสำคัญต่างๆ หลวงพ่อบอกว่าที่วัดเกาะแก้วมีการสวดมนต์นั่งวิปัสสนาให้ประชาชน นักเรียน นักศึกษาและผู้สนใจอยู่แล้ว ในส่วนของการบำเพ็ญประโยชน์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับสถาบันและชุมชน ทางวัดได้มีการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยมีโครงการการปลูกป่าเพื่อพ่อ มีการเสริมต่อกิจกรรมตามโครงการพระราชดำริ มีการ

สร้างความสามัคคีให้กับชุมชนตามรอยเท้า ส่วนการจัดห้องปฏิบัติธรรมท่านก็เห็นด้วยเพื่อจะได้เป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับประชาชนที่สนใจ โดยจัดห้องปฏิบัติธรรมและสนทนาธรรม การจัดห้องสมุดเผยแพร่ธรรมะ ส่วนในเรื่องของโยคะปฏิบัติ ท่านเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี แต่จะต้องมีการดำเนินการโดยโยม เพราะพระเข้ามาเกี่ยวข้องตรงส่วนนี้ไม่ได้ ส่วนการร่วมกับสถาบันต่างๆ เขาจะมีโครงการเพิ่มเติม หลักสูตรเกี่ยวกับธรรมะเหล่านั้นท่านก็เห็นด้วย หลังจากที่ปฏิบัติกับทางวัดไปแล้วหากสถาบันศึกษาไม่ให้ความร่วมมือในการต่อยอดนี้ ก็อาจจะลืมหรือไม่สนใจได้ การพัฒนาด้านจิตใจ สติปัญญา ท่านก็แนะนำว่าให้ใช้พรหมวิหาร 4 ได้แก่ เมตตา (ความรักใคร่ปรารถนาจะให้เป็นผู้สุข) กรุณา (ความสงสาร คิดจะช่วยให้พ้นทุกข์) มุทิตา (ความพลอยยินดี เมื่อผู้อื่นได้ดี) อุเบกขา (ความวางเฉย ไม่ดีใจ ไม่เสียใจเมื่อผู้อื่นถึงความวิบัติ) เข้ามาใช้ประยุกต์ในชีวิตประจำวัน โครงการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงก็เช่นกัน ท่านก็ได้มีการใช้ควบคู่กับการสอนธรรมในวัดอยู่แล้ว สำหรับคำคม หรือคติต่างๆ ท่านบอกว่ามีการจัดทำโดยโยมอยู่แล้ว มีสื่อที่เป็นนันทนาการในการนำธรรมะประยุกต์เข้าไป เช่น การร้องเพลง ให้เป็นธรรมะประกอบเพลงได้ แต่ไม่ใช่เป็นเพลงประกอบธรรมะ ท่านก็มีซีดีไว้สำหรับให้นักเรียน นักศึกษาฟังก่อนที่จะมีการปฏิบัติธรรม เพื่อเป็นการปลูกฝังพุทธศาสนาเบื้องต้น

ในส่วนการกระจายรายได้ของชุมชนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมนั้น ทางวัดบอกว่าได้มีการจัดสินค้าพวก OTOP หรือสินค้าภูมิปัญญาชาวบ้านอยู่แล้ว ส่วนนี้เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งขึ้น มีส่วนที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ มีการพัฒนาสินค้าพื้นเมืองด้วย

6. วัดไถ่เตี้ย

เหตุจูงใจให้มาปฏิบัติธรรมโดยพื้นฐานของชาวบ้านบางกลุ่มเขาก็มีการปฏิบัติไปในหลายๆ ที่ แต่หากที่นี้จัดเขาก็จะมา ส่วนมากก็จะเป็นคนในพื้นที่ คนที่มาก็จะเป็นผู้เกษียณอายุราชการ หรือหมดภาระหน้าที่ แต่เรื่องคนที่มีปัญหาชีวิตเข้ามาก็มีบ้างแต่น้อย คนที่มาทำบุญโดยปกติเราก็จะตั้งเข้ามาร่วมสมาธิบ้าง ส่วนมากก็จะเป็นวันอาทิตย์ในช่วงของการสวดมนต์ จากนั้นก็จะมีที่นั่งสมาธิต่อ 15 นาที กลุ่มที่มาปฏิบัติธรรมส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นเพศหญิงมากกว่าชาย ก็จะมีมาในรูปแบบ 1 วัน 1 คืน หรือ 1 สัปดาห์ หรือแบบ 3 วัน 2 คืนในทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง ชวนให้เขามาปฏิบัติธรรมทุกวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ มีการสวดมนต์และนั่งสมาธิ ซึ่งคนที่มาส่วนใหญ่จะไม่เคยปฏิบัติธรรมเลย จะเริ่มด้วยการมาสวดมนต์แปล นั่งสมาธิ แผ่เมตตา โดยไม่ใช้เวลาเยอะ การสวดมนต์แปลก็จะเป็นคนไทยล้วน มีเขมรบ้าง

วัดเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรม การศึกษาธรรมเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ที่วัดไชยวัฒนาราม เวล่านักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวก็จะมีบรรยายที่มาที่ไปในเรื่องประวัติศาสตร์และธรรมด้วย

กิจกรรมที่ทำอยู่ในวัดไถ่เตี้ย คือ ทำบุญตักบาตรวันอาทิตย์ เป็นการสวดมนต์แปล นั่งสมาธิ ทำบุญตักบาตร ถวายทาน ฟังธรรม สำหรับภาคกลางวันของวันอาทิตย์

นักวิจัยนำเสนอว่าเป็นสื่อ เช่น สื่อที่ทำออกมาในรูปแบบวีดิทัศน์ การ์ตูนต่างๆ แต่จะได้เพียงกลุ่มเป้าหมายเด็กกลุ่มเดียว แต่หากเป็นกลุ่มผู้ใหญ่คิดว่าจะต้องทำเป็นสื่อแบบไหน หากทำออกมาในรูปแบบของภาพปริศนาธรรมในรูปแบบของนวัตกรรมชิ้นหนึ่ง แล้วสามารถอธิบายได้หลายอย่างในรูปแบบนวัตกรรมชิ้นนั้น

กลุ่มที่ 3 กลุ่มวัดอื่นๆ

คนส่วนใหญ่เสพความสุขจากกิเลส ในความคิดเห็นของอาจารย์ พระต้องดี รู้จริง ปฏิบัติจริง มีธรรมะจริง ที่สำคัญก็คือเริ่มต้นตั้งแต่เด็กฝึกให้มีศีลธรรมตั้งแต่เด็ก การให้กลุ่มเด็กหรือกลุ่มวัยรุ่นปฏิบัติธรรมโดยการส่งเสริมธรรมะ เข้าไปในโรงเรียน ในโลกปัจจุบันจะนิยมความเจริญด้านวัตถุ ทำให้จิตใจเร่าร้อน

การฝึกสมาธิ คือ การปฏิบัติ คือ ต้องดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาในวัดให้ได้ก่อน มีสิ่งดึงดูดใจทัศนียภาพสวยงาม รมเย็น รมรื่น หลังจากนั้นต้องเอากิจกรรมที่ทำให้เขาเกิดความเพลิดเพลิน อาศัยสมาธิ เช่น นันทนาการเชิงธรรมะ หรือสันทนาการเชิงธรรมะ เชิงปฏิบัติธรรม เช่น ร่วมในการร้องเพลง หรือถ้าออกมาเชิงสร้างสรรค์ ท่านบอกว่าทำที่ไหนก็ได้ ทำที่บ้านก็ได้ การเล่นเป็นเพลง ปฏิบัติธรรม หลักของการปฏิบัติธรรม ก็คือ การฝึกสมาธิ เช่น ออกกำลังกาย สามารถเอาธรรมะเข้ามาช่วยได้ ถือว่าเป็นการผ่อนคลาย ตัวอย่างพระท่านหนึ่งบอกว่าพุทธโธ โยคะ เชิงปฏิบัติธรรม บทสวดต้องออกมาไม่ธรรมดา บทเพลง ให้ผู้เข้าร่วมร้องเพลงได้