

ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ด้านการรับรู้คุณค่า
และด้านการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์
ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Confidence and Trust Factors, Perceived Value, and Technology Acceptance
Affects Decision-making to Practice Dharma Through Online Courses of the
Buddhamahametta Foundation, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

กนกพร แสงศรีจันทร์
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Kanokpon Sangsrijun
E-mail: 6314060002@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 46 - 60 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นเจ้าของกิจการ และมีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 50,001 บาท ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.78) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ (\bar{X} = 4.83) ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.80) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านคุณภาพของคอร์สปฏิบัติธรรม (\bar{X} = 4.86) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.59) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (\bar{X} = 4.65) และการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของผู้ปฏิบัติธรรมในธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.63)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ โดยภาพรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ และด้านความเชื่อมั่นในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า ด้านประโยชน์ต่อสังคม ด้านอารมณ์ของผู้ปฏิบัติธรรม และด้านคุณภาพของคอร์สปฏิบัติธรรม มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (4) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์

Abstract

The purpose of this study is to examine the confidence and trust factors perceived value and technology acceptance affects decision-making to practice dharma through online courses of the Buddhamahametta Foundation Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, factors include demographic factors, confidence and trust factors, perceived value, and technology acceptance. The 400 samples were drawn from population of practitioners in Buddhamahametta foundation, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most practitioners in Buddhamahametta foundation, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province of the respondents were female, age 46 - 60 years old, marital status, received Bachelor's Degree, business owner and received monthly income of over 50,001 bath. Confidence and trust factors were at the highest level ($\bar{X} = 4.78$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were trust decision-making to practice dharma through online courses ($\bar{X} = 4.83$). Perceived value were at the highest level ($\bar{X} = 4.80$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was quality of practice Dharma through online courses ($\bar{X} = 4.86$). Technology acceptance were at the highest level ($\bar{X} = 4.59$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was perceived ease of use ($\bar{X} = 4.65$). The overall decision-making to practice dharma through online courses of the Buddhamahametta Foundation Phra Nakhon Si Ayutthaya Province was rated at the highest level ($\bar{X} = 4.63$).

The results of hypothesis test show that (1) the practitioners in Buddhamahametta foundation, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province with different age had different overall the decision-making to practice dharma through online courses. (2) Confidence and trust factors, trust and confidence had effect the decision-making to practice dharma through online courses of the Buddhamahametta Foundation Phra

Nakhon Si Ayutthaya Province at statistical significance of 0.05 levels. (3) Perceived value, social perceived value, emotional perceived value, and quality perceived value had effect the decision-making to practice dharma through online courses of the Buddhahamametta Foundation Phra Nakhon Si Ayutthaya Province at statistical significance of 0.05 levels. And (4) technology acceptance, perceived usefulness, and perceived risk had effect the decision-making to practice dharma through online courses of the Buddhahamametta Foundation Phra Nakhon Si Ayutthaya Province at statistical significance of 0.05 levels.

Keyword: Decision-making to Practice Dharma Through Online Courses

บทนำ

ในยุคที่เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทกับการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก จนสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาในสังคมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้การทำงานบรรลุผลตามเป้าหมาย เกิดประสิทธิผลสูงสุด ประหยัดทั้งเวลาและแรงงานในการทำงาน เพื่อชิงความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง แต่เมื่อเกิดวิกฤติเศรษฐกิจแต่ละครั้ง ผลที่เกิดขึ้นทันที คือ ภาคธุรกิจที่ถูกผลกระทบได้รับความเสียหาย บางบริษัทล้มละลาย บางบริษัทลดจำนวนลูกจ้าง ทำให้มีคนตกงานจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ภัยเงียบที่ยังไม่มีการพูดถึงกันมากนัก ก็คือ ปัญหาความเครียดและปัญหาสุขภาพจิตที่ตามมา เนื่องจากรายได้ลดลงหรือถูกให้ออกจากงาน ซึ่งวิกฤติเศรษฐกิจโลกที่กำลังเผชิญในขณะนี้คงเป็นการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 (เสาวนีย์ มหาชัย และคณะ, 2562)

ข้อมูลจากการรายงานโดยกรมสุขภาพจิตได้มีการแถลงว่าในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ในสองไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2563 อัตราการฆ่าตัวตายของคนไทยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 22 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับช่วงวิกฤติปี พ.ศ. 2540 และอัตราการฆ่าตัวตายของคนไทยทั้งปี พ.ศ. 2563 ยังเพิ่มขึ้นถึง 7.3 คนต่อประชากรแสนคน ดัชนีทางสุขภาพจิตรายเดือนจาก Google Search Index ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2547 ถึงปี พ.ศ. 2563 โดยกำหนดเกณฑ์คำค้นหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจิต 5 คำ ได้แก่ (1) โรคเครียด (2) วิตกกังวล (3) โรคซึมเศร้า (4) โรคนอนไม่หลับ และ (5) ฆ่าตัวตาย พบว่า คำค้นหาที่มีปริมาณมากที่สุดสองอันดับแรก คือ “ฆ่าตัวตาย” และ “โรคซึมเศร้า” (สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2564)

ปัญหาความเครียดและสุขภาพจิตที่เกิดขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 และมาตรการควบคุมโรคที่ภาครัฐกำหนด ทำให้คนส่วนใหญ่หันมาสนใจในทางพระพุทธศาสนากันมากขึ้น การปฏิบัติธรรมคือกิจกรรมทุกอย่างในชีวิตประจำวัน ถ้าทำถูกต้องดีงามแล้วก็เป็น การปฏิบัติธรรมทั้งสิ้น ตามหลักคำสอนในพระพุทธศาสนา ธรรมในภาคปฏิบัติทั้งหมด สรุปอย่างย่อ คือ ศีล สมาธิ ปัญญา ซึ่งคุณค่าที่เกิดขึ้นจากการฝึกอบรมสมาธิหรือการฝึกอบรมจิต ประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก สมรรถภาพของจิตจะดี เกิดความเข้มแข็ง ความอดทน และความเพียรพยายาม เป็นต้น ประการต่อมา คุณภาพของจิตจะดี เกิดคุณธรรม ความดีงามในใจ ความเมตตา ความกรุณา ความกตัญญู และความอ่อนโยน และประการสุดท้าย สุขภาพจิตจะดี เกิดความสงบของจิต ในความสงบก็มีความสุข ความเบิกบาน ความผ่อนคลาย ซึ่งจะส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้การปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ได้ผลดียิ่งขึ้น (พระพรหมคุณาภรณ์, ม.ป.ป)

จากพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคสมัยที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทำให้โลกในปัจจุบันกลายเป็น “โลกออนไลน์” จากรายงานสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2564 โดย ETDA พบว่าสถิติในปี พ.ศ. 2564 มีกิจกรรมออนไลน์ที่นิยมทำมากที่สุด คือ การติดต่อสื่อสาร สูงถึงร้อยละ 77 เนื่องจากช่วงที่ผ่านมาหลายองค์กรต่างมีมาตรการให้พนักงานทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเรียนออนไลน์ เกือบร้อยละ 100

จึงทำให้การสื่อสารอยู่ในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) การยอมรับในเทคโนโลยี การเข้าถึงการใช้งานที่ง่ายเป็นโอกาสที่ดีสำหรับการสร้างช่องทางเพิ่มเติมในการศึกษาธรรมะผ่านช่องทาง Social Commerce ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนในการตัดสินใจศึกษาธรรมะได้รวดเร็วขึ้น เนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและอยู่ที่ไหนก็เรียนได้ ทำให้ผู้บริหารในสำนักปฏิบัติธรรมสามารถเลือกจัดคอร์สปฏิบัติธรรมผ่านออนไลน์ได้

ธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นองค์กรประเภทไม่แสวงหากำไร มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทำนุบำรุงและปฏิบัติธรรมตามแนวทางพระพุทธศาสนาฝ่ายเถรวาทและมหายาน สนับสนุนทุนการศึกษาทางวิชาการและช่วยเหลือรักษาพยาบาลผู้เจ็บป่วยทั้งพระสงฆ์ สามเณร แม่ชี ผู้ปฏิบัติธรรม และประชาชนต่างๆ และส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดสันติภาพสงบสุข ร่มเย็นแก่ประชาชนทั่วโลก โดยมีพระครูวินัยธรกิตติเชษฐสิริวิฑฒโก เป็นผู้นำทางด้านการสอนวิปัสสนากรรมฐานและเผยแผ่พระพุทธศาสนาตามแนวทางของพระบรมศาสดาองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ปัจจุบันการสอนวิปัสสนากรรมฐานของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจำนวนมากและหลากหลาย โดยคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์เริ่มดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 ด้วยระบบ Zoom มีจำนวนผู้เข้าร่วมปฏิบัติธรรมเฉลี่ยประมาณ 70 ถึง 150 คนต่อคอร์ส และความถี่ในการจัดประมาณ 4 ถึง 5 คอร์สต่อเดือน ซึ่งกิจกรรมภายในคอร์สจะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และกลุ่มผู้เข้าร่วมปฏิบัติธรรม การปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์นอกจากจะช่วยบรรเทาความทุกข์กายและใจของผู้ปฏิบัติธรรมในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่ไม่สามารถมาปฏิบัติธรรม ณ ธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้แล้ว ยังเป็นที่พึ่งพิงทางด้านจิตใจของผู้ปฏิบัติเหมือนมีวัดอยู่ที่บ้าน ผลจากการปฏิบัติธรรมจะทำให้ผู้ปฏิบัติมีสติ สมาธิ และปัญญาในการดำเนินชีวิตอย่างรู้คุณค่าและเกิดประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น (มูลนิธิพุทธะมหาเมตตา, 2565)

ผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ด้านการรับรู้คุณค่า และด้านการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลประกอบในการปรับปรุงและพัฒนาคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ และนำมาซึ่งผลประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมปฏิบัติธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ด้านการรับรู้คุณค่า และด้านการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีขอบเขตการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ด้านการรับรู้คุณค่า และด้านการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่ามีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในการพัฒนาคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ ตลอดจนการจัดกิจกรรมคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ เพื่อช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ปฏิบัติธรรมให้ดีขึ้น

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Kotler (2003) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า หมายถึง การเลือกกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกหลากหลายทางที่มีอยู่ ซึ่งการตัดสินใจของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ เป็นต้น นอกจากนั้นกระบวนการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นรูปแบบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกและดำเนินการ

อย่างเป็นทางการขั้นตอนของผู้บริโภค เริ่มจากการตระหนักถึงความต้องการสินค้าซึ่งเป็นผลจากแรงกระตุ้นทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การรับชมโฆษณาทางโทรทัศน์ การพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัว การรับชมรูปภาพหรือข้อความจากสมาชิกในสื่อสังคมออนไลน์ การใช้คำสั่งค้นผ่านโปรแกรมค้นหา (Search Engine) ที่ได้รับความนิยมต่างๆ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับทั้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประสบการณ์จากผู้ซื้อ เช่น บล็อก และเว็บวิจารณ์สินค้า เป็นต้น เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าจึงเข้าสู่กระบวนการซื้อสินค้าออนไลน์และภายหลังการซื้อจะเป็นการแสดงออกถึงระดับความพอใจต่อสินค้า

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ

Parasuraman, et al. (1985) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่น คือ ผู้ให้บริการมีศักยภาพที่จะให้บริการลูกค้าอย่างเต็มประสิทธิภาพ ด้วยความนุ่มนวล สุภาพ กิริยามารยาทงาม สื่อสารอย่างชัดเจน และทำให้ผู้รับบริการมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดีที่สุด เพื่อให้ผู้รับบริการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นกับผู้ให้บริการ

Morgan and Hunt (1994) ได้ให้ความหมายของความไว้วางใจ คือ ความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ของคู่ค้า ความสอดคล้อง อำนาจ ความเที่ยงตรง ความรับผิดชอบ ความยุติธรรม การให้ความช่วยเหลือ และความเมตตา ความไว้วางใจดังกล่าวจะส่งผลต่อความสัมพันธ์ในระยะยาวที่ถูกสร้างขึ้น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า

Wang (2013) ได้อธิบายว่า การรับรู้คุณค่า หมายถึง การรับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลเพิ่มขึ้นต่อความตั้งใจซื้อและการเลือกตราสินค้าใดโดยเฉพาะของผู้บริโภคเป็นแนวทางในการดูพฤติกรรมในอนาคตของพวกเขา การรับรู้คุณค่าได้รับการศึกษาในหลายมิติ

Sweeney, et al. (2001) ได้กล่าวว่า ในมุมมองของผลิตภัณฑ์การรับรู้คุณค่าแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) การรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่นักการตลาดต้องให้ความสำคัญเพื่อการเติบโตในระยะยาวของตราสินค้า (2) การรับรู้คุณค่าด้านราคา โดยเปรียบเทียบการรับรู้ประโยชน์และค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ (3) การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากผลิตภัณฑ์ในด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ (4) การรับรู้คุณค่าด้านสังคม ผู้บริโภคใช้ส่งเสริมฐานะทางสังคมและเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

Davis, et al. (1989) ได้นำเสนอโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่อธิบายพฤติกรรมของบุคคลไว้ว่า การที่บุคคลจะลงมือประกอบพฤติกรรมใดนั้น สามารถอธิบายได้จากการวัดความเชื่อ (Beliefs) เจตคติ (Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention) ซึ่งผลของความตั้งใจกระทำก่อให้เกิดการกระทำนั้นขึ้น

Ooi and Tan (2016) ได้ทำการพัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ (Mobile Technology Acceptance Model: MTAM) ซึ่งพัฒนามาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มีทั้งสิ้น 6 ปัจจัย ได้แก่ (1) การรับรู้ความเข้ากันได้ (Perceived Compatibility) (2) การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) (3) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) (4) การรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน (Perceived Financial Resource) (5) การรับรู้ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย (Perceived Security Risk) และ (6) การรับรู้ความไว้วางใจ (Perceived Trust) โดยผู้วิจัยได้หยาบยกตัวแปรมาศึกษาในงานวิจัยฉบับนี้เพียง 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) (2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และ (3) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Yamane (1973) ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ และด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า ได้แก่ ด้านคุณภาพของคอร์สปฏิบัติธรรม ด้านราคาของคอร์สปฏิบัติธรรม ด้านอารมณ์ของผู้ปฏิบัติธรรม และด้านประโยชน์ต่อสังคม มีคำถามทั้งหมด 13 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง มีคำถามทั้งหมด 13 ข้อ

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้สร้างเป็นข้อคำถามที่ครอบคลุมและสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบคำถาม การใช้ภาษาในแบบสอบถามเพื่อความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตามตารางตรวจสอบคุณภาพความครอบคลุมด้านเนื้อหาการวิจัย รวมไปถึงใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะนำคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ก่อนนำไปใช้งานจริง

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจภาพรวม 0.943 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านความเชื่อมั่นในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ 0.922 และด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ 0.862 ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าภาพรวม 0.941 แสดงเป็นรายด้านดังนี้ ด้านคุณภาพของคอร์สปฏิบัติธรรม 0.891 ด้านราคาของคอร์สปฏิบัติธรรม 0.903 ด้านอารมณ์ของผู้ปฏิบัติธรรม 0.917 และด้านประโยชน์ต่อสังคม 0.897 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีภาพรวม 0.928 เป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ 0.961 ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน 0.932 และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง 0.877 และการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 0.944

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) ซึ่งหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลครบจำนวน 400 ชุดแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลที่ไปวิเคราะห์คำนวณผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทดสอบ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติในธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 46 - 60 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นเจ้าของกิจการ และมีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 50,001 บาท

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ และด้านความเชื่อมั่นในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านคุณภาพของคอร์สปฏิบัติธรรม ด้านราคาของคอร์สปฏิบัติธรรม ด้านอารมณ์ของผู้ปฏิบัติธรรม และด้านประโยชน์ต่อสังคม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของผู้ปฏิบัติธรรม ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้ ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์โดยภาพรวมต่างกัน และผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์โดยภาพรวมไม่ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ และด้านความเชื่อมั่นในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่ามีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านประโยชน์ต่อสังคม ด้านอารมณ์ของผู้ปฏิบัติธรรม และด้านคุณภาพของคอร์สปฏิบัติธรรม มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านราคาของคอร์สปฏิบัติธรรมไม่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ การค้นหาคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ได้อย่างสะดวก อาจเป็นเพราะทางสำนักปฏิบัติธรรมเพิ่งจะเริ่มดำเนินการจัดคอร์สปฏิบัติธรรมด้วยระบบออนไลน์ จึงทำให้การพัฒนาระบบช่องทางออนไลน์ยังไม่สมบูรณ์ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การมีความสุขและความสบายใจในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาสินี ตูลานนท์ (2562) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลการศึกษาการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าอายุมีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์ส

ออนไลน์ เนื่องจากอายุที่ต่างกันอาจบอกถึงวุฒิภาวะและระดับความเข้าใจในธรรมชาติที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ไม่เหมือนกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วงศกร ปิยะนันท์ (2559) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณิสสา ตรงจิตร (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) ผลการศึกษาพบว่า เพศ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สามารถ สิทธิธนิ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทาง Online กรณีศึกษาจังหวัดน่าน และกรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทาง Online ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจด้านความเชื่อมั่นในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ และด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่อบริการปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ และด้านความเชื่อมั่นในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของผู้ปฏิบัติธรรมเกิดจากการที่ผู้บริหารของสำนักปฏิบัติธรรมมีความรับผิดชอบและความเชี่ยวชาญในการจัดปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ โดยมีระบบการจัดการเงินบริจาคและระบบการรักษาความปลอดภัยต่อข้อมูลของผู้ปฏิบัติธรรมเป็นอย่างดี และมีหลักสูตรในการสอนที่เป็นมาตรฐาน นำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ปฏิบัติธรรมในระยะยาว ถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้ปฏิบัติธรรมเพื่อใช้ในการพิจารณาและตัดสินใจก่อนเข้าร่วมปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาสินี ตูลานนท์ (2562) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ โดยพบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของผู้สูงอายุด้านความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ และด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพของคอร์สปฏิบัติธรรม ด้านอารมณ์ของผู้ปฏิบัติธรรม และด้านประโยชน์ต่อสังคม มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านประโยชน์ต่อสังคม ด้านอารมณ์ของผู้ปฏิบัติธรรม และด้านคุณภาพของคอร์สปฏิบัติธรรม ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า คอร์สปฏิบัติธรรมควรมีคุณค่าทางสังคมต่อผู้ปฏิบัติธรรม คือ การที่ผู้ปฏิบัติธรรมมีสติ สมาธิ และปัญญาในการดำเนินชีวิต จะทำให้ไม่ยากเบียดเบียนหรือสร้างความเดือดร้อนให้แก่ตนเองและผู้อื่น ส่วนทางด้านจิตใจของผู้ปฏิบัติธรรมก็จะอ่อนโยน มีเมตตา ให้อภัยผู้อื่นง่ายขึ้น เกิดความสุขภายในจิตใจ ดังนั้น คอร์สปฏิบัติธรรมจำเป็นต้องมีประโยชน์ทางด้านจิตใจและสร้างความสบายใจแก่ผู้ปฏิบัติธรรม อีกทั้งรูปแบบการสอนควรเป็นมาตรฐานและหลากหลายเพื่อให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรม จึงจะน่าสนใจเข้าร่วม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริสรา อัครพิสิฐ (2562) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณค่า การรับรู้ความเสี่ยง และการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสัตว์ปลูก (In Vitro Meat) ของผู้บริโภคชาวไทยในกลุ่ม Generation Y และ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าของเนื้อสัตว์ปลูก ด้านคุณภาพของเนื้อสัตว์ปลูก ด้านอารมณ์ของผู้บริโภค และด้านประโยชน์ต่อสังคม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสัตว์ปลูกของผู้บริโภคชาวไทยในกลุ่ม Generation Y และ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านราคาของคอร์สปฏิบัติธรรม ไม่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านราคาของคอร์สปฏิบัติธรรม ผู้วิจัยมีความเห็นว่า มูลนิธิพุทธะมหาเมตตาเป็นองค์กรประเภทไม่แสวงหาผลกำไร มีวัตถุประสงค์เพื่อทำนุบำรุงและเผยแผ่พระพุทธศาสนา การจัดคอร์สปฏิบัติธรรมจึงเน้นประโยชน์และมีคุณค่าทางด้านจิตใจ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกผ่อนคลายและมีความสุข โดยมิได้คำนึงถึงมูลค่าที่อาจต้องจ่ายผ่านการบริจาคและมิได้มีความลังเลในการตัดสินใจ เนื่องจาก การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์มีมากกว่าการรับรู้คุณค่าด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Abdullah, et al. (2013) ได้ให้ความหมายของการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ไว้ว่า หมายถึง สินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางจิตใจต่อผู้บริโภค โดยการเลือกซื้อสินค้าที่ถูกต้องหรือสนองความต้องการ สามารถช่วยทำให้ผู้บริโภครู้สึกคลายเครียดและมีความสุข รวมถึงการที่ผู้บริโภคมีความรู้สึกมั่นใจและภาคภูมิใจที่ได้ใช้สินค้าที่ผู้บริโภคได้เลือกหรือคัดสรรมาอย่างดี

5. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดคอร์สปฏิบัติธรรมผ่านออนไลน์มี จะช่วยเพิ่มพูนความรู้ พัฒนาความสามารถและประสิทธิภาพในการปฏิบัติธรรมของผู้ปฏิบัติธรรมได้มากขึ้น ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้และเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ นอกจากนี้ผู้ปฏิบัติธรรมยังมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการให้ข้อมูลส่วนตัวแก่สำนักปฏิบัติธรรมว่ามีระบบการรักษาความปลอดภัยต่อข้อมูลและวิธีการชำระเงินบริจาคที่เชื่อถือได้ อีกทั้งผู้ปฏิบัติธรรมยังสามารถยอมรับได้หากคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ที่เลือกอาจไม่ตรงประเด็นกับที่คาดหวังไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาสินี ตูลานนท์ (2562) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ โดยพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ปฏิบัติธรรมของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องจากคอร์สปฏิบัติธรรมผ่านออนไลน์เพิ่งเริ่มดำเนินการได้ไม่นาน ทำให้ผู้ปฏิบัติธรรมยังคงชินกับระบบการทำงานเดิม ดังนั้น การใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อการสืบค้นหรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคอร์สปฏิบัติธรรมที่สนใจและต้องการเข้าร่วมยังมีความสำคัญน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธาสนี ตุลานนท์ (2562) ได้ทำการศึกษการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ โดยพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ให้แก่ผู้ปฏิบัติธรรม ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้มีความสุขกายสบายใจและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ

ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจด้านความเชื่อมั่นในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ และด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้น ผู้บริหารของสำนักปฏิบัติธรรมควรให้ความสำคัญด้านความเชื่อมั่นเป็นอย่างมาก โดยมีความรับผิดชอบและซื่อสัตย์ต่อผู้ปฏิบัติธรรม เช่น การเปิดเผยที่ตั้งของสำนักปฏิบัติอย่างชัดเจน การมีระบบการจัดการเงินบริจาคและระบบการรักษาความปลอดภัยต่อข้อมูลเป็นอย่างดี ส่วนด้านความไว้วางใจ ควรมีความซื่อสัตย์สุจริต โดยมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ที่เป็นประโยชน์และครบถ้วน มีหลักสูตรในการสอนที่เป็นมาตรฐาน มีจริยธรรม และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ปฏิบัติธรรมในระยะยาว

ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า

1. ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า ด้านคุณภาพของคอร์สปฏิบัติธรรม ด้านอารมณ์ของผู้ปฏิบัติธรรม และด้านประโยชน์ต่อสังคม มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้น สำนักปฏิบัติธรรมควรให้ความสำคัญด้านคุณภาพของคอร์สปฏิบัติธรรมเป็นอย่างมาก ควรจัดคอร์สปฏิบัติธรรมให้มีคุณค่าทางด้านจิตใจและสร้างความสบายใจแก่ผู้ปฏิบัติธรรม ส่วนด้านอารมณ์ของผู้ปฏิบัติธรรม ควรเน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้มีศีลธรรม โดยสอดคล้องกับความต้องการของผู้ปฏิบัติธรรม เพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถเข้าใจและเข้าถึงธรรมะได้ง่ายขึ้น และด้านประโยชน์ต่อสังคม ควรมีกิจกรรมที่ทำให้เกิดคุณค่าทางสังคม เช่น กิจกรรมช่วยเหลือสังคม เป็นต้น ผู้ปฏิบัติธรรมจะมีแนวทางการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นและสามารถแก้ปัญหาชีวิตได้ด้วยสติปัญญา นำไปสู่คุณภาพชีวิตและสุขภาพจิตของคนในสังคมที่ดีขึ้นตามมา

2. ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านราคาของคอร์สปฏิบัติธรรม ไม่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้น สำนักปฏิบัติธรรมจึงไม่ควรเน้นประเด็นความสนใจเกี่ยวกับด้านราคาของคอร์สปฏิบัติธรรม เนื่องจากคอร์สปฏิบัติธรรมควรมีประโยชน์ทางด้านจิตใจมากกว่า ซึ่งทางสำนักปฏิบัติธรรมไม่ได้มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายใดๆ กับผู้เข้าร่วมปฏิบัติธรรม ทั้งนี้ผู้ปฏิบัติธรรมสามารถร่วมบุญบริจาคได้ตามกำลังศรัทธา ซึ่งสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

1. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้น สำนักปฏิบัติธรรมควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ควรมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้แบบสองทาง ผู้ปฏิบัติธรรมควรเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้และรู้สึกว่าการปฏิบัติธรรมมีคุณค่าได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์สูงสุด ส่วนด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ระบบการปฏิบัติธรรมออนไลน์ควรมีความน่าเชื่อถือในเรื่องการให้ข้อมูลส่วนตัวและวิธีการชำระเงินบริจาค รวมถึงคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ควรเป็นไปตามความคาดหวังของผู้ปฏิบัติธรรม

2. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ ของธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้น สำนักปฏิบัติธรรมจึงไม่ควรเน้นประเด็นความสนใจเกี่ยวกับด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เนื่องจากผู้ปฏิบัติธรรมเคยชินกับระบบการทำงานเดิม ทำให้การใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อการสืบค้นหรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคอร์สปฏิบัติธรรมที่สนใจยังมีความสำคัญน้อย อย่างไรก็ตามองค์ประกอบของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานถือเป็นส่วนหนึ่งที่ยังต้องมี เพราะฉะนั้นสำนักปฏิบัติธรรมควรพัฒนาระบบการปฏิบัติธรรมออนไลน์เพื่อให้ง่ายในการเข้าถึงคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ต่อไป *ข้อเสนอแนะเพื่อการทบทวนวิจัยครั้งต่อไป*

1. เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ด้านการรับรู้คุณค่า และด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ เท่านั้น งานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมที่มีผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ เช่น ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติธรรม หรือปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติธรรม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมได้มากยิ่งขึ้น

2. การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ปฏิบัติธรรมในธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น ศึกษาผู้ปฏิบัติธรรมในสำนักปฏิบัติธรรมเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจปฏิบัติธรรมผ่านคอร์สออนไลน์ในภาพรวม

3. เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจข้อมูล งานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบสนทนาแบบเชิงลึก ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อผู้บริหารของสำนักปฏิบัติธรรมในการพัฒนาคอร์สปฏิบัติธรรมออนไลน์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ปฏิบัติธรรม

เอกสารอ้างอิง

พระพรหมคุณาภรณ์. (ม.ป.ป). ของขวัญของชีวิต. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก <http://www.thammapedia.com/Dhamma/books/payutto/076.pdf>

มูลนิธิพุทธะมหาเมตตา. (2565). ประวัติความเป็นมา ธรรมสถานมูลนิธิพุทธะมหาเมตตา. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2565, จาก <https://www.buddha-mahametta.com/>

วงศกร ปิยะนันท์. (2559). การตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2564). วิฤทธิเศรษฐกิจ วิฤทธิคน ส่องปัญหาสุขภาพจิตประเทศไทยในช่วงวิกฤติโควิด-19 ผ่านมุมมองของนักเศรษฐศาสตร์. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2565, จาก <https://www.pier.or.th/abridged/2021/08/>

- สามารถ ลิทธิมณี (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทาง Online กรณีศึกษาจังหวัดน่านและกรุงเทพมหานคร, สารนิพนธ์, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ, มหาวิทยาลัยเกริก.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2564. ค้นเมื่อ 7 มกราคม 2565, จาก https://www.etcha.or.th/th/UsefulResource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2021_Slides.aspx
- สุณิสา ตรงจิตร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุธาสิณี ตุลาพันธ์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เสาวนีย์ มหาชัย, ชاکริต สกกุลอิสริยาภรณ์ และแก้วตา ผู้พัฒนพงศ์ (2562). การใช้เทคโนโลยีมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร สังกัดสำนักงานศาลยุติธรรมในจังหวัดนครราชสีมา. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก http://www.baabstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-7_1565850146.pdf
- อริสรา อัครพิสิฐ. (2562). อิทธิพลของการรับรู้คุณค่า การรับรู้ความเสี่ยง และการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสัตว์ปลูก (In Vitro Meat) ของผู้บริโภคชาวไทยในกลุ่ม Generation Y และ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Abdullah, M. F. A., Zahari, S. E. S. S. M., & Lamat, M. (2013). Industrial design Innovation of Sarawak contemporary furniture design. *Procedia Engineering*, 53, 673-682.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (1989). User acceptance of computer technology A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management (11st ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Morgan, R., & Hunt, S. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(July), 20-30.
- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Journal of Expert Systems with Applications*, 59, 33-46.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of services Quality and It's Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Wang, S. T. E. (2013). The influence of visual packaging design on perceived food product quality, value, and brand preference. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(10), 805-816
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis (3rd ed.)*. New York: Harper and Row Publications.