

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยเชิงพรรณนา : กลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้ว

ลักษณะส่วนบุคคล 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 สิ่งห้บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง เป็นต้น มากที่สุดจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25

ทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระพบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วที่เคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และนักท่องเที่ยวกลุ่มเพลงธรรมที่เคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 100

เคยปฏิบัติธรรมหรือไม่ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเพลงธรรมเคยปฏิบัติธรรมมาจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 82.10 และไม่เคยปฏิบัติธรรมจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.90 และนักท่องเที่ยวกลุ่มโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง โพธิ์แก้วเคยปฏิบัติธรรมมาจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 และไม่เคยปฏิบัติธรรมจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50

พฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต (โพธิ์เงิน) อันดับแรก ได้แก่ ด้านมโนกรรม (การลด-ละ-โลภ-โกรธ-หลง) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาคือด้านกายภาพ (การละเว้นฆ่าสัตว์ ลักทรัพย์ ประพฤติผิดในกาม ดื่มเครื่องดื่มของเมา) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) และด้านวจีกรรม (การละเว้นพูดเท็จ คำหยาบ ส่อเสียด เพ้อเจ้อ) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.60$)

ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) อันดับแรก ได้แก่ ด้านกายภาพ (การละเว้นฆ่าสัตว์ ลักทรัพย์ ประพฤติผิดในกาม ดื่มเครื่องดื่มของเมา) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมาคือ ด้านวจีกรรม (การละเว้นพูดเท็จ คำหยาบ ส่อเสียด เพ้อเจ้อ) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) และด้านมโนกรรม (การลด-ละ-โลภ-โกรธ-หลง) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$)

พฤติกรรมการทำความดีในอดีต (โพธิ์ทอง) อันดับแรกได้แก่ การทำบุญทำทานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ การฝึกสมาธิ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$) และการปฏิบัติธรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$)

พฤติกรรมความตั้งใจปฏิบัติการทำควมดีในอนาคต (โพธิ์ทอง) อันดับแรกได้แก่ การทำบุญ ทำทานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) รองลงมาคือ การปฏิบัติธรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$) และการฝึกสมาธิ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.04$)

พฤติกรรมในอดีตการแผ่เมตตาให้กับสรรพสัตว์ต่างๆ (โพธิ์ทอง) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.63$) ความตั้งใจปฏิบัติในการแผ่เมตตาในอนาคต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$)

สรุปผลการวิจัยเชิงพรรณนา : การใช้ธรรมด้วยเสียงเพลง

นักท่องเที่ยวกุ่มเพลงธรรม 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

เคยทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมาจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 100

เคยปฏิบัติธรรมมาจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 82.10 และไม่เคยเคยปฏิบัติธรรมจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.90

ตารางที่ 5.1 แสดงความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ การยอมรับเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติในอนาคตการใช้ธรรมด้วยเสียงเพลง

เพลงธรรม	ความรู้ความเข้าใจ เพลงธรรม (\bar{X})/อันดับ	ความพึงพอใจ เพลงธรรมบทสวด (\bar{X})/อันดับ	การยอมรับเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติในอนาคต (\bar{X})/อันดับ
1. บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวด	3.62 / 7	4.09 / 4	3.83 / 7
2. เพลงศีล 5	4.31 / 1	4.18 / 3	4.01 / 3
3. เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว	3.87 / 5	3.82 / 6	3.98 / 4
4. เพลงระฆังใจ	3.53 / 8	3.62 / 8	3.74 / 8
5. เพลงจิตระ-ประภัสสร	3.73 / 6	3.80 / 7	3.96 / 5
6. เพลงมองแต่แง่ดีเกิด	3.88 / 4	3.89 / 5	3.92 / 6
7. เพลงตั้งดอกไม้บาน	4.25 / 2	4.21 / 1	4.15 / 2
8. เพลงเก็บดวงดาว	4.15 / 3	4.19 / 2	4.32 / 1
รวม	3.91 / 2	3.98 / 1	3.98 / 1

นักท่องเที่ยวกลุ่มเพลงธรรมมีความพึงพอใจเพลงธรรมบทสวดโดยรวม และการยอมรับโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98, 3.98$) รองลงมา คือ ความรู้ความเข้าใจเพลงธรรมโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ความรู้ความเข้าใจเพลงธรรม พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรู้ความเข้าใจเพลงธรรม อันดับแรก ได้แก่ เพลงศีล 5 อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาคือ เพลงตั้งดอกไม้บานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) เพลงเก็บดวงดาวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เพลงมองแต่แง่ดีเกิดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่วอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เพลงจิตร-ประภัสสรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) และเพลงระฆังใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

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

(3) การยอมรับเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติในอนาคต พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การยอมรับเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติในอนาคต อันดับแรก ได้แก่ เพลงเก็บดวงดาวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาคือ เพลงตั้งดอกไม้บานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) 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

พฤติกรรมการรักษาศีล 5 ของท่านในอดีตที่ท่านทำไม่ได้เลยหรือทำได้น้อย พบว่า นักท่องเที่ยวนักปฏิบัติธรรมการรักษาศีล 5 ในอดีตที่ท่านทำไม่ได้เลยหรือทำได้น้อยอันดับแรกได้แก่ ปาณาหามฆ่าสัตว์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 1.49$) รองลงมาคือ กาเมฯ ห้ามผิดกาเมฯ (ห้ามผิดลูกผิดเมีย) อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 4.20$) อทินนาฯ ห้ามขโมยอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 4.10$) มุสาฯ ห้ามพูดเท็จอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 4.00$) และห้ามดื่มสุราเมฯ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยเชิงพรรณนา : สื่อดิจิทัล 5 ประเภท

(1) หนังสือรู้ตัวทั่วพร้อม การปฏิบัติธรรมที่ทำได้ในชีวิตประจำวัน พบว่า นักท่องเที่ยวนักปฏิบัติธรรมมีความรู้ความเข้าใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวนักปฏิบัติธรรมมีความรู้ความเข้าใจหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ เป็นอันดับแรก ได้แก่ เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม)

จากการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) และรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจหนังสือตัวทั่วพร้อมๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวยังมีความรู้ความเข้าใจหนังสือตัวทั่วพร้อมๆ เป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณค่าจากการอ่านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมาคือ ความรู้สึกที่ดี ภายหลังจากอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) และความพึงพอใจภายหลังจากอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มพฤติกรรมหนังสือตัวทั่วพร้อมๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แนวโน้มพฤติกรรมหนังสือตัวทั่วพร้อมๆ อันดับแรก ได้แก่ แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมาคือ การนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) และแนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

(2) หนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน ความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน พบว่า นักท่องเที่ยวยังมีความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันอันดับแรก ได้แก่ เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) และรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจหนังสือ คติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน อันดับแรก ได้แก่ คุณค่าจากการอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาคือ ความรู้สึกที่ดีภายหลังจากอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) และความพึงพอใจภายหลังจากอ่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน อันดับแรก ได้แก่ การนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ แนวโน้มการนำไปปฏิบัติในอนาคตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) และแนวโน้มการบอกต่อบุคคลอื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) ตามลำดับ

(3) แผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) ; แผนที่วัดมเหยงคณ์

ความรู้ความเข้าใจต่อแผนที่ประกอบความจริงเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวยังมีความรู้ความเข้าใจต่อแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality map) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) มีข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (วัดมเหยงคณ์) อันดับแรก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา

โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) และด้านการออกแบบอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) มีความพึงพอใจต่อข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (วัดมเหยงคณ์) โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.06$) และมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม (วัดมเหยงคณ์) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$)

(4) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) มีข้อมูลจากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ด้านการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.08$) และด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.05$) มีความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.06$) นอกจากนี้มีแนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมอยู่ในมาก ($\bar{X} = 3.99$)

(5) หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) นอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการประเมินหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) อันดับแรก ได้แก่ ด้านการใช้เทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา ด้านการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) และด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$) มีความพึงพอใจต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.00$) และแนวโน้มพฤติกรรมต่อหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการปฏิบัติธรรมมากที่สุดได้แก่ ด้านมโนกรรม ($\beta = .282$) รองลงมาได้แก่ ด้านวจีกรรม ($\beta = .274$) และด้านกายกรรม ($\beta = .139$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อ ความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ด้านการปฏิบัติ ร้อยละ 36.00 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคต การกระทำความดี (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

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

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า ความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญทำทาน การฝึกสติ มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว) โดยพบว่า 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

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 พบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในเพลงธรรม/บทสวด โดยพบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมเพลงธรรม/บทสวดมากที่สุดได้แก่ เพลงมองแต่แง่ดีเถิด ($\beta = .251$) รองลงมาได้แก่ เพลงศีล 5 ($\beta = .240$) เพลงตั้งดอกไม้บาน ($\beta = .202$) เพลงระฆังใจ ($\beta = .195$) เพลงจิตระ-ประภัสสร ($\beta = .149$) เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว ($\beta = .148$) และเพลงเก็บดวงดาว ($\beta = .104$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมเพลงธรรม/บทสวด ร้อยละ 85.60 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 พบว่าความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด มีผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติ โดยพบว่าความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด มีผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติมากที่สุดได้แก่ เพลงระฆังใจ ($\beta = .301$) รองลงมาได้แก่ เพลงจิตระ-ประภัสสร ($\beta = .297$) เพลงเพลงศีล 5 ($\beta = .290$) และเพลงเก็บดวงดาว ($\beta = .221$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม เพลงธรรม/บทสวด ร้อยละ 69.30 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 พบว่าความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ โดยพบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ มากที่สุดได้แก่ ด้านเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .445$) รองลงมาได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากกาอ่าน ($\beta = .318$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ ร้อยละ 45.80 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 พบว่าความพึงพอใจต่อหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกาอ่านไปปฏิบัติ โดยพบว่า ความพึงพอใจต่อหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกาอ่านไปปฏิบัติมากที่สุดได้แก่ ด้านความพึงพอใจภายหลังกาอ่าน ($\beta = .347$) รองลงมาได้แก่ ความรู้สึกที่ดีภายหลังกาอ่าน ($\beta = .248$) และคุณค่าจากกาอ่าน ($\beta = .154$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกาอ่านไปปฏิบัติ ร้อยละ 43.20 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 พบว่าความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือคติธรรมที่นำกาปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน โดยพบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือคติธรรมที่นำกาปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันมากที่สุดได้แก่ ด้านเนื้อหา

สามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .364$) รองลงมาได้แก่ รูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน ($\beta = .257$) และความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .204$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 46.90 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 พบว่าความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ โดยพบว่า ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติมากที่สุด ได้แก่ ด้านความพึงพอใจภายหลังการอ่าน ($\beta = .400$) รองลงมาได้แก่ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน ($\beta = .332$) และคุณค่าจากการอ่าน ($\beta = .113$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ ร้อยละ 54.40 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 9 พบว่าความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม โดยพบว่า ความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมมากที่สุดได้แก่ ความจริงเสริมทำให้หาสถานที่ได้ง่ายขึ้น ($\beta = .367$) รองลงมาได้แก่ เนื้อหาสามารถสื่อถึงสถานที่ปฏิบัติธรรม ($\beta = .266$) ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี ($\beta = .226$) คนใช้แผนที่สามารถหาสถานที่ได้เร็วขึ้น ($\beta = .136$) และรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้ใช้งาน ($\beta = .133$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม ร้อยละ 75.50 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 10 พบว่าความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม โดยพบว่า ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมมากที่สุดได้แก่ คุณค่าจากการใช้งาน ($\beta = .319$) รองลงมาได้แก่ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการใช้งาน ($\beta = .276$) ความพึงพอใจภายหลังการใช้งาน ($\beta = .240$) และการประยุกต์ใช้ความจริงเสริมกับงานประเภทอื่น ($\beta = .139$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม ร้อยละ 69.60 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 11 พบว่าความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยพบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดได้แก่ ด้านเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .257$) รองลงมาได้แก่ ภาษาที่ใช้มี

ความชัดเจนเข้าใจง่าย ($\beta = .208$) ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .199$) ได้สาระน่าติดตามและรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน ($\beta = .129, .129$) การเรียงเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องเหมาะสม ($\beta = .118$) และรูปแบบการนำเสนอเหมาะสม ($\beta = .097$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 74.30 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 12 พบว่า ความพึงพอใจมีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยพบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อแนวพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มากที่สุดได้แก่ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน ($\beta = .329$) รองลงมาได้แก่ คุณค่าจากการอ่าน ($\beta = .311$) ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน ($\beta = .214$) และความพึงพอใจในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มัลติมีเดีย (e-book) ($\beta = .118$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 67.70 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 13 พบว่าความรู้ความเข้าใจมีผลต่อความพึงพอใจหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) โดยพบว่าความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) มากที่สุดได้แก่ เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .284$) รองลงมาได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .258$) เทคโนโลยีทำให้หนังสือมีความน่าสนใจมากขึ้น ($\beta = .154$) การเรียงเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องเหมาะสม ($\beta = .130$) สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหา ($\beta = .124$) รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม ($\beta = .108$) และรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน ($\beta = .088$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) ร้อยละ 76.70 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 14 พบว่าความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) โดยพบว่า แนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (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

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ความตั้งใจปฏิบัติละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โพธิ์เงิน) ด้านกายกรรม วชิกรรม มโนกรรม มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติในอนาคตการทำความดี (โพธิ์ทอง) ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญ/ทำทาน การฝึกสติ สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าการศึกษาศีลทั้งสามด้านจะส่งผล

ต่อความตั้งใจปฏิบัติธรรมในอนาคต เนื่องจากการละเว้นความชั่วทั้ง 3 ด้าน โดยการรักษาศีลจะส่งผลต่อการกระทำความดี (โพธิ์ทอง) ทั้งด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญ การฝึกสติ (ความรู้ตัว) และปัญญา (การรู้สิ่งที่ควรทำ ควรเว้น และควรปฏิบัติ) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันตามหลักของไตรสิกขาและสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุนน อมรวิวัฒน์, 2530)

สมมติฐานที่ 2 ความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โพธิ์ทอง) (ถือว่าเป็นการตั้งสมาธิโดยตั้งใจมั่นต่อหน้าพระพุทธรูปและสิ่งศักดิ์สิทธิ์) มีผลต่อความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต (โพธิ์แก้ว) (แผ่เมตตาเป็นการใช้ปัญญาพิจารณาสิ่งที่จะจิตใจมุ่งใสจากการรู้จักแผ่เมตตาให้อภัยและรู้จักละวางอารมณ์ไม่ดีที่มากกระทบ) ซึ่งสอดคล้องกับหลักพุทธศาสนาที่แสดงความสัมพันธ์กันระหว่างสมาธิ และปัญญา (สุนน อมรวิวัฒน์, 2530) นอกจากนี้การตั้งสมาธิยังส่งผลต่อการปฏิบัติธรรม ($\beta = .535$) (การทำความดี) รองลงมาได้แก่ ด้านการทำบุญ/ทำทาน ($\beta = .377$) และด้านการฝึกสติสัมปชัญญะ ($\beta = .308$) ซึ่งก็คือสติปัญญา 4 ประกอบด้วย กายานุปัสสนา กำหนดกายว่าเกิด แก่ เจ็บ ตาย เป็นอนิจจัง ทุกข์ขัง อนัตตา ตั้งสติเวทนานุปัสสนากำหนดเวทนาโดยไม่มองว่าเรากำลังสุขทุกข์ และไม่สุขไม่ทุกข์ จิตตานุปัสสนา กำหนดพิจารณาจิต การนำจิตมาระลึกรู้เจตสิกหรือรู้จิตก็ได้ ัมมานุปัสสนา กำหนดพิจารณาธรรมว่ารูปธรรมและนามธรรมล้วนมีความเกิดดับ ไม่เที่ยง เป็นทุกข์ และเป็นอนัตตา ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับหลักพุทธศาสนาที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างศีล สมาธิ ปัญญา

สมมติฐานที่ 3 ความรู้ความเข้าใจจากการรับฟังเพลงต่อความพึงพอใจโดยรวมในเพลงธรรม/บทสวด พบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมเพลงธรรม/บทสวดจากไปหาน้อย ดังนี้ เพลงมองแต่แง่ดีเกิด ($\beta = .251$) รองลงมาได้แก่ เพลงศีล 5 ($\beta = .240$) เพลงตั้งดอกไม้บาน ($\beta = .202$) เพลงระฆังใจ ($\beta = .195$) เพลงจิตร-ประภัสสร ($\beta = .149$) เพลงทำได้ดีดีทำชั่วได้ชั่ว ($\beta = .148$) และเพลงเก็บดวงดาว ($\beta = .104$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมเพลงธรรม/บทสวด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีจิตวิทยาที่ว่า การเกิดความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) และความเชื่อถือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จากการรับฟังเพลงจะนำไปสู่การเกิดความรู้สึกที่ดี (Affective) ในที่นี้คือความพึงพอใจในเสียงเพลงนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีองค์ประกอบของทัศนคติว่าเกิดผลกระทบจากการสื่อสารแบบซับซ้อนสูง (High involvement) 3 ประการ คือ เริ่มต้นจากเกิดความรู้ความเข้าใจก่อนแล้วเกิดความรู้สึกที่เป็นความพึงพอใจแล้วจึงจะนำไปสู่พฤติกรรม ซึ่งขั้นตอนนี้เราเรียกว่าการเกิดทัศนคติโดยถือเกณฑ์กระบวนการข้อมูลความรู้ความเข้าใจ (Attitude based in cognitive information processing) (Solomon, 2018, p. 287) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีจิตวิทยาซึ่งเริ่มต้นจากต้นเหตุแล้วนำไปสู่การปฏิบัติในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง/เหตุผลของการปฏิบัติ (Theory of reasoned action) (Hoyer, MacInnis & Pieters, 2015, p. 134)

สมมติฐานที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด มีผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติ พบว่าความพึงพอใจเพลงธรรม/บทสวด มีผลต่อการยอมรับโดยรวมของเพลงธรรม/บทสวดในการนำไปปฏิบัติตามลำดับ ดังนี้ เพลงระฆังใจ ($\beta = .301$) รองลงมาได้แก่ เพลงจิตร-ประภัสสร ($\beta = .297$) เพลงเพลงศีล 5 ($\beta = .290$) และเพลงเก็บดวงดาว ($\beta = .221$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม เพลงธรรม/บท

สวด ร้อยละ ซึ่งสอดคล้องกับโมเดลของขั้นตอนการตอบสนอง (Model of the response process) ซึ่งเป็นโมเดลการยอมรับนวัตกรรม (Innovation adoption model) ซึ่งเริ่มต้นจากรู้จักเพลง (Awareness) มีความสนใจ (Interest) แล้วประเมินผล (Evaluation) แล้วทดลองปฏิบัติ (Trial) แล้วนำไปสู่การยอมรับนำไปปฏิบัติในที่สุด (Adoption) (Belch & Belch, 2015, p. 159)

สมมติฐานที่ 5 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือตัวทั่วพร้อมๆ พบว่า ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือตัวทั่วพร้อมๆ มากที่สุดได้แก่ ด้านเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .445$) รองลงมาได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .318$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือตัวทั่วพร้อมๆ ร้อยละ 45.80 (Adj R²) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือตัวทั่วพร้อมๆ ผลงานวิจัยนี้จะสอดคล้องกับโมเดลลำดับขั้นตอนของผลกระทบ (Model of the response process) ที่ว่าจากการรู้จัก (Awareness) แล้วเกิดความรู้ (Knowledge) นำไปสู่การเกิดความชอบ (Liking) และชอบมากกว่า (Preference) ซึ่งก็คือความพึงพอใจต่อหนังสือตัวทั่วพร้อมๆ นั่นเอง (Belch & Belch, 2015, p. 159) ร้อยละ 45.80 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยิ่งไปกว่านั้นยังสอดคล้องกับทฤษฎีจิตวิทยาซึ่งเริ่มต้นจากต้นเหตุแล้วนำไปสู่การปฏิบัติในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง/เหตุผลของการปฏิบัติ (Theory of reasoned action) (Hoyer, MacInnis & Pieters, 2015, p. 134)

สมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจต่อหนังสือตัวทั่วพร้อมๆ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมกรนำไปปฏิบัติตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความพึงพอใจภายหลังการอ่าน ($\beta = .347$) รองลงมาได้แก่ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน ($\beta = .248$) และคุณค่าจากการอ่าน ($\beta = .154$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมกรนำไปปฏิบัติ จากผลการวิจัยข้อนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีจิตวิทยาการเรียนรู้ ทฤษฎีการวางเงื่อนไขในการปฏิบัติ (Instrumental conditioning) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกระตุ้นกับการตอบสนองโดยถือเกณฑ์กระบวนการลองผิดลองถูก เมื่อบุคคลเกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดผลเชิงบวก (ความพึงพอใจ) ก็จะนำไปสู่การแนวโน้มการปฏิบัติในอนาคต (Solomon, 2018, p. 137) และสอดคล้องกับทฤษฎีจิตวิทยาซึ่งเริ่มต้นจากต้นเหตุแล้วนำไปสู่การปฏิบัติในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง/เหตุผลของการปฏิบัติ (Theory of reasoned action) (Hoyer, MacInnis & Pieters, 2015, p. 134)

สมมติฐานที่ 7 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ด้านเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .364$) รองลงมาได้แก่ รูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน ($\beta = .257$) และความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .204$) ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับโมเดลของกระบวนการตอบสนอง (Model of response process) ซึ่งเรียกว่าโมเดลลำดับขั้นตอนของผลกระทบ (Hierarchy of effects model) จากสื่อ เมื่อเกิดการรู้จัก (Awareness) เกิดความรู้ (Knowledge) เกิดความชอบ (Liking) ความชอบมากกว่า (Preference) ซึ่งก็คือผู้อ่านเกิดพึงพอใจนั่นเอง (Belch & Belch, 2015, p. 159)

สมมติฐานที่ 8 ความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมกรนำไปปฏิบัติตามมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความพึงพอใจภายหลังการอ่าน ($\beta = .400$) รองลงมาได้แก่ ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน ($\beta = .332$) และคุณค่าจากการอ่าน (β

= .113) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจต่อหนังสือคติธรรมที่นำการปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ ร้อยละ 54.40 (Adj R²) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 จากผลการวิจัยข้อนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีจิตวิทยาการเรียนรู้ ทฤษฎีการวางเงื่อนไขในการปฏิบัติ (Instrumental conditioning) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกระตุ้นกับการตอบสนองโดยถือเกณฑ์กระบวนการลองผิดลองถูก เมื่อบุคคลเกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดผลเชิงบวก (ความพึงพอใจ) ก็จะนำไปสู่การแนวโน้มการปฏิบัติในอนาคต (Solomon, 2018, p. 137)

สมมติฐานข้อที่ 9 ความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลจากการใช้งานแผนที่ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความจริงเสริมทำให้หาสถานที่ได้ง่ายขึ้น ($\beta = .367$) รองลงมาได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .266$) ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี ($\beta = .226$) คนใช้แผนที่สามารถหาสถานที่ได้เร็วขึ้น ($\beta = .136$) และรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน ($\beta = .133$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม ผลการวิจัยข้อนี้สอดคล้องกับโมเดลของกระบวนการตอบสนอง (Model of response process) ซึ่งเรียกว่าโมเดลลำดับขั้นตอนของผลกระทบ (Hierarchy of effects model) จากสื่อ เมื่อเกิดการรู้จัก (Awareness) เกิดความรู้ (Knowledge) เกิดความชอบ (Liking) และความชอบมากกว่า (Preference) ซึ่งก็คือผู้อ่านเกิดพึงพอใจนั่นเอง (Belch & Belch, 2015, p. 159)

สมมติฐานข้อที่ 10 ความพึงพอใจ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริมจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คุณค่าจากการอ่าน ($\beta = .319$) รองลงมาได้แก่ ความรู้สึกที่ตีภายหลังการอ่าน ($\beta = .276$) ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน ($\beta = .240$) และการประยุกต์ใช้ความจริงเสริมกับงานประเภทอื่น ($\beta = .139$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม จากผลการวิจัยข้อนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีจิตวิทยาการเรียนรู้ ซึ่งเรียกว่า ทฤษฎีการวางเงื่อนไขในการปฏิบัติ (Instrumental conditioning) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกระตุ้นกับการตอบสนองโดยถือเกณฑ์กระบวนการลองผิดลองถูก เมื่อบุคคลเกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดผลเชิงบวก (ความพึงพอใจ) ก็จะนำไปสู่การแนวโน้มการปฏิบัติในอนาคต (Solomon, 2018, p. 137)

สมมติฐานข้อที่ 11 มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .257$) รองลงมาได้แก่ ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนเข้าใจง่าย ($\beta = .208$) ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .199$) ได้สาระ นำติดตามและรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน ($\beta = .129, .129$) การเรียงเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องเหมาะสม ($\beta = .118$) และรูปแบบการนำเสนอเหมาะสม ($\beta = .097$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยข้อนี้สอดคล้องกับโมเดลของกระบวนการตอบสนอง (Model of response process) ซึ่งเรียกว่าโมเดลลำดับขั้นตอนของผลกระทบ (Hierarchy of effects model) จากสื่อ เมื่อเกิดการรู้จัก (Awareness) เกิดความรู้ความเข้าใจ (Knowledge) เกิด

ความชอบ (Liking) และความชอบมากกว่า (Preference) ซึ่งก็คือผู้อ่านเกิดความพึงพอใจนั่นเอง (Belch & Belch, 2015, p. 159)

สมมติฐานข้อที่ 12 จากผลการวิจัยข้อนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีจิตวิทยาการเรียนรู้ ซึ่งเรียกว่า ทฤษฎีการวางเงื่อนไขในการปฏิบัติ (Instrumental conditioning) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกระตุ้นกับการตอบสนองโดยถือเกณฑ์กระบวนการลองผิดลองถูก เมื่อบุคคลเกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดผลเชิงบวก (ความพึงพอใจ) ก็จะนำไปสู่การแนวโน้มการปฏิบัติในอนาคต (Solomon, 2018, p. 137)

สมมติฐานที่ 13 ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อความพึงพอใจของหนังสือประกอบความจริงเสริม [Augmented reality (AR)] จากมากไปหาน้อย ดังนี้ มากที่สุดได้แก่ เนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ($\beta = .284$) ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ($\beta = .258$) เทคโนโลยีทำให้หนังสือมีความน่าสนใจมากขึ้น ($\beta = .154$) การเรียงเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องเหมาะสม ($\beta = .130$) สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหา ($\beta = .124$) รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม ($\beta = .108$) และรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน ($\beta = .088$) โดยตัวแปรดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือประกอบความจริงเสริมผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับโมเดลของกระบวนการตอบสนอง (Model of response process) ซึ่งเรียกว่าโมเดลลำดับขั้นตอนของผลกระทบ (Hierarchy of effects model) จากสื่อ เมื่อเกิดการรู้จัก (Awareness) เกิดความรู้ความเข้าใจ (Knowledge) เกิดความชอบ (Liking) และความชอบมากกว่า (Preference) ซึ่งก็คือผู้อ่านเกิดพึงพอใจนั่นเอง (Belch & Belch, 2015, p. 159)

สมมติฐานที่ 14 ความพึงพอใจหนังสือประกอบความจริงเสริม [Augmented reality (AR)] (ด้านคุณค่าจากการอ่าน ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน ความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน) ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือประกอบความจริงเสริม ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับโมเดลของกระบวนการตอบสนอง (Model of response process) ซึ่งเรียกว่าโมเดลลำดับขั้นตอนของผลกระทบ (Hierarchy of effects model) จากสื่อ เมื่อเกิดการรู้จัก (Awareness) เกิดความรู้ความเข้าใจ (Knowledge) เกิดความชอบ (Liking) และความชอบมากกว่า (Preference) ซึ่งก็คือผู้อ่านเกิดพึงพอใจนั่นเอง (Belch & Belch, 2015, p. 159)

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงธรรมปฏิบัติธรรมและการทำบุญ

จากการบูรณาการผลวิจัยทั้งเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และเชิงปฏิบัติการคณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. กลยุทธ์การสร้างสรรคัณฑ์วัฒนธรรมมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสงบุญ
จากผลการวิจัยสามารถบูรณาการข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1.1 กลยุทธ์การสร้างสรรคัณฑ์วัฒนธรรมไบโพธิ์แห่งความดี “โพธิ์เงิน โพธิ์ทอง และโพธิ์แก้ว” เป็นกลยุทธ์ ชั่วให้ตัด ดีให้ต่อ ทำจิตใจให้ผ่องใส ซึ่งเป็นการใช้หลักศีล สมาธิ ปัญญา เพื่อเป็นการปฏิบัติธรรมในชีวิตประจำวัน โดยกลุ่มทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระจะต้องเริ่มปฏิบัติดังนี้

(1) โปธิ์เงิน หมายถึง การรักษาศีล กลุ่มทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระจะต้องมีการรักษาศีลโดยมีพฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอดีต และมีความตั้งใจละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต (โปธิ์เงิน) เป็นอันดับแรก ในด้านกายกรรม วาจากรรม มโนกรรม โดยต้องมีพฤติกรรมการละเว้นสิ่งที่ไม่ดี และมีความตั้งใจละเว้นสิ่งที่ไม่ดีในอนาคต ในการละเว้นฆ่าสัตว์และการละเว้นการประพฤตินอกใจ การละเว้นดื่มเครื่องดองของเมา และการละเว้นฆ่าสัตว์ ซึ่งเป็นด้านกายกรรม และมีการละเว้นพูดเพื่อเจ้อพูดส่อเสียด พูดเท็จ และการละเว้นพูดคำหยาบ ซึ่งเป็นด้านวาจากรรม รวมทั้งการลด-ละ-เลิกความโลภ ความโกรธ ความหลง ซึ่งเป็นด้านมโนกรรม เมื่อปฏิบัติได้แล้วจะต้องทำความดีต่อ ซึ่งเป็น “โปธิ์ทอง” โดยตัวแปรด้านกายกรรม วาจากรรม มโนกรรมจะส่งผลต่อความตั้งใจปฏิบัติการทำความดีในอนาคต (โปธิ์ทอง) ด้านการทำบุญ/ทำทาน ร้อยละ 70.7 ด้านการฝึกสติ ร้อยละ 60.5 และด้านการปฏิบัติธรรม ร้อยละ 36

(2) โปธิ์ทอง หมายถึง การรักษาศีลและการฝึกสมาธิ โดยกลุ่มทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระจะต้องมีการรักษาศีลและฝึกสมาธิ ในการรักษาศีล ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติธรรม ได้แก่ การสวดมนต์ ฟังธรรม ศึกษาธรรม เจริญภาวนา ด้านการทำบุญทำทานและด้านการฝึกสมาธิ ซึ่งเป็นการตั้งสติกำหนดกายเกี่ยวกับความเกิดดับ กายล้วนไม่เที่ยง เป็นทุกข์ การตั้งสติกำหนดเวทนาโดยไม่มองว่าเรากำลังทุกข์หรือกำลังสุข หรือเราเฉยๆ การตั้งสติกำหนดพิจารณาจิตโดยจิตระลึกรู้ ไม่มองว่าเรากำลังคิด เรากำลังโกรธ หรือเรากำลังหม่อมลอย และการตั้งสติพิจารณาธรรมมองว่าล้วนมีการเกิดดับ ไม่เที่ยง ไม่ทุกข์ โดยต้องมีพฤติกรรมทำความดีในอดีตและความตั้งใจปฏิบัติทำความดีในอนาคต (โปธิ์ทอง) ซึ่งนำไปสู่ปัญญา โดยตัวแปรดังกล่าวด้านการปฏิบัติธรรม การทำบุญ/ทำทาน การฝึกสมาธิ จะส่งผลต่อความตั้งใจปฏิบัติกรรมแต่เมตตาในอนาคต (โปธิ์แก้ว) ร้อยละ 35

(3) โปธิ์แก้ว หมายถึง การแผ่เมตตา โดยกลุ่มทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระมีพฤติกรรม การแผ่เมตตาในอดีตและมีความตั้งใจปฏิบัติแผ่เมตตาในอนาคต เกี่ยวกับการแผ่เมตตา (ความหวังดีต่อสัตว์) มองโลกในแง่ดี ทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม และปล่อยวางไม่ยึดมั่นเป็นอารมณ์ ในการแผ่เมตตาจะส่งผลให้บุคคลนั้นมีจิตใจผ่องใส

1.2 กลยุทธ์นวัตกรรมมูลค่าเพิ่มโดยการเรียนรู้ธรรมด้วยเสียงเพลง จะมีการแสดงพลังเสียง โดยใช้ดนตรีประกอบ เป็นการใช้ความรู้สึกภายในเปล่งเสียงออกมาตามทำนอง ต่างจากการสวดมนต์ต้องใช้กำลังใจสวดให้จิตเป็นกำลังสมาธิ โดยไม่มีดนตรี ไม่มีทำนองประกอบ ไม่ว่าจะใช้วิธีใดก็ต้องทำกำลังใจให้เข้าใจถึงจิตที่สะอาด สว่างใส เป็นผู้รู้ ผู้ตื่น ผู้เบิกบาน การร้องเพลงธรรมถือเป็นการภาวนา ถ้าฟังและร้องตามอย่างมีสติยอมทำให้เกิดศีล สมาธิ ปัญญาได้ นอกจากนี้ประโยชน์ของการฟังเพลงทำธรรมฟังง่าย ระลึกถึงพระพุทธศาสนา มีความรักต่อพระรัตนตรัย ทำให้รู้สึกดี/มีความสุขสดชื่น จิตใจแจ่มใส สงบ สมองปลอดโปร่ง สบายใจ ผ่อนคลายอารมณ์ดีขึ้น และรู้ถึงการปฏิบัติทำทาน เป็นต้น

เพลงธรรมที่คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์จากที่ปรึกษางานวิจัย เจ้าอาวาส/ผู้แทน แม่ชี มัคทายก/มัคทายิกา/ผู้ปฏิบัติธรรมเป็นประจำ และได้ดำเนินการคัดเลือกประกอบด้วย

บทกราบพระรัตนตรัย และเพลงธรรม 7 เพลง ดังนี้ เพลงศีล 5 เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว เพลงระฆังใจ เพลงจิตร-ประภัสสร เพลงมองแต่แง่ดีเกิด เพลงดั่งดอกไม้บาน และเพลงเก็บดวงดาว การเรียนรู้ธรรมด้วยเสียงเพลง สามารถนำไปปฏิบัติได้ที่บ้านหรือทุกที่ทุกเวลา ตลอดจน

ในขณะที่ไม่ได้ปฏิบัติธรรมที่วัด เช่น ช่วงมีกิจกรรมทำความสะอาดวัด ย่อมส่งผลให้ผู้ฟังมีศีล สมาธิ ปัญญา และมีความสุข ผู้ฟัง/ผู้เปิดเพลงธรรม ควรจะเริ่มจากเพลง (1) เพลงศีล 5 คือ ห้ามฆ่าสัตว์ ห้ามขโมย ห้ามผิดกามา ห้ามพูดเท็จ ห้ามดื่มสุรา (2) เพลงดั่งดอกไม้บ้าน คือ เป็นการฝึกลมหายใจ เข้า ลมหายใจออก (3) เพลงเก็บดวงดาว ทำให้เกิดความรัก ความเมตตา ความมีเมตตาจิต และระลึกถึงบุญคุณของแม่ (4) เพลงมองแต่แง่ดีเถิด ได้ข้อคิดว่า คนทุกคนย่อมมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ควรมองแต่แง่ดีของคนย่อมทำให้ใจเป็นสุขและสามารถดำเนินงาน ใช้ชีวิต และอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (5) เพลงทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว ให้ข้อคิดว่า ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว จิตใจคน เหนือสิ่งใดล้ำค่ามากกว่าเงิน (6) เพลงจิตร-ประภัสสร ให้ข้อคิดว่า ทำใจให้บริสุทธิ์ผ่องใส มีปัญหาให้ปรึกษา กัน ค่อยพูดค่อยจา เอาใจมาใจในเรา (7) บทกราบพระรัตนตรัย : บทสวด ให้ระลึกถึงการบูชาพระรัตนตรัย และ (8) เพลงระฆังใจ คือ การทำจิตใจให้สงบไม่คิดวุ่นวาย ปล่อยวาง ซึ่งจากเพลงดังกล่าวข้างต้นจะทำให้ผู้ฟังเพลงธรรมมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติธรรมและนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ เมื่อผู้ฟังเพลงธรรมมีความรู้ความเข้าใจในเสียงเพลงธรรมทั้ง 7 เพลงจะส่งผลต่อความพึงพอใจในเพลงธรรม ร้อยละ 85.6

นอกจากนี้ความพึงพอใจในเพลงธรรม 4 เพลงได้แก่ เพลงระฆังใจ เพลงจิตร-ประภัสสร เพลงเพลงศีล 5 และเพลงเก็บดวงดาว ส่งผลต่อการยอมรับในการนำไปปฏิบัติในอนาคต ร้อยละ 69.3

1.3 กลยุทธ์นวัตกรรมการธำรงรักษาลูกค้ำเดิม (แนวโน้มนวัตกรรมการมาวัดซ้ำ) ดังนี้

(1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาวัดเพื่อทำบุญ/ทำทาน/ไหว้ ใช้กลยุทธ์ดังนี้ (1.1) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม เช่น วัดทำการร้องอาสอธรรมการปฏิบัติธรรมตามหลักพุทธศาสนาผ่านตู้บริจาค/ตู้อัตโนมัติ (1.2) กลยุทธ์การสร้างสรรค์นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ เช่น การใช้สื่อวีดิทัศน์สอนหลักพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรม (1.3) ปรับกิจกรรมต่างๆ โดยปรับโปรแกรมปฏิบัติธรรม (เช่น สวดมนต์ ฟังเพลงธรรม คู่ขนานกับการร้องเพลงธรรม) เข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกับการทำบุญทำทานไหว้พระ (1.4) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้หลักพุทธศาสนา เช่น การใช้สื่อเสียงเพลงธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการร้องเพลงขณะเดินทางในรถ (เช่น เพลงศีล 5 บทสวดมนต์ทำนองเพลงสรภัญญะ/สอนฝึกสมาธิ และบทสวดมนต์ต่างๆ) เป็นการผ่อนคลายจากการร้องเพลงธรรม และยังมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ธรรมด้วย

(2) กลุ่มปฏิบัติธรรม (2.1) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม เช่น การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก ไลน์ และอีบุ๊ก (2.2) กลยุทธ์ตอบสนองความคาดหวังของผู้ปฏิบัติธรรม (2.3) นวัตกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ตามหลักพุทธศาสนา โดยใช้ข่าวสารว่าเป็นศาสนาที่มุ่งแก้เรื่องความดับแห่งทุกข์ และนำไปสู่ความสงบสุขของชีวิต โดยมุ่งทำความดี ละเว้นความชั่ว ทำจิตใจให้บริสุทธิ์จากการปฏิบัติธรรม โดยใช้สื่อทั้งแบบดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล (2.4) สร้างสรรค์นวัตกรรม เนื่องจาก การรับรู้จริงส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการปฏิบัติธรรมในวัด ดังนั้นการใช้สื่อนวัตกรรมต่างๆ จะส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ปฏิบัติธรรม จึงต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างๆ เช่น นวัตกรรมเทคนิคการสอนที่น่าสนใจ นวัตกรรมการใช้สื่อเผยแพร่ธรรม (สื่อดิจิทัลหรืออินเทอร์เน็ต เทปธรรม) ที่สามารถนำไปปฏิบัติตามที่บ้านได้ โดยให้ข่าวสารตามหลักพุทธศาสนาว่า เป็นการนำไปสู่ความสงบสุขของชีวิต พร้อมทั้งชี้ว่าการปฏิบัติธรรมเป็นอานิสงส์อันยิ่งใหญ่เหนือกว่าการทำบุญใดๆ

รวมทั้งให้ผู้ปฏิบัติธรรมนำแนวทางการปฏิบัติธรรมไปบอกต่อพูดคุยกันระหว่างเพื่อน ญาติ คนรู้จัก (สอน จูงใจ แนะนำ ชักชวน) หรือบอกต่อโดยผ่านสื่อโซเชียล โดยใช้ประเด็นที่ว่า “การให้ธรรมเป็นทาน ชนะการให้ทั้งปวง” หมายความว่า การที่ผู้เคยมาปฏิบัติธรรมแล้ว นำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปบอกต่อ นั่นถือว่าเป็นการให้ที่ยิ่งใหญ่

1.4 กลยุทธ์นวัตกรรมการสร้างความพึงพอใจโดยรวม ดังนี้

(1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาวัดเพื่อทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ ใช้กลยุทธ์ดังนี้ (1.1) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม (1.2) สร้างสรรค์นวัตกรรมการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ (1.3) กลยุทธ์ที่ตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมก่อนการท่องเที่ยว (1.4) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเรียนรู้ในหลักพุทธศาสนา

(2) กลุ่มปฏิบัติธรรม ดังนี้ (2.1) สร้างสรรค์นวัตกรรม การเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรม และนวัตกรรมการเรียนรู้ในหลักพุทธศาสนา เช่น การใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มัลติมีเดีย (e-book) และหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) เป็นต้น (2.2) กลยุทธ์ตอบสนองความคาดหวังของผู้ปฏิบัติธรรม การสร้างสรรค์พื้นที่สีเขียวของวัด

2. การตลาดเชิงกิจกรรมรวมทั้งการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชิงแสงบุญ คณะผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะดังนี้

2.1 การตลาดเชิงกิจกรรม หน่วยงานภาครัฐ ควรร่วมมือกับทางวัด ชุมชน ในการจัดตลาดเชิงกิจกรรมตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว/ผู้ปฏิบัติธรรม จำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติธรรมเป็น 2 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มทำบุญ/ทำทานร่วมกับการท่องเที่ยว โดยเน้นกิจกรรมทำบุญ/ตักบาตร/ขอพรไหว้พระ/เพื่อความเป็นสิริมงคล รวมทั้งจัดสถานที่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สักการะพระพุทธรูปโบราณหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้โดยสะดวก (2) กิจกรรมการอนุรักษ์วัฒนธรรม ศิลปะ และการเรียนรู้ประวัติศาสตร์จากการท่องเที่ยวในวัด เช่น การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนา และใช้สื่อดิจิทัลแสดงความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวัด (3) กิจกรรมนันทนาการ/พักผ่อนหย่อนใจ/กีฬา/ออกกำลังกายเชิงอนุรักษ์ในวัด เช่น การใช้เสียงเพลงธรรม บางช่วงจัดให้มีการออกกำลังกายแบบโยคะคู่ขนานกับการฝึกสมาธิ เป็นต้น (4) การประกวด/การแข่งขันกิจกรรมเชิงธรรมในวัด เช่น การประกวดสวดมนต์ทำนองสรภัญญะ

(2) กลุ่มปฏิบัติธรรม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายที่มาปฏิบัติธรรม เพื่อให้ให้จิตใจสงบ ดังนั้นทางวัดจำเป็นต้องมีลานปฏิบัติธรรมหรือห้องปฏิบัติธรรมและมีการวางแผนการบริหารจัดการการปฏิบัติธรรมอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการปฏิบัติธรรม/การฝึกวิปัสสนากรรมฐานเป็นหลัก โดยพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นเรื่อยๆ และรูปแบบการปฏิบัติธรรมที่ไม่ขัดต่อหลักธรรมทางพุทธศาสนา อารังรักษากิจกรรมการอนุรักษ์วัฒนธรรมด้านการเรียนรู้การปฏิบัติธรรม โดยเฉพาะแบบเข้มข้นในช่วงเทศกาลวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ส่วนการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ในส่วนที่เป็นโบราณสถานของวัดนั้น สามารถจัดทำสื่ออธิบายโบราณสถานและ

ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นนวัตกรรมการจัดกิจกรรมและงานเฉลิมฉลองร่วมกับกำหนดโปรแกรมการปฏิบัติธรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนาและเทศกาลต่างๆ ของไทย โดยวัดที่เน้นการปฏิบัติธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เช่น วัดมเหยงคณ์ วัดตาลเอน เป็นต้น

นอกจากนี้มีการจัดการตลาดเชิงกิจกรรม หน่วยงานภาครัฐ ควรร่วมมือกับทางวัด ชุมชน จัดการตลาดเชิงกรรมตามแนวนโยบายของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ แบ่งประเภทของวัดดังนี้

(1) วัดทั่วไป เน้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับทำบุญ ทำทาน ไหว้พระ เช่นวัด หน้าพระเมรุ วัดใหญ่ชัยมงคล เป็นต้น

(2) วัดอุทยานการศึกษา หมายถึง การพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชนโดยเน้นให้วัดร่มรื่น สะอาด สวยงาม สงบ เป็นระเบียบ เป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดไชยวัฒนาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร เป็นต้น

(3) วัดที่เป็นต้นแบบด้านสภาพแวดล้อม มีสวนหย่อม ดอกไม้ หรือลานพักผ่อน ลานธรรม เช่น วัดใหญ่ชัยมงคล

(4) วัดพัฒนาเป็นต้นแบบการปฏิบัติธรรม/วิปัสสนา/กรรมฐาน เช่น วัดมเหยงคณ์ วัดตาลเอน ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากโดยเฉพาะในส่วนวันหยุดติดต่อกันหลายวัน

(5) วัดที่ส่งเสริมอาชีพและสร้างงานให้กับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการจัดระบบและส่งเสริมให้ชุมชนนำสินค้าพื้นเมือง เช่น เครื่องจักรสาน มีดอรัญญิก เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เป็นต้น มาจำหน่าย นอกจากนี้มีการอนุรักษ์ตลาดน้ำสำหรับวัดที่อยู่ริมน้ำ เช่น วัดท่าการ้อง

2.2 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เป็นการเรียนรู้ธรรมและการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจการปฏิบัติธรรมที่ทำได้ในชีวิตประจำวัน และแนวโน้มการจะไปปฏิบัติธรรม ได้ที่ไหน อย่างไร เมื่อใด โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) หนังสือรู้ตัวทั่วพร้อม เป็นหนังสือการปฏิบัติธรรมที่ผู้สนใจปฏิบัติ/แสวงบุญอ่านแล้วสามารถนำไปปฏิบัติได้ในชีวิตประจำวัน ได้ให้ข้อคิดในเรื่องเวลาและโอกาสของการปฏิบัติธรรมในชีวิตประจำวัน สามารถปฏิบัติได้ และให้ผลไม่จำกัดเวลา โดยผู้ปฏิบัติต้องเข้าใจและตั้งใจก่อนปฏิบัติ ให้ข้อคิดในเรื่อง เพียรพยายามที่จะระลึกถึงตัวอยู่เสมอ โดยต้องเข้าใจตน ต้องมีสติ ผิกไม่ให้นินยิตินร้าย ให้ข้อคิดในเรื่องพิจารณาธรรมชาติตามความเป็นจริง ไม่ควรยึดติดว่าเป็นตัวเรา เป็นของของเรา ไม่ใช่ของเขา ธรรมชาติมีความเกิดดับเป็นธรรมดา สติเกิด กุศลเกิด ขาดสติกุศลไม่เกิด ปล่อยวางเป็นชีวิตจะเย็นสบาย รุโนอริยสัจ 4 ซึ่งจะเป็ประโยชน์สำหรับคนที่ไม่สามารถไปปฏิบัติธรรมที่วัดได้ โดยหนังสือต้องมีรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน เช่น ปก รูปภาพ ตลอดจนมีเนื้อหาที่อ่านง่ายและเข้าใจง่ายและเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรมได้ (ดังภาคผนวก)

ผู้จัดหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ ต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรมได้และอ่านง่าย และเข้าใจง่าย จะส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือรู้ตัวทั่วพร้อมฯ ร้อยละ 45.80 เมื่อผู้สนใจปฏิบัติ/แสวงบุญอ่านแล้วมีความพึงพอใจภายหลังการอ่าน มีความรู้สึกที่ดีภายหลังการอ่าน เห็นคุณค่าจากการอ่าน ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ ร้อยละ 43.20

(2) หนังสือคติธรรม เป็นหนังสือที่ผู้สนใจปฏิบัติธรรม/แสวงบุญอ่านแล้วจะได้อคติธรรมที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ในชีวิตประจำวัน เกี่ยวกับข้อคิดในเรื่องของการปล่อยวาง

วิปัสสนา การเจริญวิปัสสนานั้น ใช้การมีสติระลึกรู้ และสุภาชิตธรรมเกี่ยวกับ “รู้ละ สละวาง วางสบาย” “ระลึกที่อยู่เสมอ อย่าให้เผลอสติ” โดยหนังสือควรมีรูปลักษณ์ เช่น ปก รูปภาพ ที่สามารถจูงใจผู้อ่าน ตลอดจนมีเนื้อหาที่อ่านง่าย และเข้าใจง่ายในการปฏิบัติ (ดังภาคผนวก)

ผู้จัดทำหนังสือคติธรรม ต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม รูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้อ่าน อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย จะส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือคติธรรมฯ ร้อยละ 46.90 เมื่อผู้สนใจปฏิบัติ/แสวงบุญอ่านแล้วมีความพึงพอใจภายหลังการอ่าน มีความรู้สึกที่ดี ภายหลังการอ่าน เห็นคุณค่าจากการอ่าน ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนำไปปฏิบัติ ร้อยละ 54.40

(3) แผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality) คณะผู้วิจัยได้ใช้แผนที่วัดมเหยงคณ์เป็นต้นแบบในการวิจัย จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะโดยเจ้าอาวาสหรือมคทายกในการใช้แผนที่ประกอบความจริงเสริมควรสร้างเป็นแอปพลิเคชันสำหรับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์พกพาและสมาร์ทโฟน เนื่องจากปัจจุบันโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัย 4 ของคนในยุคปัจจุบัน และอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาและรวดเร็ว ผู้ที่สนใจปฏิบัติธรรมจึงสามารถหาข้อมูลได้ง่ายและสะดวกขึ้น ถือเป็นนวัตกรรมมีคุณค่าอย่างยิ่งและมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงธรรม เจริญแสวงบุญได้อย่างมีประสิทธิภาพและขยายวงได้อย่างขวาง

ผู้จัดทำแผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality) ควรคำนึงถึงผู้ใช้แผนที่ให้เกิดความรู้ความเข้าใจได้ง่ายเกี่ยวกับทำให้หาสถานที่ได้ง่ายขึ้น สถานที่ปฏิบัติธรรมจากการใช้งาน ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี คนใช้แผนที่สามารถหาสถานที่ได้เร็วขึ้น และรูปลักษณ์ที่สามารถจูงใจให้ใช้งาน ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม ร้อยละ 75.50 และเมื่อผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อแผนที่ประกอบความจริงเสริม เกี่ยวกับคุณค่าจากการใช้งาน ความรู้สึกที่ดีภายหลังการใช้งาน ความพึงพอใจภายหลังการใช้งาน และการประยุกต์ใช้ความจริงเสริมกับงานประเภทอื่น จะส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้งานแผนที่ประกอบความจริงเสริม ร้อยละ 69.60 นั่นคือ จะทำให้คนนิยมมาใช้แผนที่ประกอบความจริงเสริม

(4) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) คณะผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และข้อมูลของวัด 6 วัดที่เป็นต้นแบบ ได้แก่ (1) วัดใหญ่ชัยมงคล (2) วัดหน้าพระเมรุ (3) วัดพนัญเชิงวรวิหาร (4) วัดท่าการ้อง (5) วัดมเหยงคณ์ (6) วัดตาลเอน รวมทั้งการสร้างสรรค่นวัตกรรม เกี่ยวกับโครงการไปโพธิ์แห่งความดี “โพธิ์เงิน โพธิ์ทอง และโพธิ์แก้ว” และการเรียนรู้ธรรมด้วยเสียงเพลงเป็นข้อมูลในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่ประกอบไปด้วยลิงค์ และการเชื่อมโยงสามมิติ เพื่อให้การเข้าถึงข้อมูลในหนังสือเป็นไปได้รวดเร็ว ไม่ต้องรอนจนกว่าจะเปิดไปถึงหน้านั้น ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการเชิญชวนให้อ่านเข้าใจหลักธรรมเบื้องต้น และโน้มน้าวใจให้มาท่องเที่ยว และปฏิบัติธรรม โดยกลุ่มผู้ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ต้องอ่านจากคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือซึ่งสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ดังนั้นสำนักงานพระพุทธศาสนา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพระนครศรีอยุธยา กรมศาสนา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ควรสนับสนุนและส่งเสริมการจัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำลิงค์ที่คณะผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นไปขึ้นที่หน้าเว็บของหน่วยงานดังกล่าว ดังลิงค์ต่อไปนี้ https://issuu.com/passionarts/docs/wat_ayutthaya

ผู้จัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ต้องให้ความสำคัญกับรู้ความเข้าใจ ด้านเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนเข้าใจง่าย ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน ได้สาระ น่าติดตามและรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน การเรียงเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องเหมาะสม และรูปแบบการนำเสนอเหมาะสม จะส่งผลต่อความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 74.30 และเมื่อผู้มีความพึงพอใจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เกี่ยวกับความรู้สึกที่ดี ภายหลังการอ่าน คุณค่าจากการอ่าน ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน และความพึงพอใจในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 67.70

(5) หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) สำนักงานพระพุทธศาสนา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพระนครศรีอยุธยา กรมศาสนา ควรจัดทำหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) เป็นหนังสือประกอบความจริงเสริม [Augmented reality (AR)] โดยมีเนื้อหาเหมือนกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ประกอบไปด้วยสื่อประสมหลายชนิดทั้งวิดีโอ และเสียง โดยจัดให้ผู้ใช้งานเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ด้วยการสแกน QR Code แต่ผู้ใช้งานจำเป็นต้องเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา ดังนั้นวัดต่างๆ ควรมี WiFi ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาทำบุญหรือปฏิบัติธรรม เพื่อให้สามารถเข้าถึงสื่อดังกล่าวได้ ด้วยการสแกน QR code หรือ AR code และหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) ดังภาคผนวก



ผู้จัดทำหนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) ต้องให้ความสำคัญกับผู้ใช้งาน เมื่อใช้แล้วต้องมีความเข้าใจง่ายเกี่ยวกับเนื้อหาสามารถสื่อถึงการปฏิบัติธรรม ความรู้ความเข้าใจ (ธรรม) จากการอ่าน เทคโนโลยีทำให้นี้หนังสือมีความน่าสนใจมากขึ้น การเรียงเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องเหมาะสม สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอเหมาะสม และรูปลักษณะที่สามารถจูงใจให้อ่าน จะส่งผลต่อความพึงพอใจของหนังสือมัลติมีเดีย ร้อยละ 76.70 และถ้าผู้มีความพึงพอใจคุณค่าจากการอ่าน ความพึงพอใจภายหลังการอ่าน และความรู้สึกที่ดี ภายหลังการอ่าน จะส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) ร้อยละ 68.90

3. การสร้างสรรค์นวัตกรรมมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชียงแสงบุญ โดยการปฏิบัติการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยววัด คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

การสร้างสรรค์นวัตกรรมมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ เชียงแสงบุญ โดยการปฏิบัติการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยววัดนั้น มีวัตถุประสงค์ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน และแหล่งท่องเที่ยววัดมีส่วนร่วมในการวางแผน ปฏิบัติ และรับผิดชอบต่อโครงการ โดยมุ่งหวังให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ

3.1 นวัตกรรมกรทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
สรุปได้ดังนี้

(1) โครงการทำบุญบำเพ็ญประโยชน์เชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในวัดและชุมชน ร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยว และชุมชน เพื่อพัฒนาสถานที่ของวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่สีเขียว ธรรมชาติที่งดงาม สะอาด บรรยากาศดี การเพิ่มพื้นที่สีเขียวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว/ผู้ปฏิบัติธรรมได้ ซึ่งอาจจะแฝงกับการทำบุญ หรือจะทำประโยชน์ต่างๆ เข้าไปในโปรแกรมท่องเที่ยว การทำบุญโดยการปลูกต้นไม้หรือมอบเงินซื้อต้นไม้มาปลูกเพื่อให้วัดเกิดความสวยงาม

(2) โครงการบำเพ็ญประโยชน์ทำบุญเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยว และชุมชนมีการดำเนินกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา ร่วมกัน ได้แก่ ร่วมหล่อเทียนพรรษาถวายวัดต่างๆ สวดมนต์ข้ามปีรณรงค์การแต่งกายด้วยชุดไทยย้อนยุค การอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประติมากรรมต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานอันเก่าแก่ ซึ่งเป็นมรดกโลกของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งการใช้วัดกรรมดิลกัลลิตถิยาโบราณสถานอันทรงคุณค่าของมรดกโลก

(3) โครงการบำเพ็ญประโยชน์ทำบุญเพื่อพ่อ เพื่อสานต่อโครงการพระราชดำริ ร.9 เชิญชวนให้ประชาชน ร่วมมือระหว่างสถานศึกษาหรือชุมชนกับวัด หรือนักท่องเที่ยวทั่วทำบุญ ทำทาน ปฏิบัติธรรม เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลให้กับพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เช่น การปฏิบัติธรรม การรักษาศีล พัฒนาสิ่งแวดล้อมในรูปของการทำบุญ การบำเพ็ญประโยชน์ การรณรงค์ให้คนไทยรักสามัคคี

(4) โครงการทำบุญโดยสร้างระบบเศรษฐกิจพอเพียงตามวิถีพุทธ โครงการนี้ถือว่าได้ผลดีมาก เพราะเป็นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งด้านเศรษฐกิจอันเกิดจากการกระจายรายได้ในชุมชน อีกทั้งยังใช้หลักมัชฌิมาปฏิปทา (การปฏิบัติตนในทางสายกลาง) คือ พอมี พอกิน พอใช้ พอเพียง โดยมุ่งประโยชน์ให้กับชุมชนและครอบครัว มีองค์ประกอบของคำว่า เศรษฐกิจพอเพียง 3 ห่วง คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และภูมิคุ้มกัน ประกอบด้วยเงื่อนไข (1) เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆ (2) เงื่อนไขคุณธรรมที่จะต้องเสริมสร้าง ทั้งนี้ต้องหาอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งอาจจะเป็นภูมิปัญญาของชุมชนนั้นที่อาจมีอยู่ โดยกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างวัดกับชุมชน นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์แบบวิถีชีวิต ใช้หลักสร้างเศรษฐกิจชุมชนเพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน นอกจากนี้การประดิษฐ์เอาของใช้ในธรรมชาติมาเป็นเครื่องนวด ยาสมุนไพร ของเล่นเด็กจากวัตถุดิบธรรมชาติ หรือวิธีการทำขนมต่างๆ เป็นนวัตกรรมของชาวบ้านที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ทุกฝ่ายต้องช่วยกันโฆษณาประชาสัมพันธ์

(5) โครงการนวัตกรรมเติมเต็มบุญ/โครงการสะสมบุญ 9 วัด เพื่อในหลวงรัชกาลที่ 9 สิ่งจูงใจของโครงการนี้ ได้แก่ การอุทิศส่วนกุศลให้กับในหลวงรัชกาลที่ 9 รวมทั้งการเติมเต็มบุญ เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติธรรมเป็นอนิสงค์ (บุญ) อันยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ โดยผู้ร่วมโครงการสามารถใช้เวลาในวันหยุด โดยเฉพาะวันหยุดนักขัตฤกษ์ติดต่อกันหลายวัน ซึ่งโครงการนี้สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่ม โดยการสะสมบุญในระยะเวลาดสั้น คือ 1 วัน 3 วัน 7 วัน 1 เดือน หรือระยะยาวแล้วแต่โปรแกรมของวัด แล้วทางวัดจะออกประกาศนียบัตรให้

(6) บริษัททัวร์ หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษาควรประสานความร่วมมือการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยเสริมการปฏิบัติธรรมกับการทำบุญ ทั้งนี้ต้องประชาสัมพันธ์และมี

การกำหนดโปรแกรมร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการปฏิบัติกรอย่างมีส่วนร่วม โดยการทำให้บุญสามารถทำได้หลายแบบ คือ การบริจาคทาน รักษาศีล และการเจริญภาวนา การทำทานก็เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติธรรมไม่จำเป็นต้องไปนั่งสมาธิ แผ่เมตตาโดยใช้ปัญญาทำให้จิตใจบริสุทธิ์ผ่องใส การปฏิบัติธรรมทำได้ดังนี้ (1) พระที่สอนธรรมเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจนำไปปฏิบัติเองได้ (2) นำไปปฏิบัติเองที่บ้านได้ (3) สถานที่ต้องมีความเหมาะสมตลอดจนต้องประชาสัมพันธ์ในวัดและเพิ่มเติมเข้าไปในโปรแกรมทัวร์เพื่อดึงคนให้อยากมาปฏิบัติธรรม

3.2 นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและการปฏิบัติธรรมตามหลักพุทธศาสนาเสริมเข้าไปในการท่องเที่ยว

(1) การจัดทำสื่อ นวัตกรรม/ดิจิทัล/อินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่ธรรมและจูงใจให้ปฏิบัติธรรม โดยสื่อดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญมาก แต่สิ่งสำคัญก็คือ กลุ่มเป้าหมายต้องชัดเจน เนื่องจากผู้ปฏิบัติธรรมส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้สื่อดิจิทัล ดังนั้นกลุ่มดิจิทัลน่าจะเหมาะสมกับกลุ่มเด็ก วัยรุ่น หรือผู้ใหญ่ ทั้งนี้สำหรับเด็กน่าจะเป็นสื่อภาพเคลื่อนไหว หรือสื่อกราฟิก การ์ตูนต่างๆ สำหรับวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมา น่าจะมีสื่อดิจิทัลภาษาอังกฤษ จีน หรือญี่ปุ่น ขึ้นอยู่ว่ากลุ่มไหนบ้างที่มาท่องเที่ยววัด ทั้งนี้การใช้โซเชียลมีเดีย รวมทั้งแอปพลิเคชันผ่านมือถือได้ทั่วถึง ต้นทุนต่ำ สะดวก รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ เช่น แผนที่ประกอบความจริงเสริม (Augmented reality) หนังสือมัลติมีเดีย (Multimedia book) และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยเน้นข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่ใช้สื่อเผยแพร่ธรรมและจูงใจให้ปฏิบัติธรรม เพื่อให้เกิดการรับรู้ว่าการปฏิบัติธรรมเป็นอันสงค์ (บุญ) อันยิ่งใหญ่เหนือการทำบุญใดๆ

(2) การจัดทำเว็บไซต์ของวัดเชื่อมโยงกับทาง ททท. วัฒนธรรมจังหวัดหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (เช่น Facebook, Line) ถือว่าได้รับความนิยมสูงมาก เป็นการเผยแพร่ธรรม รวมทั้งการใช้แอปพลิเคชันแสกน QR หรือคิวอาร์โค้ดตามแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งใช้ EBook เพื่อสอนปฏิบัติธรรมเบื้องต้น เช่น สอนมนต์และหรือกำหนดลมหายใจ ทั้งหมดนี้ใช้ร่วมกับคติธรรม คำกลอนและสุภาษิตสอนธรรม โดยสอนสุภาษิตตามต้นไม้ในวัดถือว่าทำให้คนได้รู้ นอกจากนี้การไหว้พระ 9 วัด ส่วนใหญ่ได้ผลในเรื่องการทำบุญ อาจจะเพิ่มเพลงธรรมเข้าไปช่วยในระหว่างนั่งรถไปยังวัดต่างๆ

(3) ผู้จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวควรเสริมโครงการศูนย์การเรียนรู้ทางพระพุทธศาสนาเข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยมีพระ/ผู้ปฏิบัติธรรม/ครูที่สอนให้ความรู้เชิงธรรม โดยเทคนิคการสอนที่น่าสนใจ มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง คือ (1) พระ/ครู/ผู้เชี่ยวชาญธรรม (2) การสร้างบรรยากาศ สถานที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติธรรม (3) เทคนิคการสอนต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น ข่าวสารและสื่อที่ใช้ประกอบ หรืออาจจะใช้เทคโนโลยีดิจิทัล หรือใส่โปรแกรมการสอนธรรมเข้าไปในหุ่นยนต์หรือตู้หยอดเหรียญในวัดก็ได้

(4) ผู้จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวควรเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวตามเส้นทางแสวงบุญสู่เส้นทางแสวงธรรม โดยใช้หลักไตรสิกขา ศีล สมาธิ ปัญญา เพื่อพัฒนาจิตใจและปัญญา โดยการฝึกสมาธิในทุกอิริยาบถ การกำหนดลมหายใจเบื้องต้น รวมทั้งนันทนาการเชิงธรรมให้เหมาะกับกลุ่ม เช่น กลุ่มเด็กใช้เพลงธรรม กลุ่มผู้ใหญ่ใช้การกำหนดลมหายใจเข้าออก ร่วมกับการใช้โยคะเชิงธรรม นอกจากนี้การไหว้พระ 9 วัด ส่วนใหญ่ได้ผลในเรื่องการทำบุญ อาจจะเพิ่มเพลงธรรมเข้าไปช่วยใน

ระหว่างนั่งรถไปยังวัดต่างๆ การแสวงบุญ/แสวงธรรม คือการทำบุญเป็นธรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งสามารถนำหลักการไปใช้ในชีวิตประจำวันและจะนำไปสู่ความสุขต่อไป

(5) การบริหารจัดการและพัฒนาวัด คณะกรรมการวัดควรจัดทำแผนผังภายในวัดและโบราณสถาน รวมทั้งเน้นอัตลักษณ์ของอยุธยาให้เห็นถึงคุณค่าความเป็นมรดกโลกประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการทำบุญ/ทำทาน/ไหว้พระ/การปฏิบัติธรรมพร้อมกับการท่องเที่ยวตลอดจนการสร้างจิตสำนึกในการรักษาและเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมในอยุธยาจะมีความเป็นมาของโบราณสถานตั้งแต่ในอดีต ดูแล พัฒนาพื้นที่ และรักษาความสะอาดโดยให้ชาวบ้านมีส่วนร่วม เช่น การพัฒนาลานธรรม เป็นต้น นอกจากนี้การบริหารจัดการและพัฒนาวัดให้วัดเป็นศูนย์กลางชุมชน วัดก็จะเป็นที่สร้างงาน สร้างอาชีพให้กับชุมชนด้วย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) นวัตกรรมการเรียนรู้ธรรมและปฏิบัติธรรมที่ประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน
- 2) นวัตกรรมนันทนาการเชิงธรรมจำแนกตามลักษณะจิตนิสัย/จิตวิทยาภูมิประชากรศาสตร์ ค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต โครงร่างด้านจิตนิสัยของกลุ่มประชากรศาสตร์
- 3) การสร้างสรรค์โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมปฏิบัติธรรมในแหล่งท่องเที่ยววัด จำแนกลักษณะภูมิประชากรศาสตร์ของไทย
- 4) นวัตกรรมการตลาดเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ธรรมปฏิบัติธรรม จำแนกตามลักษณะภูมิประชากรศาสตร์และจิตนิสัย/จิตวิทยาภูมิประชากรศาสตร์
- 5) การมีส่วนร่วมและร่วมมือกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มต่างๆ โดยการเรียนรู้ธรรมและปฏิบัติธรรม รวมทั้งบำเพ็ญประโยชน์เชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อนุรักษ์วัฒนธรรม เสริมสร้างความแข็งแกร่งเศรษฐกิจพอเพียง และการแก้ปัญหาสังคมสำหรับกลุ่มนักเรียน นักศึกษาในระดับประถม มัธยม และอุดมศึกษา
- 6) การพัฒนากลยุทธ์นวัตกรรมการตลาด เพื่อการเรียนรู้ธรรมและปฏิบัติธรรมผ่านโซเชียล
- 7) นวัตกรรมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการร่วมกับสถาบันการศึกษา และสถาบันครอบครัว เพื่อศึกษา ศิล สมาธิ ปัญญา อาริยสัจ 4 และการบำเพ็ญบุญ
- 8) การบูรณาการทฤษฎีสิ่งกระตุ้น ให้เกิดการตอบสนอง ร่วมกับการสอนศีล สมาธิ ปัญญา
- 9) กลยุทธ์นวัตกรรมการตลาดดิจิทัล (Digital marketing innovation strategy) เพื่อการเรียนรู้ธรรมและปฏิบัติธรรม ดังนี้ (1) การตลาดออนไลน์ (Online marketing) (2) สื่อสังคมออนไลน์ (Online social media) (3) ชุมชนออนไลน์ (Online communities) (4) การบอกต่อผ่านชุมชนออนไลน์ (Word of mouth through online communities) (5) การตลาดโดยการสร้างข่าวลือ (Buzz marketing) (6) การตลาดแบบส่งต่อโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Viral marketing) (7) การสร้างการบอกต่อที่เป็นข่าวลือให้เป็นที่สนใจ (Creating word of mouth buzz) (8) การตลาดโทรศัพท์มือถือระบบดิจิทัล (Digital mobile marketing)