



รายงานการวิจัย

เรื่อง

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด

Tourist Management Model of Religion and
Cultural in Buddhist Temple

โดย

นายภัชรบถ ฤทธิ์เต็ม

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่

พ.ศ.๒๕๕๐

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 610650038



รายงานการวิจัย

เรื่อง

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด
Tourist Management Model of Religion and
Cultural in Buddhist Temple

โดย

นายภัชรบด ฤทธิ์เต็ม

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่

พ.ศ. ๒๕๕๐

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 610650038

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Tourist Management Model of Religion and Cultural in Buddhist Temple

By

Mr.Phatcharabot Rittem

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Chiangmai Campus

B.E.2550

Research Project Funded by Mahachulalongkornrajavidyalaya University

MCU RS 610650038

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานการวิจัย: รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด

ผู้วิจัย: นายภัสกร

ฤทธิ์เต็ม

หน่วยงาน: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่

ปีงบประมาณ:

๒๕๕๐

ทุนอุดหนุนการวิจัย: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและความพึงพอใจของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัดในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยภาคสนาม (Survey Research) โดยใช้วิธีการแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๔๐๐ คน การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการสังเกตการณ์ (Observation) พื้นที่วัดท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า

จังหวัดเชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยเฉพาะกลุ่มแหล่งท่องเที่ยววัดในตัวเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ คือ วัดต่างๆ รวม ๘๖ วัด มีวัดที่สำคัญและมีชื่อเสียง เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดพระสิงห์ราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวง วัดสวนดอก วัดเจ็ดยอด วัดเชียงยืน เป็นต้น ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีถึง ๑๓ แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวง วัดถ้ำเชียงดาว เป็นต้น ทำให้เกิด ปัญหาด้านการท่องเที่ยว ๕ ประเด็นหลัก คือ ปัญหาด้านอุปทานทางการท่องเที่ยว ปัญหาการพัฒนาศาสนาที่และสินค้าของการท่องเที่ยว ปัญหาด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ปัญหาสภาพแวดล้อม และปัญหาด้านนโยบายการท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจความพึงพอใจการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๒ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๖๖ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๗ ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ๓.๓๔ ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย ๓.๒๗ และด้านประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ๒.๘๗

นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าสิ่งที่วัดควรปรับปรุง เรียงตามลำดับ ๓ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การจัดหาถังขยะและจัดระเบียบสถานที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ ร้อยละ ๗๙ .๘ การดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำ ร้อยละ ๗๔.๐ และ ควรมีแผนผังแสดงแหล่งท่องเที่ยวในวัด ร้อยละ ๖๐.๓

จากผลการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด สรุปได้ดังนี้

๑. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดทำผังการใช้สอยพื้นที่ของวัด การจัดทำแผนพัฒนาวัดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และการจัดทำแผนพัฒนาฟื้นฟูโบราณสถานหรือวัดร้าง

๒. การจัดการระบบสื่อความหมาย ได้แก่ การจัดทำข้อมูลและฐานข้อมูลของวัดในระบบสารสนเทศ และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดในวันสำคัญหรือเทศกาลสำคัญ

๓. การจัดการบุคลากรการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรของวัดในด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาจริยธรรมการท่องเที่ยวในวัด

Research Title: Tourist Management Model of Religion and Cultural in Buddhist Temple

Researcher: Mr. Phatcharabot Rittam

Department: Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Chiangmai Campus

Fiscal Year: 2550 / 2007

Research Scholarship Sponsor: Mahachulalongkornrajavidyalaya University

ABSTRACT

The aims of this research aims were to study an environment and the tourist satisfaction of the temple and management of the tourist in Chiang Mai province. This research was documentary research and survey research by using the questionnaire with the samples 400 people, the interviews and observation of the environment of the temple in Chiangmai province. The data analysis was frequency, percentage, mean and standard Deviation. The results of analysis data were found as the following:

The ancient places, the antiquities in Chiangmai province and especially, the place of tourist attraction the temple in Chiangmai, consisted of the important place in the history. There are 86 temples ; such as ; Wat Phrathat Doi Suthep, Wat Phrasing Waramahavihan, Wat Chedi Luang, Wat Suandok, Wat Jedyod, and ChiangYuen etc. thus, there are many tourist in Chiangmai. There were 13 temples of the declined areas, such as Wat Phrathat Doisuthep, Wat Chedi Luang, Wat ThamChaingDao etc. There were 5 main problems for the tourist. 1) The problem in the supply of tourist, 2) the problem of the management and products, 3) the problem of the tourist, 4) the problem of environment, 5) the problem of the policy in tourism.

The results of the tourist satisfaction of the temple in Chiangmai, were founded; the tourist satisfy to the tourist attraction place and management of the tourist showed at 3.42 percent which put them in order to least; the Tourist resources showed at 3.66. The Facilities showed at 3.47. The Strategy of the tourist

showed 3.34. The Personnel of Tourist showed at 3.27 and the Advertisement showed at 2.87.

The tourists give an opinion that should improve, provide of trash and garbage showed at 78.8 The Maintaining the cleanliness of the bathroom showed at 74.0 and the map of the temple should be provided at 60.3.

The results of study tourist management were founded;

1. The tourist resource management was the proportional management and the development the temple area which is considered in short and long term. This is included the reparation of Archaeological site or abandoned temple.

2. The meaningful management system was the preparation of the temple information and data base information systems and publicity for the important day in Buddhism.

3. The Personnel Management, the development of the tourist sectors were improved in the tourism and moral development of the tourism.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็นทุนสนับสนุนการวิจัยประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๐ ภายใต้แผนงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

คณะผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณผู้บริหารและคณะกรรมการวิจัยของสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ ที่ได้พิจารณาให้ทุนอุดหนุนการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณคณะที่ปรึกษาโครงการวิจัยและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการดำเนินการวิจัยเป็นอย่างดี ตลอดจนนักท่องเที่ยวนและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ทั้งนี้ ผู้วิจัยหวังว่าจะได้รับข้อเสนอแนะอันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการศึกษา งานวิจัยทางด้านพระพุทธศาสนาสืบต่อไป

นายภัสรณ ฤทธิเต็ม

๒๔ กันยายน ๒๕๕๕

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญแผนภูมิ.....	ณ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ.....	ญ
 บทที่ ๑ บทนำ.....	 ๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๘
๑.๓ ขอบเขตของการวิจัย.....	๘
๑.๔ คำจำกัดความของศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	๙
๑.๕ ประโยชน์ที่ได้รับ	๑๐
 บทที่ ๒ เอกสารรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	 ๑๑
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยว.....	๑๑
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา.....	๔๓
๒.๓ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๖๔
 บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย.....	 ๖๘
๓.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	๖๘
๓.๒ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๖๘
๓.๓ การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	๗๑
๓.๔ การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล.....	๗๒
 บทที่ ๔ ผลการวิจัย.....	 ๗๓
๔.๑ สภาพการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่.....	๗๓

๔.๒ ความพึงพอใจของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่.....	๘๗
๔.๓ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด.....	๑๐๐

บทที่ ๕ สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....๑๐๗

๕.๑ สรุปผลการวิจัย.....	๑๐๗
๕.๒ อภิปรายผล.....	๑๑๐
๕.๓ ข้อเสนอแนะ.....	๑๑๑

บรรณานุกรม.....๑๑๓

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก บทความวิจัย.....	๑๑๖
ภาคผนวก ข รายชื่อคณะกรรมการตรวจเครื่องมือวิจัย.....	๑๒๘
ภาคผนวก ค แบบสอบถามภาษาไทย.....	๑๒๙
ภาคผนวก ง แบบสอบถามภาษาอังกฤษ.....	๑๓๔
ภาคผนวก จ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการวิจัยไปใช้ประโยชน์....	๑๓๙
ภาคผนวก ฉ ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการมาและผลที่ได้รับของโครงการ.....	๑๔๐
ภาคผนวก ช ภาพประกอบ.....	๑๔๒

ประวัตินักวิจัย.....๑๔๕

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

ตารางที่ ๔.๑	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ.๒๕๕๓.....๗๙
ตารางที่ ๔.๒	แสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์จังหวัด รายได้ต่อหัว จำนวนประชากร ระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๘-๒๕๕๒.....๘๓
ตารางที่ ๔.๓	จำนวนและร้อยละจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล.....๘๗
ตารางที่ ๔.๔	จำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุผลที่มาท่องเที่ยว.....๙๐
ตารางที่ ๔.๕	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๙๒
ตารางที่ ๔.๖	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....๙๓
ตารางที่ ๔.๗	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวด้านบุคลากร.....๙๔
ตารางที่ ๔.๘	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวด้านประชาสัมพันธ์.....๙๕
ตารางที่ ๔.๙	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว.....๙๕
ตารางที่ ๔.๑๐	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวรวมด้าน.....๙๖
ตารางที่ ๔.๑๑	จำนวนและร้อยละจำแนกตามสิ่งที่วัดควรปรับปรุง.....๙๗
ตารางที่ ๔.๑๒	แสดงประเด็นปัญหาของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่.....๙๘

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ หน้า

แผนภูมิที่ ๒.๑ แสดงวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในตลาด.....	๑๙
แผนภูมิที่ ๒.๒ แสดงขั้นตอนตามแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ๖ ระยะ ของ Bulter.....	๒๑
แผนภูมิที่ ๒.๓ แสดงแนวคิดหลักการตลาด.....	๒๔

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

อักษรย่อชื่อคัมภีร์

พระไตรปิฎก = เล่ม/ข้อ/หน้า

ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พระวินัยปิฎก

วิ.มหา. (ไทย)	=	วินัยปิฎก มหาวิภังค์ (ภาษาไทย)
วิ.ม. (ไทย)	=	วินัยปิฎก มหาวรรค (ภาษาไทย)
วิ.จุ. (ไทย)	=	วินัยปิฎก จุฬวรรค (ภาษาไทย)

พระสุตตันตปิฎก

อง. จตุกก. (ไทย)	=	อังคุตตรนิกาย จตุกกนิปาต (ภาษาไทย)
อง.ทสก. (ไทย)	=	อังคุตตรนิกาย ทสกนิปาต (ภาษาไทย)
ขุ.อิติ. (ไทย)	=	ขุททกนิกาย อิติวุตตกะ (ภาษาไทย)

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดรายได้จำนวนมหาศาลให้กับประเทศไทย นับตั้งแต่ปี ๒๕๒๕ เป็นต้นมา และในปี ๒๕๓๐ รัฐบาลได้ประกาศโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชื่อว่า "ปีท่องเที่ยวไทย" เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๕ รอบ และพระราชพิธีรัชมังคลาภิเษก หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ร่วมมือกันส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง จนทำให้ปี ๒๕๓๐ เป็นปีที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากถึง ๓.๔๘ ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินถึง ๕๐,๐๒๓ ล้านบาท ทั้งยังส่งผลให้ในปีต่อๆ มามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือนเป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันประเทศไทยเร่งส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เพื่อช่วยกอบกู้วิกฤตเศรษฐกิจที่ประเทศชาติกำลังเผชิญอยู่ เพราะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายหมื่นล้านบาท ดังข้อมูลที่ว่าในปี พ.ศ.๒๕๐๓ มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ๘๑ ,๓๔๐ คน มีรายได้เข้าประเทศในช่วงนั้น ๑๙๖ ล้านบาท ในปี พ.ศ. ๒๕๒๕ เพิ่มขึ้นเป็น ๒,๒๑๘,๔๒๙ คน ทำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับ ๑ ถึง ๒๓,๘๗๙ ล้านบาท และในปี พ.ศ. ๒๕๓๙ มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากถึง ๗.๒ ล้านคน และทำรายได้เกินกว่า ๒๐๐ ,๐๐๐ ล้านบาท ส่วนสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยปัจจุบันกำลังวิกฤตอย่างหนักเพราะหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจในเอเชียปี ๑๙๙๗ ส่งผลให้ประเทศไทยต้องเข้าไปอยู่ในโครงการ Stabilization Program ซึ่งถูกควบคุมทางการเงินจาก IMF (International Monetary Fund)

เมื่อเกิดปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจในสังคมไทย วัดซึ่งเป็นสถาบันทางศาสนาสถาบันหนึ่งของสังคมจึงมีความคาดหวังว่าจะมีส่วนในการช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วย และตามหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนาแล้ว พระพุทธเจ้าก็ทรงสอนให้พระสงฆ์มีหน้าที่ในการช่วยเหลือสังคม^๑ ให้สำนึกหน้าที่ความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น^๒ และมีหลักคำสอนเรื่องสังคมสงเคราะห์คือ สังคหวัตถุ ๔^๓

^๑ ขุ.อิติ. (ไทย) ๒๕/๒๘๗/๓๑๔.

^๒ อัง.ทสก. (ไทย) ๒๔/๔๘/๙๒.

^๓ อัง.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๓๒/๓๒.

เป็นต้น แต่บทบาทของวัดและพระสงฆ์จะมีส่วนช่วยเหลืออย่างไรให้เหมาะสมกับพระธรรมวินัย เรียกว่า “โลกไม่ซ้ำ ธรรมไม่เสีย ” จึงเป็นสิ่งที่ต้องมีการศึกษาวิจัยและทำความเข้าใจ โดยเฉพาะบทบาทของวัดในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อร่วมแก้ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจในสังคมไทย

วิกฤตเศรษฐกิจในช่วงเวลาที่ผ่านมา ถึงแม้ประเทศไทยจะได้รับผลกระทบอย่างหนัก แต่ปัญหาดังกล่าวได้คลี่คลายไปด้วยความร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การใช้มาตรการทางเศรษฐกิจช่วยปรับลดงบประมาณในส่วนราชการ การลดค่าเงินบาทให้อ่อนตัวลง และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวปีมหัศจรรย์ประเทศไทย (Amazing Thailand ๑๙๙๘-๑๙๙๙) รวมไปถึงมาตรการต่อเนื่องที่จะตามมา ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพิ่มขึ้น สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศชาติอีกทางหนึ่ง รายได้ที่เกิดจากกิจการท่องเที่ยวแม้ว่าจะออกมาในรูปของเม็ดเงินไม่เด่นชัดนัก แต่เป็นที่ยอมรับกันว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยือนสถานที่แห่งใดๆ ก็ตาม จะต้องมีการใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าบริการ อาหาร ที่พักอาศัย และอื่น ๆ ซึ่งรายได้ดังกล่าวในทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่า "รายได้จำบัง" การท่องเที่ยวจึงนับว่าเป็นสินค้าอย่างหนึ่งที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศได้โดยไม่ต้องมีการส่งออก หรือ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นสินค้าส่งออกที่มองไม่เห็น (Invisible Export)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้แถลงตัวเลขนักท่องเที่ยวและสถานการณ์ท่องเที่ยวใน ๖ เดือนแรกของปีมหัศจรรย์ประเทศไทย (Amazing Thailand) ๒๐๐๐ ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น ๔.๖๘ ล้านคน ทางด้านรายได้จากการท่องเที่ยวได้มีการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวในช่วง ๓ เดือนแรก (มกราคม-มีนาคม ๒๕๔๓) โดยรวมแล้วในช่วงไตรมาสแรก ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวน ๗๐,๘๒๔.๘๖ ล้านบาท สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการที่ตลาดนักท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคต่างมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวนั้นนอกจากจะก่อให้เกิดการสร้างงาน อันนำมาซึ่งรายได้สู่ท้องถิ่นทั่วทั้งประเทศแล้ว ยังเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

ในขณะที่การท่องเที่ยวประเภทเริงรมย์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ตั้งแต่การเข้ามาตั้งฐานทัพทหารของอเมริกาในสมัยสงครามเวียดนาม การท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ฟังเริ่มขยายตัวขึ้นภายหลังสถานการณ์ความตึงเครียดระหว่างประเทศ ในยุคสงครามเย็นระหว่างค่ายสังคมนิยมคอมมิวนิสต์และค่ายเสรีประชาธิปไตยเริ่มคลายตัวลง โดยประเทศจีนหันมาผูกมิตรกับประเทศไทย และลดการสนับสนุนพรรคคอมมิวนิสต์ในประเทศไทย อีกทั้งรัฐบาลไทยในสมัยพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้ใช้นโยบายการเมืองนำทหาร ประกาศประณามให้ผู้ออกการร้ายคอมมิวนิสต์ออกมามอบตัว โดยไม่มีความผิด ทำให้สถานการณ์ลดความตึงเครียดลง ปัญหาด้านความปลอดภัยในการเดินทางของการท่องเที่ยวจึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวอีกต่อไป การท่องเที่ยวของประเทศไทย

จึงขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ จนสามารถทำรายได้ให้กับประเทศสูงเป็นอันดับ ๑ ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๒๕ เป็นต้นมา

บทบาทหน้าที่ของการท่องเที่ยว ในการเป็นเครื่องมือสร้างรายได้ให้กับประเทศเด่นชัดขึ้นเรื่อยๆ การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้กระทำกันอย่างต่อเนื่องจริงจังมาโดยตลอด ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๓๐ (ปี การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย) จนถึงปี พ.ศ. ๒๕๔๑-๒๕๔๒ โครงการปีท่องเที่ยวไทยในชื่อว่า มหัศจรรย์ประเทศไทย (Amazing Thailand, ๑๙๙๘ -๑๙๙๙) หลายปีที่ผ่านมา เส้นทางทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ประเทศไทยได้เรียนรู้อะไรบ้าง จากผลกระทบทั้งทางด้านบวกและลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการพัฒนา โดยมีเป้าหมายสูงสุดอยู่ที่การใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เพื่อความอยู่ดีกินดีของคนไทยในแหล่งท่องเที่ยว การรักษาสภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและสังคมไว้ด้วย และการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไว้ด้วย

ในช่วงศตวรรษที่ผ่านมาประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รายได้ของประชากรดีขึ้น จึงมีเงินออมเหลือเพื่อการใช้จ่ายใช้สอยหาความสุขทางด้านอื่น ๆ ได้ การคมนาคมสะดวกทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ จึงทำให้ประชากรที่ต้องการพักผ่อนจากธุรกิจการทำงานได้หาโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ การท่องเที่ยวภายในประเทศนับว่ามีความสำคัญต่อประชากรส่วนใหญ่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดี ก็คือการนำมาซึ่งความสามัคคีของคนในชาติที่มีพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมแตกต่างกัน แต่ในขณะเดียวกัน ผลเสียจากการท่องเที่ยวย่อมเกิดขึ้นได้หลายทาง การท่องเที่ยวอาจจะส่งผลกระทบต่อสังคม เช่น ผลกระทบด้านศีลธรรม รวมไปถึงปัญหาด้านอาชญากรรม โสเภณี ยาเสพติด และการประพฤติผิดทางด้านศีลธรรมอื่น ๆ ซึ่งไม่อาจปฏิเสธได้ว่ากิจการท่องเที่ยวไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาสังคมดังกล่าว ตลอดถึงความมั่งคั่งทางด้านเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สังคมไทยตกอยู่ภายใต้กระแสทุนนิยมและบริโภคนิยม และจากความแตกต่างทางด้านสังคมวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมได้เข้ามาท่องเที่ยว การปฏิบัติตัวในเรื่องกิริยามารยาท การพูดจา และการแต่งกาย คนท้องถิ่นอาจจะนำไปใช้เป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติตนบ้าง ซึ่งจะส่งผลทำให้ขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นต้องเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมจะถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้าเพื่อสนองตอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้ละเลยความเคารพต่อศักดิ์ศรีของวัฒนธรรม เช่น การนำสัญลักษณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาและเป็นที่เคารพนับถือไปจัดสร้างและจัดแสดงไว้ในสถานที่ที่ไม่เหมาะสม ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้นั้นส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากสถาบันทางศาสนาขาดการเอาใจใส่ดูแลที่เหมาะสม และขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดสถานที่เพื่อการเที่ยวชมและประกอบพิธีกรรมประเพณีอันนำมาซึ่งความเลื่อมใสศรัทธาและความตื่นตาตื่นใจแก่นักท่องเที่ยว ตลอดถึงจิตสำนึกและความรู้ความเข้าใจของตนท้องถิ่นที่ขาดการ

เรียนรู้ที่ถูกต้อง กลายเป็นปัญหาที่นำไปสู่การดัดแปลงวัฒนธรรมไปสู่มิติเดียว คือการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ขาดมิติทางศาสนาและวัฒนธรรม ที่แฝงความหลังความศักดิ์สิทธิ์อันควรเป็นที่เคารพนับถือ

หากมองในมิติของสถาบันทางศาสนา ซึ่งเป็นบ่อเกิดแห่งขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของผู้คนและศิลปกรรม ทั้งในรูปแบบของสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และปฏิมากรม เป็นต้น ศาสนสถานจึงเป็นแหล่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางไปสู่ ทั้งนี้เพื่อทำพิธีกรรมทางศาสนา เพื่อการศึกษาและการท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่ในอดีตกาลที่ผ่านมา แหล่งท่องเที่ยวมักมีความเกี่ยวข้องกับศาสนสถานทั้งสิ้น^๔

สถาบันพระพุทธศาสนาได้มีบทบาทอันสำคัญยิ่งต่อสังคมไทยมานับพันปี เพราะวัดเป็นศูนย์กลางของสังคม และพระสงฆ์ซึ่งเป็นตัวแทนของวัดเป็นผู้นำของจิตใจของประชาชนเป็นศูนย์รวมแห่งความเชื่อถือการร่วมมือกัน เป็นที่ประกอบพิธีกรรม เป็นบำเพ็ญหลอมวิถีชีวิตชาวพุทธไทย^๕ วัดเป็นแหล่งรวมของศิลปกรรมอันล้ำค่าทั้งด้านสถาปัตยกรรม ปฏิมากรมและจิตรกรรม ที่ศิลปินได้ถ่ายทอดลักษณะเด่นของคำสอนทางพระพุทธศาสนาออกมาในงานศิลปะอย่างกลมกลืนน่าชื่นชมเป็นพุทธศิลป์ที่ให้คุณค่าทั้งด้านความงามและทั้งเป็นสื่อให้คนได้เข้าถึงธรรมปฏิบัติซึ่งช่วยกล่อมเกลาคิดใจมนุษย์ให้อ่อนโยนและสะอาดบริสุทธิ์ขึ้น พุทธศิลป์ที่ปรากฏในวัดจึงเป็นศิลปะแห่งอุดมคติที่ให้คุณค่าและความหมายเชิงจริยธรรมอย่างสูง

ด้วยความเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าเช่นนี้ วัดจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมาตั้งแต่อดีตนับตั้งแต่ชนชั้นกษัตริย์ลงมาจนถึงสามัญชนนิยมที่เดินทางไปนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ยังศาสนสถานต่างๆ ด้วยถือว่าเป็นบุญ เป็นกุศล เป็นสิริมงคลในชีวิต เป็นประเพณีกษัตริย์ผู้ขึ้นครองราชย์ในสมัยอยุธยา จะต้องเสด็จไปนมัสการศาสนสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนาในฐานะพุทธมามกา กษัตริย์ เช่น สมเด็จพระเอกาทศรถ เสด็จไปนมัสการพระพุทธชินราช ใน พ.ศ. ๒๑๓๘^๖ และการเสด็จไปนมัสการพระพุทธบาทที่สระบุรีของสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง ในปี พ.ศ. ๒๑๗๕^๗ เป็นต้น ส่วนสามัญชนก็พากันไปทำบุญที่วัดในโอกาสต่างๆ และพาลูกหลานไปวิ่งเล่นในลานวัด

เมื่อย้อนกลับมาพิจารณาว่าวัดในพระพุทธศาสนาเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อใด โดยเริ่มตั้งแต่ปฐมโพธิกาล ในปีแรกที่พระพุทธองค์ทรงตรัสรู้ หลังการประกาศพระศาสนาของพระพุทธองค์ไม่เกิน ๗ เดือน ได้มีพระสงฆ์สาวกเพิ่มจำนวนขึ้นนับพันรูป พระสงฆ์ส่วนหนึ่งถูกส่งให้จาริกไปประกาศพระ

^๔ ชาญภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, “วัดกับการท่องเที่ยว”, จุลสารการท่องเที่ยว, (๑๑ (๓) ๒๕๓๕) : หน้า ๔๓.

^๕ พระมหาประยูร ญัตโต, พระพุทธศาสนากับสังคมไทยในปัจจุบัน, (กรุงเทพมหานคร: สยามสมาคม, ๒๕๑๓), หน้า ๔๕.

^๖ พระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา ฉบับพันจันทนุมาศ (เจิม) กับพระจักรพรรดิพงศ์ (จาด), (พระนคร : สำนักพิมพ์คลังวิทยา, ๒๕๐๗), หน้า ๓๐๑.

^๗ เรื่องเดียวกัน, หน้า ๔๑๓.

ศาสนาตามพุทธดำรัสว่า “ภิกษุทั้งหลาย พวกเธอจงจาริกไป จงแสดงธรรมที่งามในเบื้องต้น งามในท่ามกลาง และงามในที่สุด เพื่อประโยชน์เกื้อกูลและความสุขแก่ทวยเทพและมนุษย์ทั้งหลาย”^๘

มูลเหตุการมีวัด ในสมัยพุทธกาลระยะเริ่มแรกนั้นพระสงฆ์ยังไม่มีที่อยู่อาศัยประจำ ได้จาริกไปเพื่อเผยแผ่หลักธรรมศาสนา การเกิดวัดขึ้นครั้งแรกนั้น เรื่องมีอยู่ว่า พระเจ้าพิมพิสารกษัตริย์แห่งกรุงราชคฤห์ เมื่อครั้งยังเป็นราชกุมารได้มีความปรารถนา ๕ อย่าง ดังนี้คือ

- ๑) โฉนดหอ ชนทั้งหลายพึงอภิเษกเราในราชสมบัติ
- ๒) ขอพระอรหันตสัมมาสัมพุทธเจ้า พึงเสด็จมาสู่แว่นแคว้นของพระองค์
- ๓) ขอพระองค์พึงได้เข้าเฝ้าพระผู้มีพระภาคเจ้า
- ๔) ขอพระผู้มีพระภาคเจ้าพึงแสดงธรรมแก่พระองค์
- ๕) ขอพระองค์พึงรู้ทั่วถึงธรรมของพระผู้มีพระภาคเจ้า

เมื่อพระพุทธเจ้าตรัสรู้แล้วและได้เริ่มบำเพ็ญพุทธกิจก็ได้เสด็จไปสู่กรุงราชคฤห์ พระเจ้าพิมพิสารทราบข่าวก็ได้เสด็จมาเข้าเฝ้าพร้อมทั้งข้าราชการบริพาร พระพุทธเจ้าจึงแสดงธรรมโปรดจนพระเจ้าพิมพิสารและข้าราชการบริพารได้ดวงตาเห็นธรรม ซึ่งนับเป็นการยังความปรารถนาของพระองค์ให้สำเร็จ และพระองค์ได้ทรงเลื่อมใสและได้ประกาศเป็นอุบาสก

ครั้งนั้นพระเจ้าพิมพิสาร ได้ถวายสวนไผ่ซึ่งเป็นพระราชอุทยานแห่งหนึ่งของพระองค์ให้เป็นปฐมอารามคือวัดแห่งแรกในพระพุทธศาสนา เพื่อเป็นที่ประทับของพระพุทธเจ้าพร้อมทั้งพระสงฆ์สาวก ด้วยพระดำรัสว่า “ข้าแต่พระองค์ผู้เจริญ ข้าพระองค์ขอถวายสวนเวฬุวันนั้นแด่พระสงฆ์ มีพระพุทธเจ้าเป็นประมุขพระเจ้าข้า”

พระพุทธองค์ทรงรับอารามนั้นแล้วทรงแสดงธรรมมีกถาให้พระเจ้าพิมพิสารสมาทานอาภายะขึ้นแล้วทรงรับสั่งกับภิกษุทั้งหลายว่า “ดูกรภิกษุทั้งหลาย เราอนุญาตอาราม”^๙ จึงถือได้ว่าสวนเวฬุวันเป็นวัดแห่งแรกในทางพุทธศาสนาและเป็นต้นเหตุให้พระพุทธเจ้าทรงอนุญาตการมีวัดเป็นที่อยู่อาศัยแก่พระสงฆ์สืบต่อมา

คำว่า “วัด” จึงมีความหมายว่า “สวนป่าที่น่ารื่นรมย์ยินดีเป็นที่อยู่ของพระสงฆ์” เพราะสภาพของวัดในยุคแรกเริ่มนั้นมีสภาพเป็นสวนป่าตามธรรมชาติ ยังไม่มีสิ่งก่อสร้างใดๆ เป็นสถานที่สงบสงัด อยู่แยกต่างหากจากหมู่บ้าน แต่ก็ไม่ไกลจนเกินไป สามารถเดินทางไปมาได้สะดวก เป็นอาณาบริเวณที่อยู่ของสมณะผู้ต้องการศึกษาปฏิบัติ เพื่อการบรรลุโลกุตระธรรม ลักษณะของวัดเช่นนี้ปรากฏอยู่ในพระดำริของพระเจ้าพิมพิสารก่อนที่จะถวายพระราชอุทยานเวฬุวันแก่พระพุทธเจ้าว่า

^๘ วิ.มหา. (ไทย) ๔/๓๒/๓๒.

^๙ วิ.มหา. (ไทย) ๔/๖๓/๕๕.

“พระผู้มีพระภาคพึงประทับที่ไหนหนอแล จึงจะเป็นสถานที่ไม่ไกลจากหมู่บ้านมีการ
คมนาคมสะดวกแก่ประชาชนผู้มีความประสงค์จะไปเฝ้าได้ กลางวันไม่พลุกพล่าน กลางคืนเงียบสงัด
เสียงไม่กึกก้อง ปราศจากลมจากคนผู้เดินเข้าออก ควรเป็นที่ประกอบกิจของผู้ต้องการที่สงัด และควร
เป็นที่หลีกเร้นอยู่ตามสมณวิสัย”^{๑๐}

ต่อมาได้มีการสร้างวัดอีกหลายวัด โดยนางวิสาขามหาอุบาสิกา สร้างวัดบุพพารามที่เมือง
สาวัตถี มีปราสาท เป็นที่ประทับของพระพุทธเจ้าเสนาสนะสิ่งก่อสร้างอื่นๆ ภายในวัดอยู่ภายใต้การ
ควบคุมการก่อสร้างโดยพระโมคคัลลานะ นอกจากนี้ในครั้งพุทธกาล ยังมีวัดสำคัญๆ ที่ปรากฏใน
คัมภีร์อีกหลายวัด คือ วัดชีวกัมพวัน ที่เมืองราชคฤห์ ถวายโดยหมอชีวกโกมารภัจจ์ วัดโฆษิตาราม ที่
เมืองโกสัมพี ถวายโดยโฆสกเศรษฐี วัดนิโครธาราม ที่เมืองกบิลพัสดุ์ ถวายโดยพวกเจ้าศากยวงศ์ วัด
อัมพปาลีวัน ที่เมืองเวสาลี ถวายโดยหญิงโสเภณีชื่ออัมพปาลี เป็นต้น

บทบาทของวัดในการท่องเที่ยวมีปรากฏมาตั้งแต่ครั้งพุทธกาล ในพระวินัยปิฎก เล่มที่ ๑
มหาวิภังค์ เตรสกันต์ ว่าด้วยอาบัติสังฆาทิเสส สิกขาบทที่ ๒ เรื่องเล่าว่า พระพุทธเจ้าทรงประทับอยู่
ที่พระเชตวันมหาวิหาร กล่าวถึงวิหารของพระอุทายีว่ามีความงดงาม และสะอาดเรียบร้อย มักมีผู้คน
เดินทางมาชมวิหารเป็นอันมาก พราหมณ์ผู้หนึ่งก็พาภริยามาเที่ยวชม พระอุทายีเป็นมคฺคเทศก์พา
เที่ยวชม ให้พราหมณ์เดินนำหน้า ภริยาเดินตามหลัง พระอุทายีเลยถือโอกาสจับต้องกายของภริยา
พราหมณ์ นางจึงบอกแก่พราหมณ์ พราหมณ์โกรธไปกราบทูลพระพุทธเจ้า พระพุทธเจ้าจึงทรงบัญญัติ
สิกขาบทห้ามภิกษุจับต้องกายหญิง ปรับอาบัติสังฆาทิเสสแก่ผู้ล่วงละเมิด นับเป็นหลักฐานชิ้นหนึ่งที่
แสดงร่องรอยว่าวัดเริ่มมีบทบาทในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชน

หลังจากที่พระพุทธศาสนาเผยแผ่เข้าสู่ดินแดนประเทศไทย อาจนับได้ตั้งแต่ที่ชาวขอมพู
ทวิปเรียกขานดินแดนแห่งนี้ว่า “สุวรรณภูมิ” การเข้ามาของพระพุทธศาสนาตั้งแต่พุทธศตวรรษที่
๓ ครั้งพระเจ้าอโศกมหาราชทรงส่งสมณทูตจำนวน ๙ สาย สายหนึ่งนั้นได้ส่งพระโสณะและพระอุตต
ระมาสู่ดินแดนสุวรรณภูมิ และปรากฏความรุ่งเรืองเรื่อยมา ปรากฏมีเจดีย์สถานอันเก่าแก่เป็นจำนวน
มากมีอายุเกินกว่า ๑,๐๐๐ ปี เช่น พระปฐมเจดีย์ พระธาตุพนม พระธาตุไชยา เป็นต้น เป็นหลักฐานชี้
ว่า พระพุทธศาสนารุ่งเรืองในดินแดนแห่งนี้มานานนับพันปีแล้ว บรรพบุรุษไทยนับถือพระพุทธศาสนา
เป็นศาสนาประจำชาติ ได้ใช้ภูมิปัญญาอันชาญฉลาดความเชี่ยวชาญในศาสตร์ต่างๆ ในกรอบแห่งพุทธ
ธรรม สร้างสรรค์งานศิลปวัฒนธรรมอันล้ำค่าให้ตกทอดเป็นมรดกทรัพย์สินทางปัญญา และเป็น
เอกลักษณ์ของชาติยังรำลึกเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาจิตใจพัฒนาสังคมและประเทศชาติให้
เจริญรุ่งเรืองตราบเท่าทุกวันนี้

^{๑๐} วิ.ม.ท. (ไทย) ๔/๖๓/๕๕.

การเกิดวัดขึ้นในประเทศไทย ก็คงมีมูลเหตุเดียวกับการเกิดวัดขึ้นมาในสมัยพุทธกาล คือ เมื่อพุทธศาสนาจากอินเดียได้แพร่หลายเข้ามาสู่ประเทศไทยครั้งแรกโดยชาวอินเดียเป็นผู้นำ พระพุทธศาสนาเข้าไปทำการสั่งสอนให้ชาวไทยโดยทั่วไปจนเกิดความศรัทธาเลื่อมใสและประพฤติปฏิบัติตามคำสั่งสอนในศาสนา เมื่อจำนวนศาสนิกชนมากพอสมควรแล้วก็ได้ไปขอพระบรมธาตุและคณะสงฆ์มาจากอินเดียแล้วสร้างพุทธเจดีย์ที่บรรจุพระบรมธาตุและผู้ศรัทธาที่ประสงค์จะบวชก็ขอบรรพชาอุปสมบทต่อพระสงฆ์ที่มาจากอินเดีย จึงเกิดมีการสร้างวัดและสังฆมณฑลขึ้นเพื่อใช้ในการพระศาสนาตามมาภายหลัง และวัดในเมืองไทยได้หลายเป็นสิ่งที่จำเป็นในชุมชนที่ขาดเสียมิได้ ทุกชุมชนต้องมีวัดประจำเป็นของตนเอง เพราะถ้าไม่มีวัดประจำชุมชน เมื่อต้องการจะทำบุญ หรือฟังธรรม ก็ต้องไปที่วัดของชุมชนอื่น ซึ่งเป็นการไม่สะดวก เนื่องจากชุมชนไปฟังพาวัด ไม่เพียงแต่ในทางด้านกิจกรรมศาสนาเท่านั้น แต่รวมไปถึงกิจกรรมทางด้านสังคมด้วย ฉะนั้นชุมชนทุกแห่งจึงต้องมีวัด แม้จะเป็นวัดเล็กๆ มีแต่โบสถ์หรือวิหารแต่อย่างใดไม่ได้สร้างอย่างใหญ่โตหรูหรา เพราะเป็นการช่วยกันสร้าง คือ สร้างไปตามฐานะและกำลังศรัทธาของคนในชุมชนนั้น ไม่ได้คำนึงถึงรูปแบบที่หรูหราหรือสวยงามเท่าใดนัก แต่ถ้ามีกำลังเพียงพอที่จะสร้างให้ใหญ่โตหรูหราได้ ก็สร้างไปตามความสามารถที่มีอยู่

วัดในปัจจุบันจึงเป็นศูนย์รวมของมรดกวัฒนธรรมและสรรพวิชาอันหลากหลายนับตั้งแต่โบราณกาล มีพระสงฆ์เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้อนุรักษ์สืบสาน และใช้ประโยชน์ในการประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนา และกิจกรรมอื่นๆ ของชุมชน ปัจจุบันสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป บทบาทของวัดและพระสงฆ์ลดลงไปจากเดิม แต่กระนั้น วัดและพระสงฆ์ก็ยังปรับเปลี่ยนบทบาทให้สอดคล้องกับสภาพสังคม โดยบทบาทหลักของวัดก็ยังคงเป็นสถานที่พำนักของพระสงฆ์สามเณร เป็นสถานที่ศึกษาเล่าเรียน ประพฤติปฏิบัติธรรม สืบทอดและเผยแผ่หลักธรรมคำสั่งสอน และยังมีฐานะเป็นแหล่งประดิษฐานและรวบรวมของมรดกทางศิลปวัฒนธรรมทั้งที่เป็นโบราณสถานโบราณวัตถุ และศิลปวัตถุ ตลอดจนการเป็นศูนย์กลางในการประกอบประเพณีวัฒนธรรมของชุมชน ดังนั้น วัดจึงมีบทบาทอีกอย่างหนึ่งคือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งนี่เป็นอีกบทบาทหนึ่งของวัดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาบทบาทของวัดตั้งแต่สมัยพุทธกาลจนถึงบทบาทของวัดในปัจจุบันในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม และการศึกษาวิจัยบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจัดการท่องเที่ยววัดนั้นเป็นอย่างไร ในฐานะวัดเป็นศาสนสถานที่สำคัญคู่กับสังคมไทยมาช้านาน เป็นที่รวบรวมศิลปวัฒนธรรมอันเป็นวิถีชีวิตของพุทธศาสนิกชนชาวไทย วัดมีบทบาทที่สำคัญในการมีส่วนร่วมช่วยสร้างสรรค์สังคมไทยให้เจริญงอกงามและมีความสุข วิวัฒนาการบทบาทของวัดเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการของสังคม และในปัจจุบันบทบาทหนึ่งที่เพิ่มขึ้นมาคือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยบางวัดมีความสำคัญทาง

ประวัติศาสตร์ บางวัดมีพุทธศิลป์เป็นโบราณวัตถุสถานที่มีความค่าทางศิลปะ บางวัดเป็นแหล่งอำนวยความสะดวกแก่การประกอบพิธีกรรม ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เข้ามาเยือน จึงก่อให้เกิดกิจกรรมเพื่อการบริการต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ของวัดหรือพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ที่จอดรถ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายดอกไม้ธูปเทียน เป็นต้น ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา^{๑๑} ตลอดถึงการศึกษาวิจัยเพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวในวัดให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมและประเพณีที่งดงามของสังคมไทย ไม่ใช่เพียงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อทำรายได้ให้กับประเทศหรือท้องถิ่นจำนวนมากเท่านั้น จากความพยายามในการพัฒนาและส่งเสริมกิจการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติหรือต่างถิ่นเดินทางเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวของประเทศไทยจะต้องไม่พึงหวังผลประโยชน์จากการเก็บเกี่ยวรายได้มหาศาลเข้าสู่ประเทศเท่านั้น แต่ยังคงคำนึงถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับไปด้วย ซึ่งคงไม่ใช่เพียงแค่การที่ได้เที่ยวชม

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- ๑.๒.๑ เพื่อศึกษาสภาพและความพึงพอใจของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
- ๑.๒.๒ เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในพระพุทธศาสนา

๑.๓ ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยหลายมิติ คือ การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) จากเอกสารวิชาการ และการศึกษาวิจัยภาคสนาม (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation) โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังต่อไปนี้

- ๑) ขอบเขตด้านเนื้อหา แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ

- ๑.๑) สภาพและความพึงพอใจของการท่องเที่ยวในวัด โดยการศึกษาเกี่ยวกับวัดตัวอย่างที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพ วัดเชียงมั่น วัดพระสิงห์วรวิหาร วัดเจ็ดยอด วัดเจ็ดยอด วัดสวนดอก วัดถ้ำเชียงดาว โบราณสถานและวัดร้าง เป็นต้น และ การใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

- ๑.๒) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัดในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการกับเจ้าอาวาสวัด หรือผู้ดูแลที่กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ตลอดถึงผู้มีส่วน

^{๑๑} วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, “วัด : จำเป็นอย่างไรจะต้องมีคู่มือพัฒนา”, จุลสารการท่องเที่ยว, (๗) (๑) ๗๓-๗๗.๒๕๓๑) : หน้า ๗๔-๗๕.

เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยการนำผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามมาใช้เป็นฐานข้อมูลในการนำเสนอรูปแบบและนโยบายในการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัดอย่างเป็นกระบวนการ

๒) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ

๒.๑) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีสถิตินักท่องเที่ยว ผลสำรวจในปี พ.ศ.๒๕๕๕ จำนวน ๓,๑๙๗,๗๙๐ คน^{๑๒} และมีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร ยามาเน (Yamane, ๑๙๗๓) ที่ระดับนัยสำคัญที่ ๐.๐๕ เท่ากับ ๓๙๙.๙๕ ... คน ประมาณจำนวน ๔๐๐ คน

๒.๒) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าอาวาสวัด หรือผู้ดูแลที่กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน ๔ แห่ง คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน สมาคมมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงใหม่ บริษัทท่องเที่ยวเอกชน และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

๓) ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยนี้มีระยะเวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ.๒๕๕๐ - มิถุนายน พ.ศ.๒๕๕๕

๔) ขอบเขตด้านพื้นที่ ประกอบด้วยวัดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพ วัดเชียงใหม่ วัดพระสิงห์วรวิหาร วัดเจดีย์หลวง วัดเจ็ดยอด วัดสวนดอก วัดถ้ำเชียงดาว โบราณสถานและวัดร้าง เป็นต้น

๑.๔ คำจำกัดความของศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

วัด หมายถึง ศาสนสถานทางพระพุทธศาสนาที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในกำกับของกรมการศาสนา และมีพระสงฆ์เป็นผู้ดูแล ในที่นี้หมายถึง วัดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพ วัดเชียงใหม่ วัดพระสิงห์วรวิหาร วัดเจดีย์หลวง วัดเจ็ดยอด วัดสวนดอก วัดถ้ำเชียงดาว โบราณสถานและวัดร้าง เป็นต้น

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังที่อื่นชั่วคราวด้วยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อการพักผ่อนที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางไปยังที่อื่นชั่วคราวด้วยสมัครใจมีวัตถุประสงค์ในการเที่ยวชมศาสนสถานในทางศาสนา ตลอดถึงวัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ในที่นี้หมายถึง พระพุทธศาสนา

^{๑๒} มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ, “โครงการมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย”, รายงานวิจัย, (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), ๒๕๔๘), หน้า ๑๘.

การจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม หมายถึง การนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นกระบวนการร่วมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน

รูปแบบ (Model) หมายถึง แบบจำลอง ในที่นี้หมายถึง แบบจำลองในการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด

บทบาท หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่ถูกผู้อื่นคาดหวังว่าจะต้องแสดงออกให้สอดคล้องเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่การงานของบุคคลนั้น ในที่นี้หมายถึง บทบาทของพระสงฆ์หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด ได้แก่ พระสงฆ์ที่มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการกิจการต่างๆ ภายในวัด คณะกรรมการวัด เช่น มัคทายก ไวยาวัจกร ผู้ดูแลผลประโยชน์ เป็นต้น บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นหรือภูมิภาค เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้จัดการบริษัทท่องเที่ยว เป็นต้น

๑.๕ ประโยชน์ที่ใช้ในการวิจัย

- ๑.๕.๑ ทำให้ทราบสภาพและความพึงพอใจของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่
- ๑.๕.๒ นำไปสู่การนำเสนอรูปแบบการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา
- ๑.๕.๓ ผลการศึกษานำไปสู่การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของวัด และให้ความรู้แก่หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐหรือบริษัทเอกชน

บทที่ ๒

เอกสารรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารที่เป็นแนวคิด วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการวิจัย โดยนำเสนอสาระสำคัญดังรายละเอียดต่อไปนี้

- ๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยว
- ๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา
- ๒.๓ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยว

รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว และได้กำหนดให้มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เริ่มตั้งแต่ ฉบับที่ ๔ เป็นต้นมา จนถึง ฉบับที่ ๙ ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งแผนพัฒนาฯ ดังกล่าว หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวในระยะต้นของแผนพัฒนาฯ ได้แก่ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อสท. พ.ศ. ๒๕๐๓-๒๕๒๒) และต่อมาเปลี่ยนฐานะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท. พ.ศ. ๒๕๒๒-ปัจจุบัน) ก็ได้ดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในแผน อย่างไรก็ตาม ในระยะที่ผ่านมาถึงแม้การท่องเที่ยวของประเทศไทยจะขยายตัวเติบโตขึ้นอย่างมาก และนำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจมาสู่ประเทศอย่างมหาศาลก็เป็นที่น่าพิจารณาว่าการท่องเที่ยวเองกลับได้ส่งผลกระทบในลักษณะที่ไม่พึงปรารถนาเติบโตขยายตัวขนานกันไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบที่มีต่อคุณภาพของสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ วัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนโดยทั่วไป แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเริ่มเสื่อมคุณค่าและตกอยู่ในสภาพเสื่อมโทรม และมีโอกาสที่จะสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคต หากมิได้มีการปรับปรุงโครงสร้างการบริหารที่มีความเหมาะสม หรือที่จะให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีคุณภาพและมีความยั่งยืน

การจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทย นับตั้งแต่ระยะก่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๔ มาจนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับปัจจุบัน มีข้อสรุปว่า ลักษณะของปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีสาระสำคัญของปัญหาไม่แตกต่าง

กัน หรือคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ยังคงเป็นลักษณะการบริหารแบบต่างคนต่างทำ ขาดการประสานงาน และไม่มีการติดตามประเมินผล จึงทำให้ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายความสำเร็จที่ตั้งไว้เท่าที่ควร และในระยะแผนพัฒนาฯ ที่ผ่านมามีการระบุโครงสร้างองค์กรภาครัฐ และองค์กรภาคเอกชนที่เข้ามาบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ไม่ได้กำหนดกลไกและเครือข่ายการบริหารไว้อย่างชัดเจนโดยเฉพาะในเรื่องบทบาท อำนาจหน้าที่ และการประสานงาน หรือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

๒.๑.๑ ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในความหมายของชาวต่างประเทศ มีดังนี้

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวว่า การเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล ๓ ประการดังต่อไปนี้

- (๑) การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว
- (๒) การเดินทางนั้นผู้เดินทาง เดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่การถูกบังคับ
- (๓) การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้^๑

เงื่อนไข 3 ประการนี้ เป็นไปตามหลักสากลโดยเฉพาะอย่างขององค์กร International Union of Official Travel Organizations (IUOTO) ส่วนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (travel) ไว้ว่า เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างเพราะมิได้หมายความว่าเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ ดังที่คนส่วนใหญ่เข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น^๒

ฮอลโลเวย์ (Holloway) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การที่คนเดินทางออกจากที่พักหรือที่ทำงาน ไปยังสถานที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้น ๆ และคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อต้องการไปเยี่ยมญาติ หรือท่องเที่ยว^๓

^๑ ดุษฎี ชุมสาย และอุบลพันธ์ พรหมโยธี, **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๒๗), หน้า ๔๒ – ๔๓.

^๒ นิคม จารุมณี, **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**, พิมพ์ครั้งที่ 2, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ โอ. เอส. พรินติ้ง เฮาส์, ๒๕๔๔), หน้า ๑.

^๓ Holloway, Christopher J., **The Business of Tourism**, (Plymouth: Macdonald and

ส่วน โคลต์แมน (Coltman) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ ความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังกล่าวแล้ว ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ^๔

มิลล์ (Mill) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว^๕

เดวิดสัน (Davison) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางออกจากบ้านพัก เป็นการชั่วคราว ระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุม สัมมนา เป็นต้น^๖

ในความหมายดังกล่าวนี้ การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสานในการให้บริการต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวอันเกิดจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบการคมนาคม การสื่อสาร ระบบความปลอดภัย เป็นต้น การบริการของภาคเอกชน เช่น การจัดที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจูงนำเที่ยว หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ และประการสุดท้ายคือ การต้อนรับด้วยไมตรีจิตจากประชาชนในท้องถิ่นอันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนนักการศึกษาในประเทศไทยให้ความหมายไว้ว่า “การท่องเที่ยว ” เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง เพราะว่าได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงดังที่คนส่วนใหญ่เข้าใจ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปเยี่ยมญาติ นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้น ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ ธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดหากเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นๆ^๗ นอกจากนั้นแล้ว การที่คนเราเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ และตลอดระยะเวลาเหล่านั้นได้มีกิจกรรมต่างๆ เกิดขึ้น การไปเที่ยวชมสถานที่สวยงามหรือทัศนียภาพแปลกๆ หรือเดินซื้อสิ่งของต่างๆ

Evans,1983), p. 3.

^๔ Coltman, Michael M., **Tourism Marketing**, (New York: Van Nostrand Reinhold, 1989), p. 3.

^๕ Mill, Robert Christie, **Tourism the International Business**, (New Jersey: Prentice Hall, 1990), p. 359.

^๖ Davison, Rob, **Tourism**, (Singapore: Longman, 1995), p. 2.

^๗ นิคม จารุมณี, **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรมการศาสนา, ๒๕๓๕), หน้า ๑.

เป็นต้น การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก หรือค่าใช้จ่าย เป็นต้น^๔

ในความเป็นจริงแล้วเป็นการยากที่จะอธิบายและให้คำจำกัดความที่ชัดเจนในความหมายที่แท้จริงของคำว่า “การท่องเที่ยว” หรือ “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่ได้มีการพัฒนาการมาแล้วอย่างน้อยหนึ่งศตวรรษ แต่เพิ่งจะมาได้รับการพิจารณาในคุณค่าและประโยชน์ทางธุรกิจ หรือเป็นศาสตร์ทางการศึกษาเมื่อไม่นานมานี้ ในแง่ความสำคัญทางเศรษฐกิจเราทราบถึงผลกระทบที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกินวงกว้างจนทำให้หลายฝ่ายต้องหันมาให้ความสนใจกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว แต่ในขอบข่ายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา จนถึงในขณะนี้ก็ยังขาดความสมบูรณ์ในแง่ทฤษฎีที่จะสนับสนุนความเป็นศาสตร์หรือสาขาวิชาของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและลงตัว และในขณะที่รัฐบาลประเทศต่างๆ เริ่มยอมรับใน重要性ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ จึงเป็นตัวเร่งให้มีการศึกษาด้านการท่องเที่ยวในลักษณะที่เป็นศาสตร์มากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงเกิดวารสาร (Journals) บทความ หนังสือ ตำรา หรือหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวขึ้นมากมายในระยะหลัง ถึงกระนั้นก็ตาม การที่การท่องเที่ยวยังเป็นเรื่องใหม่ และความเข้าใจก็ยังไม่มีความสับสน จึงก่อให้เกิดปัญหาที่เกี่ยวข้องนานาประการ ข้อเท็จจริงเห็นได้จากการที่ยังไม่มีข้อตกลงที่แน่นอนเกี่ยวกับคำจำกัดความของการท่องเที่ยว หรืออะไรที่เป็นองค์ประกอบที่ทำให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม เป็นต้น ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงถูกมองได้หลายแง่หลายมุม (Multifaceted) หรือหลายมิติ (Multidimensional) และเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ อย่างหลากหลายและเป็นสหสาขาวิทยาการ (Interdisciplinary) อย่างมาก จึงเป็นคำตอบว่า ทำไมจึงให้คำจำกัดความคำว่า “การท่องเที่ยว” ได้ยาก และดูเหมือนว่า คำจำกัดความต่างๆ ที่ได้บัญญัติขึ้นใช้ก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะเรื่องหรือขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในขณะนั้น อุปมาอุปไมยเหมือนหนึ่งการให้คำอธิบาย หรือคำจำกัดความของอาชีพการดูแลสุขภาพ ก็ต้องพยายามอธิบายที่ผู้ป่วยว่ามีปัญหาและความต้องการอะไร หรือการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ ย่อมมีสหสาขาวิทยาการอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมากเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้น ความพยายามที่จะให้คำจำกัดความเรื่องการท่องเที่ยวและขอบเขตของการท่องเที่ยว อาจต้องพิจารณาถึงกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ที่มีส่วนร่วมหรือได้รับผลกระทบจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะนับได้ใน ๔ ลักษณะ คือ

^๔ วรรณา วงษ์วานิช, ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖), หน้า ๑๗.

๑. นักท่องเที่ยว ซึ่งแสวงหาประสบการณ์และความพึงพอใจ ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วมักจะสังเกตเห็นได้จากสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้นั้นเลือก หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวผู้นั้นให้ความสนใจ

๒. ธุรกิจที่ให้บริการทั้งสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนักธุรกิจมองเรื่องการท่องเที่ยวว่าเป็นโอกาสที่แสวงหากำไร โดยการเสนอสินค้าและบริการ ซึ่งตรงกับอุปสงค์ของตลาดการท่องเที่ยว

๓. รัฐบาลผู้ซึ่งเป็นเจ้าภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งมองการท่องเที่ยวว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำมาซึ่งความมั่งมีทางเศรษฐกิจ และอยู่ในขอบเขตอำนาจหน้าที่ที่รัฐบาลต้องดูแลรวมทั้งรายได้ต่างๆ ที่ประชากรจะได้รับจากธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง และนักการเมืองก็จะมองถึงรายรับที่เป็นเงินตราต่างประเทศ และภาษีที่ได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นภาษีทางตรงหรือทางอ้อม

๔. ชุมชนที่เป็นเจ้าภาพ โดยปกติประชาชนในท้องถิ่นจะมองการท่องเที่ยวว่าเป็นปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยด้านการจ้างงาน และผลจากความมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวจำนวนมากต่อประชากรจำนวนมาก จึงอาจมีทั้งที่เป็นประโยชน์ หรือเป็นอันตราย หรือมีผลพร้อมกันทั้ง ๒ ประการ

ดังนั้น จึงอาจให้คำจำกัดความ คำว่า “การท่องเที่ยว ” ได้ว่า “เป็นผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ ซึ่งเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว นักธุรกิจที่ให้บริการสินค้าและบริการ รัฐบาลที่เป็นเจ้าภาพ และชุมชนในท้องถิ่นที่เป็นเจ้าภาพ ในกระบวนการการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และในกระบวนการให้การต้อนรับขับสู้ให้นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือน”

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการท่องเที่ยวประกอบด้วยกิจกรรมและการบริการหลากหลาย และเป็นกิจกรรมที่หยิบยื่นประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละคนซึ่งเดินทางไกลจากบ้านจากเมืองมา จึงมีกิจกรรมหรือการบริการด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง ที่พัก อาหารการกิน การซื้อของ การบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการนันทนาการ จัดให้แก่ นักท่องเที่ยว ความหมายของ “การท่องเที่ยว ” ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มกิจกรรมที่มีส่วนร่วม ๔ ประการดังกล่าวข้างต้น จึงถูกเชื่อมโยงไปสู่แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ และโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่รองรับการท่องเที่ยว ซึ่งก็เป็นส่วนประกอบของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ในกระบวนการดังกล่าวอยู่ด้วย

จากลักษณะของ “การท่องเที่ยว ” และความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยว ” ดังกล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะครอบคลุมองค์ประกอบอย่างน้อย ๖ ประเภท คือ

๑. ผู้มาเยือน (Visitor) หมายความว่ารวมถึง “นักท่องเที่ยว” (Tourist) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และ “นักท่องเที่ยว” (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน

๒. แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น เป็นต้น ซึ่งเป็นแม่เหล็กดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

๓. โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลา และได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศ การรักษาพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น

๔. องค์การภาครัฐ ซึ่งมีนโยบาย สนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ก็ดูแลและคุ้มครองไม่ให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบหรือทำความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน

๕. องค์การภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจหลากหลาย เพื่อให้บริการและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และสนใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก

๖. ประชาชนในท้องถิ่น หรือ ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือมีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีส่วนสร้างความประทับใจ หรือไม่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

และยังมีองค์ประกอบภายนอกประเทศอื่นๆ อีกมากที่มีส่วนช่วยกระตุ้น สนับสนุน ส่งเสริม ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย เช่น บริษัทนำเที่ยว สายการบิน สายการบินเร็ว หน่วยราชการและหน่วยรัฐวิสาหกิจของไทย ในต่างประเทศ สมาคม / ชมรม คนไทยในต่างประเทศ ร้านอาหารไทย บริษัทข้ามชาติ หรือองค์กรธุรกิจร่วมทุน หน่วยงานภาครัฐกิจเอกชนในต่างประเทศ และนักธุรกิจ ชาวต่างชาติที่เคยมาอาศัยและทำงานอยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางกลับไป นักศึกษานักเรียนไทยในต่างประเทศ แรงงานไทยในต่างประเทศ สถาบันกีฬา การบันเทิง และนันทนาการ องค์กรอิสระอื่นๆ ที่มีโครงข่ายเชื่อมโยงกับประเทศไทย ฯลฯ

๒.๑.๒ ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ความหมายของคำว่า “ทรัพยากรการท่องเที่ยว” หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ และได้อธิบายความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยแยกตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวไว้เป็น ๓ ประเภท คือ

๑) ประเภทธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ เชื้อน อ่างเก็บน้ำ เป็นต้น

๒) ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน แหล่งซากดึกดำบรรพ์ อุทยานประวัติศาสตร์ วัด ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนาสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ เป็นต้น

๓) ประเภทศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในลักษณะของวัฒนธรรม ประเพณี และความเป็นอยู่ วิธีการดำรงชีวิต และกิจกรรมงานประเพณีต่าง ๆ ได้แก่ ศูนย์วัฒนธรรม สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ไร่ / สวน พืช ผัก ผลไม้ งานที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีทุกชนิดที่จัดขึ้น และสถานที่จัดแสดงทางวัฒนธรรมของเอกชน เป็นต้น

จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.๒๕๔๐ ซึ่งเป็นการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวเบื้องต้น สามารถสรุปจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศไทยไว้ได้ ๒,๖๓๗ แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน ๑,๒๐๐ แห่ง ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา จำนวน ๑,๐๔๐ แห่ง และประเภทศิลปวัฒนธรรม จำนวน ๓๙๗ แห่ง และต่อมาได้สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมขึ้นอีก ๒๒๐ แห่ง รวมเป็น ๒,๘๕๗ แห่ง ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลรับผิดชอบของภาครัฐเป็นส่วนใหญ่

๒.๑.๓ ระบบการจัดการการท่องเที่ยว

มนัส สุวรรณ และคณะ ได้ให้แนวคิดและหลักการในการจัดการท่องเที่ยว โดยต้องพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายต้องพิจารณาแบบย่อย และองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวบทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวไปด้วย

ระบบการท่องเที่ยวที่สำคัญจำแนกได้เป็น ๓ ระบบ ดังนี้คือ

๑. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว

๒. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่พื้นที่ หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ

๓. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรมรูปแบบ หรือกระบวนการการท่องเที่ยว

นอกจากหลักการในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งกล่าวในเบื้องต้นแล้วแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยว ยังสามารถนำมาวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวได้อันประกอบไปด้วย

๑. แนวทางการบริหารและจัดการ
๒. แนวทางการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
๓. แนวทางการบริหารและจัดการด้านสวัสดิภาพ และความปลอดภัย
๔. แนวทางการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น
๕. แนวทางการให้ประชาชน กลุ่ม และองค์กรอื่นมีส่วนร่วม^๙

กันน์ (Gunn) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวในแต่ละระบบย่อย มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอกระบบ เช่น ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อกรท่องเที่ยว ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมในแนวทางเดียวกันกับระบบการท่องเที่ยวต้องจัดให้เหมาะสมกับอุปสงค์ของตลาดการท่องเที่ยว เราต้องจัดอุปทานโดยการพัฒนาตามระบบการท่องเที่ยวในองค์ประกอบของอุปทานทั้ง ๕ จะต้องรู้ว่าแต่ละองค์ประกอบทำงานอย่างไร และตัดสินใจที่เกี่ยวข้องในการทำให้ระบบการท่องเที่ยวให้อยู่รอดต่อไป

หน้าที่ส่วนประกอบของด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และผู้จัดการในองค์ประกอบนี้มี ๓ ฝ่ายด้วยกัน คือ กลุ่มผู้ค้า องค์กรเอกชน และรัฐบาล ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบหนึ่งจะส่งผลให้องค์ประกอบอื่น เช่น ถ้าระบบขนส่งไม่ดีจะทำให้การบริการไม่มีประสิทธิภาพที่เพียงพอ เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดการกับส่วนประกอบแหล่งท่องเที่ยว คือ จุดดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การขนส่งที่เป็นระบบ (Transportation) การจัดการกับข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ (Information) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) โฆษณา (Promotion) และการให้บริการที่ดี (Service) เราอาจสามารถแบ่งการจัดการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายใน โดยวิจัยถึงศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)^{๑๐}

^๙ มนัส สุวรรณ และคณะ, คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.), (ม.ป.ท., ๒๕๔๑), หน้า ๓๑- ๔๕.

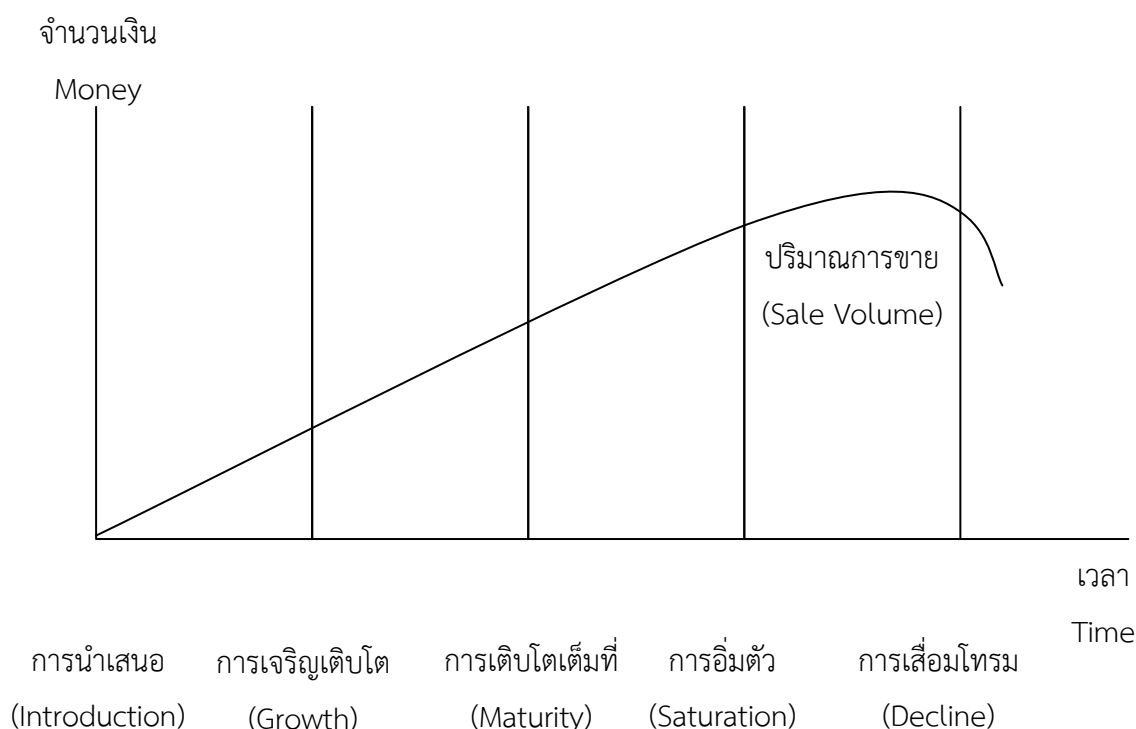
^{๑๐} Gunn, Clare A., *Tourism Planning*, 3rd ed, (Washington DC: Taylor & Francis, 1994), pp. 4 - 5.

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีระบบ และการจัดการการท่องเที่ยวมาใช้ในการตั้งแบบสอบถาม นักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบจุดอ่อนและจุดแข็งในฐานะแหล่งท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยว กับสภาพความเป็นจริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ควรจะเป็น เพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพของ แหล่งท่องเที่ยว

๒.๑.๔ วงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว

แมคอินทอช (Mcintosh) นักจิตวิทยาการท่องเที่ยวได้ตั้งสมมติฐานว่า แหล่งท่องเที่ยว จะเกิดขึ้นหรือเสื่อมลง จะเป็นไปตามความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะจิตวิทยาการ ท่องเที่ยวต่างๆ กัน ซึ่งแนวความคิดนี้มีความคล้ายคลึงกับแนวความคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ในทฤษฎีการตลาดทั่วไป คือ วงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จะเริ่มต้นจากการ นำเสนอ (Introduction) การเจริญเติบโต (Growth) การเติบโตเต็มที่ (Maturity) การอิ่มตัว (Saturation) และการเสื่อมโทรม (Decline) ในที่สุด^{๑๑} ดังแผนภูมิที่ ๒.๑

แผนภูมิที่ ๒.๑ แสดงวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในตลาด



^{๑๑} Mcintosh, *Tourism-Principles, Practices, Philosophies*, Fifth edition, (New York : Wiley and son, Inc., 1986), p. 377.

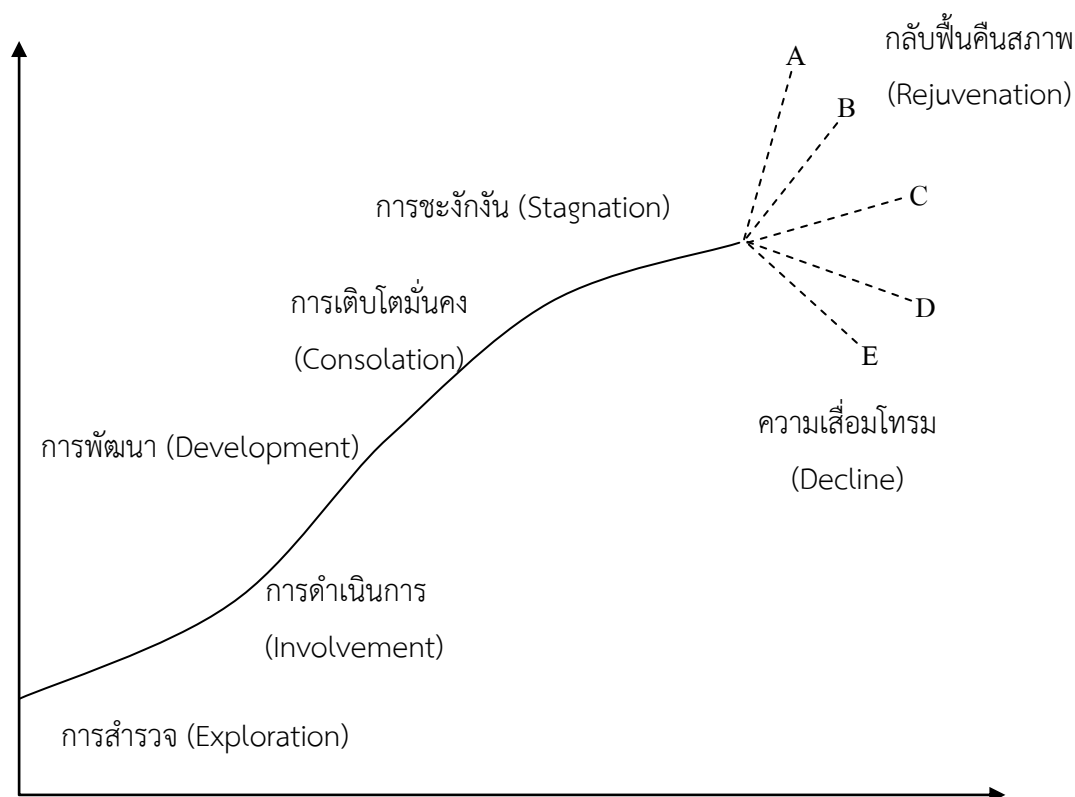
ที่มา : McIntosh. **Tourism-Principles, Practices, Philosophies.** Fifth edition. New York : Wiley and son, Inc., 1986. p.377.

วงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวจะสัมพันธ์กับลักษณะจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้มีความสนใจหลากหลายก่อนเป็นกลุ่มแรกของตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและไม่พลุกพล่านด้วยนักท่องเที่ยว ต่อมาเมื่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายมากขึ้น กลุ่มผู้มีความสนใจหลากหลายก็จะลดความสนใจลงเนื่องจากเกิดความพลุกพล่านไม่เงียบสงบ ในขั้นตอนนี้ถือได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในช่วงวงจรของการเติบโตเต็มที่ คือเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากการใช้บริการทางด้านการท่องเที่ยวจึงสูงตามไปด้วย รวมทั้งการใช้ทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ข้อสังเกตที่สำคัญคือช่วงเวลาตั้งแต่การท่องเที่ยวเริ่มเติบโตจนถึงจุดที่การท่องเที่ยวเติบโตอย่างเต็มที่นั้น หากผู้บริหารจัดการปล่อยปละละเลยให้มีการทำธุรกิจการค้าอย่างมากมาย มีการใช้ทรัพยากรอย่างขาดการคำนึงถึงก็จะเป็นจุดเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวได้ถือเป็นขั้นตอนที่เป็นวิกฤตการณ์หรือจุดหักเหที่จะนำไปสู่ความเสื่อมคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม บัลเทอร์ (Bulter) นักภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวได้อธิบายว่าแหล่งท่องเที่ยวจะประสบกับวงจรวิวัฒนาการ ๖ ระยะ คือ การสำรวจ (Exploration) การดำเนินการ (Involvement) การพัฒนา (Development) การเติบโตมั่นคง (Consolidation) การชะงักงัน (Stagnation) และความเสื่อมโทรม (Decline) หรือไม่ก็กลับฟื้นคืนสภาพ (Rejuvenation)^{๑๒} ดังแผนภูมิที่ ๒.๒

^{๑๒} Bulter R.W., "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evaluation : Implication for Management of Resources", (Canadian Geographer, 1980) : 5-12.

แผนภูมิที่ ๒.๒ แสดงขั้นตอนตามแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ๖ ระยะ ของ Bulter



ที่มา : Bulter R.W.. “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evaluation : Implication for Management of Resources”, **Canadian Geographer**, 1980. p. 5-12.

จากแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ๖ ระยะของ Bulter จะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวสามารถได้รับการฟื้นฟูให้คืนสภาพเดิมได้ ไม่จำเป็นต้องเสื่อมโทรมเสมอไป อธิบายได้ว่า เมื่อแหล่งท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวของมวลชนก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และเมื่อเวลาผ่านไปจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นก็จะค่อยๆ ลดลงและมาถึงภาวะชะงักงัน ซึ่งในที่สุดแหล่งท่องเที่ยวก็จะเข้าสู่วงจรแห่งความเสื่อมความนิยมหรือไม่กี่อาจได้รับการฟื้นฟูสู่ความนิยมอีกครั้งหนึ่ง โดยอาศัยการเพิ่มสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว (Attractions) หรือการจัดการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่แต่ก่อนนั้นยังไม่ได้การพัฒนาที่มากพอ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการบริหาร และการจัดการที่ถูกต้องเหมาะสมก็จะสามารถฟื้นตัวได้ดีขึ้นกว่าเดิมได้ แต่หากไม่มีการจัดการที่ดี ก็จะทำให้พื้นที่ท่องเที่ยวนั้นเสื่อมโทรมลง

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นตัวกำหนดสำคัญที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ดังนั้น การบำรุงรักษาและพัฒนาให้อยู่ในสภาพและคุณภาพที่ดี อยู่เสมอ จะช่วยขยายระยะเวลาของวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่งให้สามารถใช้ประโยชน์ ในระยะยาวต่อไปได้ จากการสำรวจสภาพแหล่งท่องเที่ยวในประเทศของ ททท. เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๐ ได้พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในหลายจังหวัด กำลังตกอยู่ในสภาพเสื่อมโทรมและหลายแห่งอยู่ ในสภาวะวิกฤติ สาเหตุสำคัญก็คือ การหย่อนประสิทธิภาพในการบริหารขององค์กรที่มีอำนาจ ควบคุมดูแลพื้นที่หรือสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือในบางกรณีไม่สามารถหาเจ้าภาพเข้ามา ดำเนินการแก้ไขปัญหา เนื่องจากมีอำนาจตามกฎหมายทับซ้อนอยู่ในพื้นที่เดียวกัน หรือมีปัญหาด้านการ ประสานงาน และปัญหาด้านงบประมาณเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนา

ปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลทำให้คุณค่าและความนิยมลดลง ส่วนใหญ่เป็นปัญหา ทางด้านกายภาพ เช่น อาคารสิ่งปลูกสร้างแออัดและทำลายทัศนียภาพและสภาพแวดล้อม การใช้ ประโยชน์ในที่ดินเพื่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่เหมาะสม โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อ การเดินทาง เช่น ระบบการคมนาคมขนส่งเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่สมบูรณ์ มีปัญหาด้านมลพิษ ทั้ง น้ำ อากาศ เสียง และกลิ่น รวมทั้งขยะและสิ่งปฏิกูล เป็นต้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญและมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ แสวงหา ไม่ว่าจะเป็นอากาศบริสุทธิ์ ภูมิอากาศ และอุณหภูมิ ภูมิประเทศ สันฐานทางธรณีวิทยา รุกข ชาติ พืชพันธุ์ต่างๆ ของท้องถิ่น สัตว์ป่าหรือสัตว์ในท้องถิ่น ท้องน้ำ หาดทราย ความงามของธรรมชาติ น้ำดื่มบริสุทธิ์ น้ำพุร้อน การอนาถมัย ฯลฯ การผสมผสานกันของทรัพยากรธรรมชาติ สามารถสร้าง สภาพแวดล้อมที่น่าสนใจ เช่น ภูมิอากาศที่แตกต่างกันภายในประเทศ มีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาส เลือกลักษณะที่ตนสนใจ เช่น ไปสัมผัสอากาศหนาวเย็นของป่าเขาทางภาคเหนือ หรือไปสัมผัส แสงแดดอันอบอุ่นบริเวณหาดทราย ชายทะเลทางภาคใต้ หรือหลีกเลี่ยงการท่องเที่ยวในฤดูฝนตกชุก เป็นต้น ภูมิอากาศจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และช่วยสร้างอุปสงค์ (Demand) ทางการท่องเที่ยวได้ และหากพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ มีบรรยากาศหรือภูมิอากาศที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรม อื่นๆ ได้อย่างเอนกประสงค์ เช่น เล่นกอล์ฟ ซ้อมม้า ตกปลา ล่าสัตว์ เล่นเรือใบ หรือกิจกรรมทางน้ำอื่นๆ การศึกษาธรรมชาติ ความชื่นชมในศิลปะการวาดภาพ หรือการถ่ายภาพ ซึ่งยิ่งทำกิจกรรมหรือมี บรรยากาศเพื่อการพักผ่อนได้มากก็ยิ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จได้มากขึ้น หรือ พื้นที่นั้น มีความสวยงามทางธรรมชาติอย่างมาก ก็ยิ่งดึงดูดความสนใจ หรือสามารถสร้างอุปสงค์ (Demand) ได้มาก ดังนั้น การที่จะรักษาสภาพของอุปสงค์หรือความต้องการของนักท่องเที่ยว เอาไว้ให้นานที่สุด ก็ต้องมีการวางแผนอย่างเหมาะสมและต้องมีการบำรุงรักษาคุณภาพและมาตรฐาน ของธรรมชาติที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องและจริงจัง

๒.๑.๕ แนวคิดด้านตลาดการท่องเที่ยวน

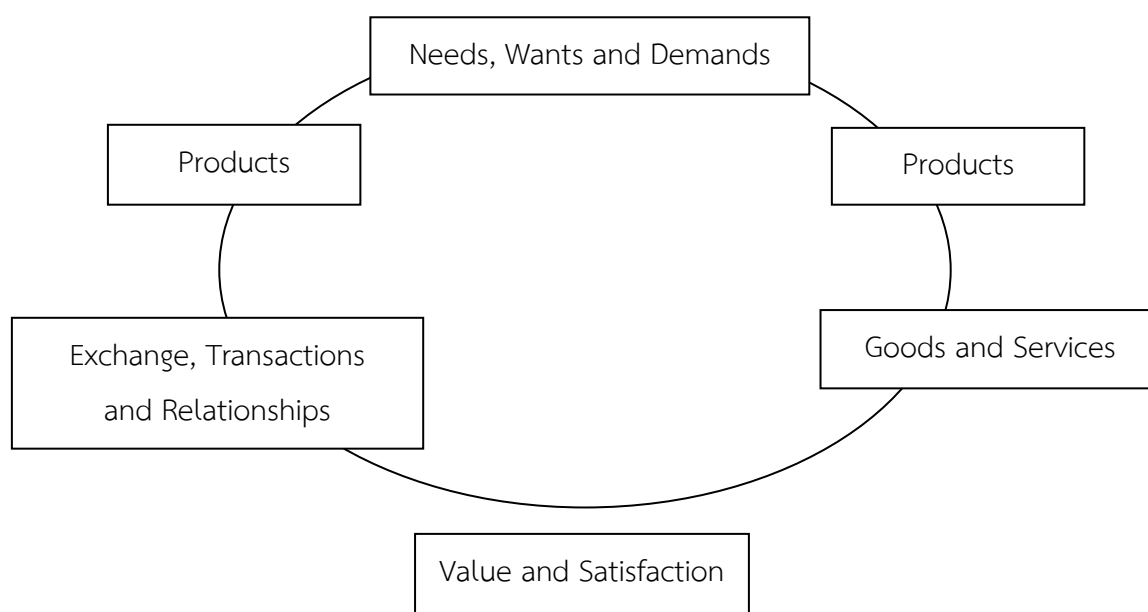
ความหมายพื้นฐานของการตลาดมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “การตลาด ” ไว้หลายแนวคิด ดังนี้

โคตเลอร์ และ อาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong) ได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ว่าเป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของเขาจากการสร้าง การเสนอ และการแลกเปลี่ยนสินค้ามีมูลค่ากับบุคคลอื่น

แนวคิดการตลาดดังกล่าว วางอยู่บนแนวคิดหลักที่ว่ามนุษย์มีความจำเป็นและความต้องการที่สลับซับซ้อน (Needs, Wants and Demands) มนุษย์จะเป็นต้องได้รับอาหาร อากาศ น้ำ เสื้อผ้า และที่อยู่อาศัยเพื่อความอยู่รอด นอกจากนั้นมนุษย์ต้องการความรัก ความเป็นเจ้าของ การศึกษา ความภาคภูมิใจ ฯลฯ ดังนั้น มนุษย์จึงต้องหาสิ่งที่สามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการเหล่านั้น (Products) ซึ่งสิ่งนั้นอาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้ หรือจับต้องไม่ได้ก็ได้ (Goods and Services) และเมื่อสิ่งที่ตอบสนองความจำเป็นเลือกสิ่งเหล่านั้นตามความพอใจและตามคุณค่าที่ต่างกัน (Value and Satisfaction) จากนั้นก็จะเกิดการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสิ่งเหล่านั้นขึ้น (Exchange, Transactions and Relationships) และเมื่อมีการแลกเปลี่ยนเกิดขึ้นมากๆ ตลาดก็จะเกิดขึ้น (Market)^{๑๓} ดังแผนภูมิที่ ๒.๓

^{๑๓} Kotler Philip & Armstrong Gary, **Principles of marketing**, (Prentice Hall (Englewood Cliffs, N.J., 1994), p. 6.

แผนภูมิที่ ๒.๓ แสดงแนวคิดหลักการตลาด



ที่มา : Kotler Philip & Armstrong Gary. **Principles of marketing**. Prentice Hall (Englewood Cliffs, N.J., 1994, p. 6.

ท่ามกลางธุรกิจที่เกิดขึ้นมากมาย และการแข่งขันที่รุนแรงองค์กรที่สามารถอยู่รอดได้และประสบความสำเร็จ มักจะมีการวางแผนกลยุทธ์การตลาดขององค์กรทั้งระยะสั้นและระยะยาวไว้ โดยในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดนั้นจะมุ่งเน้นลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ (Target Consumer) องค์กรต้องสามารถระบุว่าคุณค่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร แล้วค่อยแยกลูกค้าเป้าหมายเหล่านั้นให้เป็นกลุ่มเล็กๆ (Segments) เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มได้ จากนั้นก็ออกแบบส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาผสมรวมกันเพื่อสร้างสิ่งที่ตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยสินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)^{๑๔}

จากการศึกษาพบว่า แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดมุ่งเน้นประเด็นไปที่กระบวนการศึกษาความต้องการของลูกค้า เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้โดยได้มีการวิเคราะห์ การวางแผน การวิจัย และการพยากรณ์ เพื่อนำ

^{๑๔} Kotler Philip & Armstrong Gary, **Principles of marketing**, Ibid, p.48.

ข้อมูลความต้องการของลูกค้ามากำหนดส่วนประสมทางการตลาดและวางกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดของสินค้านั้น

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ ได้กล่าวว่า เรื่องของส่วนประสมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวสามารถแยกได้ ดังนี้

๑. ผลิตภัณฑ์ ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

๑.๑ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourist Attractions) ที่ได้รับพิจารณาและเลือกสรรว่าอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สังคมวัฒนธรรม สถานที่พักผ่อนหย่อนใจทางธรรมชาติ และเหตุการณ์สำคัญ หรือโอกาสพิเศษ โดยจำแนกอย่างละเอียดว่าแต่ละประเภทมีอะไรบ้าง อยู่ในที่ใด มีความแปลกแตกต่างอย่างไร

๑.๒ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางเดินทาง ยานพาหนะ โครงสร้างพื้นฐาน การควบคุมการเดินทางและยานพาหนะในการเข้าออก ระยะเวลา ความถี่ในการให้บริการ อัตราและการเก็บค่าผ่านทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อราคาค่าเดินทางด้วย

๑.๓ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักแรม ภัตตาคาร การคมนาคมขนส่งในท้องถิ่น สินค้าอุปโภคต่างๆ ฯลฯ

๑.๔ กิจกรรมการท่องเที่ยวและกีฬา เช่น สกี กอล์ฟ เรือใบ

๑.๕ การให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ บุคลากรที่ให้บริการ ชมรมหรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง

๑.๖ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ ความเข้าใจและความคาดหวังให้แก่นักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และการคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและการได้ยินได้ฟังจากสื่อมวลชน ซึ่งจะเป็นภาพในอดีตมากกว่าปัจจุบัน และคงอยู่ในจิตใจของนักท่องเที่ยวมาก ถ้ายังมีภาพลักษณ์ที่เป็นลบ ผู้ประกอบธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวต้องปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตลอดจนความเอาใจใส่และความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

๒. ราคา ราคาค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยวมีหลายระดับ ไม่สามารถกำหนดได้ว่าราคาใดถูกต้องเหมาะสมที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการพยายามสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดใจลูกค้าเป้าหมายต่างกลุ่มกัน เช่น ในแหล่งท่องเที่ยวเดียวกันนักท่องเที่ยวจะจ่ายค่าที่พักต่างๆ กัน เพราะเลือกใช้ที่พักแรมต่างประเภทกัน มีทั้งพักโรงแรม รีสอร์ท และแคมป์ นอกจากนี้ราคายังแตกต่างกันตามฤดูกาล ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

๓. ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว

๔. การส่งเสริมการตลาด เป็นไปในลักษณะส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความร่วมมือในการอนุรักษ์ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco – tourism) มากขึ้น โดยการเลือกใช้ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาดทั้ง ๔ ประเภท คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย ตามลักษณะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย^{๑๕}

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่จับต้องไม่ได้ ไม่เห็นกระบวนการผลิตและไม่สามารถเห็นสินค้าหรือผลผลิตได้ชัดเจน แต่การท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานของธุรกิจหลายประเภทเข้าด้วยกัน ทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม สายการบิน รถโดยสาร ร้านอาหาร ของที่ระลึก และการบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย การตลาดการท่องเที่ยวจึงมีลักษณะที่แตกต่างจากการตลาดของธุรกิจหรือสินค้าทั่วไป เพราะต้องอาศัยความร่วมมือและพึ่งพิงกันของธุรกิจที่เกี่ยวข้องรวมๆ กัน

การตลาดการท่องเที่ยวเป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว (อุปสงค์) และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (อุปทาน) ให้สอดคล้องกับอุปสงค์ โดยมีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยง

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้และต้องใช้ประกอบกัน เพื่อสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและเป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างความสำเร็จในด้านการท่องเที่ยวด้วย ประกอบด้วย ๔ ปัจจัย (4P's) ได้แก่

๑. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product) ประกอบด้วย การนำเสนอ (Presentation) บริการ (Service element) และตราสินค้าหรือยี่ห้อ (Branding) ได้แก่ บริการนำเที่ยว รายการท่องเที่ยว โรงแรม ตัวเครื่องบิน รถโดยสาร และสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

๒. ราคา (Price) ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ วิธีการตั้งราคา นโยบาย และกลยุทธ์กำหนดราคา ได้แก่ ราคาของผลิตภัณฑ์และบริการ ค่าบริการนำเที่ยว ค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าเข้าชมสถานที่หรือการแสดงต่างๆ เป็นต้น

๓. สถานที่ (Place) หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) และการกระจายสินค้า (Physical Distribution) ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยว (Travel Agents) และตัวแทนจำหน่ายของโรงแรม การแสดง สถานที่ท่องเที่ยวและอื่นๆ เป็นต้น

๔. การสนับสนุนการขาย (Promotion) ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว (Public Relations and Publicity) และการส่งเสริมการขาย (Sales

^{๑๕} ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๒), หน้า ๕๙.

Promotion) ได้แก่ การจัดกลุ่มพันธมิตรทางการค้า (Consortium) การลดราคา การให้ผ่อนชำระได้ การแถมบริการหรือของขวัญ เป็นต้น^{๑๖}

กลยุทธ์ด้านการตลาด หรือประชาสัมพันธ์การตลาดใช้หลักการของการติดต่อสื่อสารแบบเครื่อง (Integrated Marketing Communication – IMC) หมายถึง กลยุทธ์ของการร่วมมือและการผสมผสานความพยายามทางการตลาดทั้งหมดของบริษัท และการติดต่อสื่อสารการตลาดเพื่อให้เกิดข่าวสาร และภาพพจน์ที่เป็นอันหนึ่งเดียวกัน

การสื่อสารตราสินค้ามีหลายวิธี คือ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายแสดงสินค้า การจัดโชว์รูป การจัดศูนย์สาธิต สัมมนา การจัดนิทรรศการ การจัดศูนย์ฝึกอบรม การบริการ การบรรจุภัณฑ์ การใช้งานพาหนะของบริษัทเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่างๆ การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ การให้สัมปทานคู่มือ และอื่นๆ

เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่ชักนำให้ชุมชนเกิดความเข้าใจ และมีความนิยมชมชอบต่อบุคคลหรือหน่วยงาน เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

๑. การเผยแพร่ข่าวสารเป็นการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดประกอบด้วย

๑.๑ การซื้อพื้นที่สื่อสิ่งพิมพ์ หรือซื้อเวลาของสื่อกระจายเสียงเพื่อเขียนบทความแฝงโฆษณาเอาไว้

๑.๒ โปรแกรมแฝงโฆษณา เป็นการนำเรื่องราวขององค์กรไปเป็นส่วนหนึ่งของรายการโทรทัศน์ หรือวิทยุ

๑.๓ การซื้อพื้นที่เขียนข่าวแฝงโฆษณา เป็นการซื้อพื้นที่สื่อมวลชนเพื่อนำเสนอข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ องค์กร หรือกิจกรรมพิเศษของบริษัท

๑.๔ การเสนอภูมิหลังของสินค้าหรือองค์กร เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

๑.๕ การทำสมุดเล่มเล็ก (Booklet) เป็นการเผยแพร่ความเป็นมาของบริษัท หรือประวัติความเป็นมาของสินค้า โดยการจัดทำเป็นสมุดเล่มเล็ก

๑.๖ การให้ผู้มีชื่อเสียงมาเป็นคนกล่าวสนับสนุนยืนยันคุณภาพสินค้า

๑.๗ การจัดทำหนังสือที่อธิบายรายละเอียดของบริษัท เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา และรายละเอียดต่างๆ

^{๑๖} ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่, (กรุงเทพมหานคร : วีระฟิล์มและไซเท็กซ์, ๒๕๔๑), หน้า ๒๑๑.

๑.๘ การนำเสนอในรูปแบบของเทปคาสเซ็ท สามารถสร้างความน่าสนใจได้ด้วยดนตรี ประกอบเสียงพิเศษ (Sound Effect) และลีลาน้ำเสียงของผู้นำเสนอ

๑.๙ การเขียนบทความลงในหนังสือหรือนิตยสาร เป็นการเรียบเรียงบทความโดยร้อง ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้มีชื่อเสียงหรือคอลัมนิสต์ชื่อดังเป็นคนเขียนบทความให้

๑.๑๐ ข้อมูลที่ให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวสินค้า มีความสำคัญในการที่จะทำให้สินค้า น่าเชื่อถือ และมีภาพพจน์ที่ดี

๑.๑๑ การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ การสัมภาษณ์จะช่วยอธิบายหรือสนับสนุน ผลิตภัณฑ์ขององค์กร

๑.๑๒ การสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดโครงสร้างใหม่ของ องค์กร หรือการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ขององค์กร สร้างความเชื่อถือได้มาก

๑.๑๓ การสัมภาษณ์ลูกค้า ผู้ใช้สินค้า และผู้รับประโยชน์

๑.๑๔ การปล่อยข่าวรั่วด้วยความจงใจ การตั้งใจปล่อยข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมของ องค์กร ซึ่งไม่ถึงเวลาที่จะต้องเปิดเผยออกไป ถือว่าเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์อีกแบบหนึ่งที่ช่วย รักษาภาพพจน์ขององค์กรหรือสินค้าเอาไว้

๑.๑๕ วารสารวิชาการ เป็นการที่องค์กรจัดทำวารสารวิชาการนั้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร แก่นักเรียน นักศึกษา นักวิชาการ และคนในแวดวง

๑.๑๖ ใบปลิว (Leaflet) การจัดทำใบปลิวออกแจกให้กับกลุ่มเป้าหมาย

๑.๑๗ การส่งข่าวหรือแจกข่าว เป็นการเผยแพร่ข่าวสารโดยการส่งข่าวหรือแจกข่าวไป ยังสื่อมวลชน

๑.๑๘ การทำจดหมายข่าว เป็นการเผยแพร่ข่าวโดยการทำจดหมายเพื่อส่งไปยังลูกค้า หรือพนักงานขององค์กร

๑.๑๙ การจัดทำคอลัมน์พิเศษในสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นการซื้อพื้นที่ในสื่อสิ่งพิมพ์แล้วเสนอ เรื่องราวที่เราต้องการที่จะเผยแพร่ ในลักษณะเป็นคอลัมน์พิเศษเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

๑.๒๐ การจัดให้สื่อมวลชนดูงาน หรือเยี่ยมชมสถานที่

๑.๒๑ การจัดการแถลงข่าว

๑.๒๒ การส่งข้อมูลไปให้สื่อมวลชน เป็นการจัดทำรายละเอียดให้สื่อมวลชน

๑.๒๓ การเผยแพร่รูปภาพ

๑.๒๔ การเดินเรื่องด้วยภาพ เป็นการนำภาพชุดที่ลงเรื่องราวของกิจกรรมต่างๆ ลงใน หนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ และจะมีคำอธิบายประกอบภาพเหล่านั้น

๑.๒๕ การให้ผู้บริหารนัดหมายกับนักจัดรายการวิทยุ เป็นการจัดให้มีรายการสนทนา ระหว่างผู้บริหารกับนักจัดรายการในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

- ๑.๒๖ สุนทรพจน์ เป็นการกล่าวสุนทรพจน์โดยผู้บริหารขององค์กรในโอกาสสำคัญ
- ๑.๒๗ การจ้างโฆษณาระงับองค์กร เป็นการจับบุคลากรภายในหรือภายนอกองค์กรที่มีความสามารถในการพูดให้เป็นโฆษกขององค์กร โดยให้เป็นผู้พูดถึงองค์กรในแง่ดีทุกครั้งที่มีโอกาส
- ๑.๒๘ ใบแทรก เป็นการเผยแพร่ข่าวโดยการจับใบแทรกเข้าไปในหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร
- ๑.๒๙ การทำรายการพิเศษในโทรทัศน์
- ๑.๓๐ การทำสารคดีวิดีโอ เป็นการจัดทำวิดีโอสารคดีที่เกี่ยวข้องกับประวัติองค์กร กิจกรรมขององค์กร ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน
- ๑.๓๑ การนำเสนอในรูปแบบวีดิโอ
๒. สื่อมวลชนสัมพันธ์
- ๒.๑ การพบปะกับสื่อมวลชนเป็นครั้งคราว เป็นวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน โดยการนัดสื่อมวลชนเพื่อพบปะเป็นครั้งแรก
- ๒.๒ การเยี่ยมเยียนสื่อมวลชน เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์
- ๒.๓ การแจกของตัวอย่างแก่สื่อมวลชน
- ๒.๔ การสรุป (แนะนำ) ข่าวสารแก่สื่อมวลชนในการจัดงานใดงานหนึ่ง
๓. การจัดกิจกรรมพิเศษ
- ๓.๑ การจัดประกวด
- ๓.๒ การจัดแข่งขัน
- ๓.๓ การจัดรายการบันเทิงรูปแบบต่างๆ
- ๓.๔ การจัดกิจกรรมกีฬาภายใน
- ๓.๕ การจัดงานวันฉลองต่างๆ^{๑๗}

อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึง การเพิ่มหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว

การศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยว นิยมศึกษาข้อมูลดังนี้

^{๑๗} เสรี วงศ์มณฑา, กลยุทธ์ทางการตลาด : การวางแผนการตลาด, (กรุงเทพมหานคร : วีระฟิล์มและโซเท็กซ์, ๒๕๔๓), หน้า ๕๗ - ๘๔.

๑. จำนวนนักท่องเที่ยว (Tourist Arrivals) ทั้งภายในท้องถิ่น ภายในประเทศ และระหว่างประเทศ การสำรวจการเพิ่มขึ้น หรือลดลงของลูกค้า จึงเป็นงานสำคัญของธุรกิจ นอกเหนือไปจากการสำรวจเพื่อทราบความต้องการเฉพาะ

๒. รายได้จากการท่องเที่ยว (Tourist Expenditures) หมายถึงค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าเข้าชม ค่าสินค้าของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายอื่นๆ แยกตามตลาดนักท่องเที่ยว

๓. วันพักเฉลี่ย (Average length of stay) ของตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญรูปแบบกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมจะทำให้เพิ่มจำนวนวันพัก ซึ่งเป็นผลให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

๔. การเพิ่มขึ้นของอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมาก ห้องพัก บริษัทนำเที่ยว เที่ยวบิน มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทั้งในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจที่มีการขยายตัวมากขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่

๑. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

๒. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคา การท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสื่อมวลชน

ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นโดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่างๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางด้านรายได้ และรายได้จากการท่องเที่ยวก็สามารถกระจายรายได้ไปสู่ผู้ประกอบการอาชีพในธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ (Multiplier Effect) อันก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ นักการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องใช้กิจกรรมการตลาดเป็นเครื่องมือในการผลักดันให้

นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากขึ้น พยายามให้อุปสงค์การท่องเที่ยวคงที่ หรือเพิ่มขึ้น ดังนั้นกิจกรรมการตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว

๒.๑.๖ แนวคิด SWOT Analysis

มัลลิกา ต้นสอน ได้ให้นิยามของ SWOT Analysis ไว้ดังนี้

S คือ การวิเคราะห์จุดแข็ง หรือจุดเด่น (Strength) เป็นการวิเคราะห์ข้อดีจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่สามารถควบคุมได้ เช่น ฐานะการเงิน ลักษณะบริการ การตั้งราคา การจัดช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

W คือ การวิเคราะห์จุดอ่อนหรือจุดด้อย (Weakness) ขององค์กรเป็นข้อเสียที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร เช่น บริการไม่มีคุณภาพ ชื่อเสียงไม่ดี ฐานะการเงินไม่มั่นคง

O คือ การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity) เป็นข้อได้เปรียบจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร หรือสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้เกี่ยวกับลูกค้า คู่แข่งขัน สภาพเศรษฐกิจ กฎหมาย เป็นต้น

T คือ การวิเคราะห์ข้อจำกัด (Threat) เป็นข้อเสียเปรียบหรือปัญหาของธุรกิจจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ นอกจากปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม^{๑๘}

นอกจากนั้น อุดุลย์ จาตรงตกุล ได้เสนอรูปแบบการทำและองค์ประกอบต่างๆ ของ SWOT Matrix และความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ๔ ประการ ดังนี้

๑. การมีพลังเพิ่มขึ้น (Leverage) โดยการจับคู่ระหว่างจุดแข็งกับโอกาสเกิดมีการเพิ่มขึ้น จะชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ของธุรกิจในอุดมคติ เพราะทำให้บริษัทมีโอกาสรสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่มาสสนับสนุนการดำเนินงานทางการตลาด

๒. ความอ่อนแอ (Vulnerability) โดยการจับคู่ความแข็งแกร่งกับข้อจำกัด การจับคู่วิธีนี้จะทำให้ข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขันด้อยค่าลง

๓. การมีข้อจำกัด (Constraints) เป็นการจับคู่จุดอ่อนกับโอกาส อาจถูกยับยั้งมิให้ขยายโอกาสที่ดีเพราะมีข้อจำกัดทางการตลาดภายใน หรือมีข้อจำกัดในการดำเนินงาน

๔. การมีปัญหา (Problems) เป็นการจับคู่จุดอ่อนกับข้อจำกัดเป็นสถานการณ์ที่มีความยุ่งยาก ไม่พร้อมที่จะแข่งขันหรือต่อสู้กับข้อจำกัด

เมื่อเป็นเช่นนี้กลยุทธ์ที่นักการตลาดควรปฏิบัติ ก็คือ

๑. จับคู่ จุดแข็งกับโอกาส

๒. เปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง

๓. เปลี่ยนข้อจำกัดให้เป็นโอกาส

^{๑๘} มัลลิกา ต้นสอน, กลยุทธ์ธุรกิจ (Business Strategy), พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ็กสเปอร์เนต, ๒๕๔๔), หน้า ๑๘ - ๑๙.

๔. ลดจุดอ่อนหรือข้อจำกัด^{๑๙}

SWOT เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในการประกอบธุรกิจทั่วไป รวมไปถึงการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นก่อนเริ่มกิจการหรือระหว่างการค้าเนินกิจการ แนวคิดนี้ผู้ศึกษาได้นำมาเป็นตัวอ้างอิงในการเริ่มต้นการวิเคราะห์และจัดกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยว โดยการจัดเวทีเสวนาของผู้ส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อนำข้อมูลที่สำคัญได้มาวิเคราะห์ตามแนวคิด SWOT Analysis หรือ SWOT Matrix

๒.๗ ความต้องการของนักท่องเที่ยว

สแตนลีย์ ซี. พล็อก (Stanley C. Plog) ได้ศึกษาและจำแนกประชากรของสหรัฐอเมริกาตามประเภทจิตวิทยาการท่องเที่ยว ออกเป็น ๕ ประเภท ดังนี้

๑. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psycho centric) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่สนใจแต่ปัญหาในชีวิตของตนเอง ชอบไปสถานที่ท่องเที่ยวที่รู้จักดี ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ เช่น อาหาร ที่พัก สิ่งบันเทิง บุคคลแปลกหน้า ไม่ต้องการพบสิ่งที่ยู่งยาก และเหตุการณ์ผิดปกติ ถ้านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีรายได้ดีอาจต้องการไปไกลๆ หรือรวมกลุ่มเดินทางไปกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้ถ้ามีการบริการดีเยี่ยม แต่ถ้ารายได้น้อยจะนิยมเที่ยวใกล้ๆ สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นอิมตัว และเดินทางเป็นกลุ่มเล็กๆ

๒. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง (Near Psycho centric) เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเอง และการเดินสายกลางสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นเจริญเติบโตที่กำลังดำเนินการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว

๓. นักท่องเที่ยวประเภทเดินสายกลาง (Mid Centric) เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ไม่ชอบผจญภัย แต่ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ๆ トラバเท่าที่ไม่ได้เสี่ยงอันตรายหรือผิดปกติเกินไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มนี้และสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นเจริญเติบโตเต็มที่ ไม่สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นอิมตัว

๔. นักท่องเที่ยวที่ชอบความหลากหลายพอควร (Near All centric) เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ระหว่างกลุ่มที่เดินสายกลาง และกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลายสนใจแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในชั้นเจริญเติบโต และมีความแปลกใหม่ในความคิดเห็นของตนเอง

๕. นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจหลากหลาย (All centric) สนใจกิจกรรมหลากหลาย เปิดเผยและมั่นใจตนเอง ชอบผจญภัย ทดลองสิ่งแปลกใหม่ที่รู้จัก เช่น ที่พัก อาหาร สิ่งบันเทิง และ

^{๑๙} อุดุลย์ จาตรงตกุล, การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓), หน้า ๕๐.

ผู้คน ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ ๑ ไม่ยอมรับ สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นแนะนำโดดเด่นและไม่พลุกพล่าน และถือว่าเป็นกลุ่มนวัตกรรม (Innovation) ของตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถ้ามีฐานะดีอาจชอบไปทวีปแอฟริกา และถ้ามีช่วงวันหยุดพักผ่อนสั้นๆ อาจสนใจไปในที่กลุ่ม Psycho centric ชอบไปก็ได้ และเมื่อแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในชั้นเจริญเติบโตกลุ่ม All centric ก็จะลดความสนใจลง

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการ ความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภคนั้นๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด

นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็น และสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหาหรือวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมการซื้อก่อน และหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ และกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

คำถาม ๗ คำถามที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย ๖ Ws และ ๑ H

- ๖ Ws คือ Who, Who, What, Why, When, Where,

- ๑ H คือ How

คำตอบ ๗ คำตอบที่ต้องการทราบเพื่อรู้จักพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย ๗ Os

- ๗ Os คือ Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations^{๒๐}

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทำให้พฤติกรรมการเดินทาง ตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้แบ่งออกเป็น ๒ ประเภทใหญ่ๆ คือ

๑. ปัจจัยภายใน (Personal Factors/Internal Variables) ได้แก่

๑.๑ ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and Motivation)

๑.๒ การรับรู้ (Perception)

๑.๓ การเรียนรู้ (Learning)

๑.๔ บุคลิกภาพ (Personality)

๑.๕ รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

^{๒๐} Stanley C. Plog, "Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, (14 (February 1974) : pp. 13 – 16.

๑.๖ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self Concept)

๑.๗ ทัศนคติ (Attitudes)

๒. ปัจจัยภายนอก (Interpersonal Factors / External Variables) ได้แก่

๒.๑ วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย (Culture and Subcultures)

๒.๒ ชั้นของสังคม (Social Classes)

๒.๓ กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups)

๒.๔ ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders)

๒.๕ ครอบครัว (The family)

ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อ ได้แก่

๑. ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and Motivation)

อลาสเทอร์ เอ็ม. มอร์ริสัน (Alastair M. Morrison) ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความจำเป็น ความต้องการ การจูงใจ และวัตถุประสงค์ในการซื้อ ดังนี้

ความจำเป็น (Needs) ของลูกค้าเป็นรากฐานของงานการตลาดซึ่งต้องสร้างความพอใจให้ได้เพื่อความสำเร็จอันยาวนานของธุรกิจ ความต้องการจำเป็นเกิดจากสภาพทางร่างกายและจิตใจของลูกค้าแต่ละคน เกิดจากช่องว่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้ามีอยู่แล้วและอยากจะมี และมักจะไม่ว่าตัวเองมีความจำเป็นอะไรบ้าง หน้าที่สำคัญของการตลาดคือต้องทำให้ลูกค้ารู้จักความจำเป็นอันนี้ และเกิดความต้องการพร้อมทั้งเหตุผลต่างๆ ที่สามารถไปกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการตามวัตถุประสงค์ของตนและจะตอบสนอง สร้างความพึงพอใจให้แก่ความจำเป็นนั้นๆ ได้

วิธีที่ทำให้ลูกค้าทราบถึงความต้องการจำเป็นของตนเองคือการให้การจูงใจ (Motivation) แรงจูงใจ (Motives) จะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้ลูกค้าแสวงหา เพื่อสร้างความพอใจให้แก่ตัวเอง นักการตลาดจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจด้วยวิธีต่างๆ เช่น การโฆษณา เพื่อให้ลูกค้าสามารถหาสิ่งตอบสนองความจำเป็นทางร่างกายและจิตใจของตนได้^{๒๑}

การจูงใจ (Motivation) หมายถึง การกระตุ้นให้กระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้^{๒๒} นับว่าเป็นปัจจัยภายในตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ต้องได้รับการกระตุ้น ส่วนแรงจูงใจ (Motives) หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย และแรงกระตุ้น (Drive) เป็นตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรง เพื่อให้เกิดการตอบสนองที่พอใจ

^{๒๑} Alastair M. Morrison, **Hospitality and Travel Marketing**, (New York: Delmar Publisher, 1989), p. 63.

^{๒๒} Holloway J. Christopher, **The Business of Tourism**, (Plymouth: Macdonald and Even Ltd, 1983), p. 97.

สำหรับการเดินทางและท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง ประกอบกับมีปัจจัยต่างๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้ และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูด และกระตุ้นให้คนอยากเดินทางมากขึ้น

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญๆ และกระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ได้แก่

๑) แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา (Physical and Psychological Motives) ได้แก่ ความต้องการการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อหลีกเลี่ยงงานจำเจ และความยุ่งยากต่างๆ ไปหาบรรยากาศเพื่อรักษาสุขภาพ อาบน้ำแร่ รักษาโรคตามคำแนะนำของแพทย์ เล่นกีฬา วัยน้ำ เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา การเที่ยวชมธรรมชาติ การซื้อของ การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และได้พักผ่อนจิตใจของตนเองด้วย เช่น การไปทัวร์ “สมาธิ” (Meditation Tour) ตัวอย่างจากสถิติการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาเที่ยวเมืองไทย ปี ๑๙๙๖ มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนในวันหยุดถึง ๘๗.๔๙%

๒) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา (Cultural/Personal Education Motives) เป็นแรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น อยากรู้จักผู้คน สถานที่ และประเทศไทยที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน สนใจอยากรู้เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ศิลปะ พื้นบ้าน เทศกาล สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และเพื่อศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจ เชื้อชาติอื่นๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco - Tourism) อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

๓) แรงจูงใจทางด้านสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social / Interpersonal / Ethnic Motives) ได้แก่ การไปพบปะ เยี่ยมญาติหรือเพื่อน เยี่ยมสถานที่เกิด ไปเป็นเพื่อนผู้อื่น การได้พบหรือรู้จักกับมิตรใหม่ ซึ่งอาจจะต่างเชื้อชาติ ศาสนากับตน เป็นการแสวงหามิตรภาพ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว จากการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทย ปี ๒๕๓๓ พบว่านักท่องเที่ยวชื่นชอบอัธยาศัยไมตรีของคนไทยมากที่สุด และตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ปี ๒๕๓๗ ประทับใจลักษณะอุปนิสัยของไทยมากที่สุดว่า คนไทยมีความเป็นมิตร น่ารัก มีมารยาทและความเอื้ออาทร จึงนับว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ถึงแม้ว่าจะต่างเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ก็เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทาง เพื่อไปทำความรู้จักได้

๔) แรงจูงใจทางด้านการงานและธุรกิจ (Business / Work Related Motives) ได้แก่ การไปเจรจาติดต่อธุรกิจทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนการติดตามผลการเข้าร่วมประชุม สัมมนา การเดินทางไปโดยมีภาระงานเกี่ยวข้องเป็นบางส่วนด้วย หรือก็ทำงานก็เที่ยว เช่น เป็นผู้สื่อข่าวงานกีฬาเอเชียนเกมส์ การติดต่อธุรกิจนอกจากจะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยแล้ว การได้พบปะ พูดคุยด้วยตนเองในสถานที่ของคู่เจรจาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งย่อมขยายผลความสำเร็จของธุรกิจออกไป

กิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังประชุม (Pre and Post Tour) เป็นกิจกรรมที่ขาดไม่ได้ในการประชุมนานาชาติของโลก

๕) แรงจูงใจด้านการบันเทิง และสิ่งเพลิดเพลิน (Entertainment / Amusement / Pleasure / Pastime Motives) ได้แก่ การไปเที่ยวชมสวนสนุก (Theme parks) สถานที่บันเทิงต่างๆ การได้ดูกีฬาและกิจกรรมบันเทิง ซึ่งให้ความเพลิดเพลิน เช่น ขบวนพาเหรดรถบุปผาชาติ การแสดงแสง-เสียง การแข่งรถ การได้ไปเที่ยวซื้อของยามว่าง การแสวงหาสิ่งเพลิดเพลินของแต่ละบุคคล มีลักษณะหลากหลาย การได้ดูชมธรรมชาติ ชีวิตสัตว์ ยังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมาก การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ได้ดี จะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวทุกตลาดหลักยังคงมาเที่ยวต่อไป และถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวยั่งยืน

๖) แรงจูงใจทางด้านศาสนา (Religious Motives) ได้แก่ การมีโอกาสไปร่วมแสวงบุญ ศึกษาธรรมะ ฝึกสมาธิ เข้าพิธีกรรมทางศาสนาที่ตนเคารพนับถือ การได้ไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ การทำบุญทำทาน บริจาค ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยว และถือได้ว่าได้พักผ่อนทางจิตใจด้วย

๗) แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Prestige and Status Motives) การเดินทางในบางครั้งอาจสร้างชื่อเสียง ยกฐานะ และเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนาติดต่อธุรกิจ หรือ ศึกษาต่อในต่างประเทศ ฯลฯ การได้มีโอกาสเดินทางไปทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นมีเกียรติ และมีสังคมดีขึ้น

การเดินทางท่องเที่ยวอาจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป เช่น การไปศึกษาหาความรู้ และมีโอกาสได้รักษาสุขภาพในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่มีแรงจูงใจใดเป็นแรงกระตุ้นที่เด่นชัดที่สุด

๒. การรับรู้ (Perception)

กระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่มากระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง ๕ คือ การได้กลิ่น การได้ยิน การได้เห็น การได้รู้สึก และการได้รสชาติ ฉะนั้นการโฆษณาในธุรกิจท่องเที่ยวโรงแรมจึงต้องพยายามสร้างให้เกิดความรู้ทางด้านอารมณ์ และความน่าเชื่อถือ เช่น ภาพโฆษณาความสะอาดสบายในการนั่งเครื่องบินชั้นหนึ่ง

กระบวนการรับรู้ประกอบขึ้นตอนดังนี้

๑) การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Exposure) ในแต่ละวันลูกค้าจะเกิดรับข้อมูลจากการโฆษณาเข้ามาสู่ตัวเอง ตั้งแต่เช้าจนค่ำไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ

สื่อโทรทัศน์ หรืออื่นๆ แต่จะมีโฆษณาใดบ้างที่ลูกค้าเปิดรับข้อมูลอย่างเลือกสรร นักการตลาดต้องใช้ความสามารถทั้งหมดเพื่อให้สินค้าและบริการของตนอยู่ในรายการเลือกสรรนั้น

๒) การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Attention) หมายถึง ผู้บริโภคตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งเมื่อเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลและให้ความสนใจมาแล้ว

๓) ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Comprehension) คือ ความเข้าใจและตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับมาให้ตรงกับ ความหมายของโลก แต่บางครั้งลูกค้าอาจแย้งข้อมูล มีความลำเอียงในการรับรู้ (Perceptual Biases) อันเนื่องมาจากความเชื่อถือทัศนคติ และประสบการณ์ ซึ่งเป็นความต้องการภายในของตน

๔) การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Retention) จะเกิดความทรงจำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อในโอกาสต่อไป นักการตลาดควรใช้โอกาสในช่วงนี้เสริมข้อมูลเข้าไปอีก เพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลเต็มที่สูงสุดจนปิดรับข้อมูล (Closure) จากคู่แข่งรายอื่น เช่น บัตรเครดิต American Express ใช้คำพูดว่า “Don’t leave home without it” สายการบิน United Airlines ใช้คำพูดเน้นชื่อบริษัทว่า “Fly the Friendly Sky of United” ซึ่งนับเป็นสิ่งกระตุ้นสิ่งหนึ่งนอกเหนือจากสีสันทัน และรูปแบบของการโฆษณา

๓. การเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ/หรือ ความเข้าใจอันเป็นผลจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดและเกิดการตอบสนอง (Response) ตามทฤษฎีสิ่งกระตุ้น – ตอบสนอง (Stimulus – Response Theory) กลยุทธ์การโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกจึงได้นำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวคนหนึ่งมีตำแหน่งเป็นผู้บริหารของบริษัทต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนให้คลายเครียดจากการทำงานหนักในแต่ละวัน ได้ดูโฆษณาของ Club Med ในโทรทัศน์ว่าเป็นหมู่บ้านแห่งการพักผ่อนหย่อนใจ โฆษณานี้เป็นแรงจูงใจ (การพักผ่อนหย่อนใจ) ที่จะตอบสนองความต้องการพักผ่อน (ร่างกาย) แต่เขาไม่มีเวลาจะติดต่อ travel agent ได้ ๒ – ๓ สัปดาห์ต่อมาเขาได้รับข้อมูลเพิ่มเติมว่าจะเดินทางไปไหน อย่างไร เมื่อใด และในการประชุมทางธุรกิจ เขาก็ได้พบกับผู้บริหารคนอื่นๆ ซึ่งพูดถึงวันหยุดพักผ่อนด้วย และเคยไปหมู่บ้าน Club Med มาแล้ว และชอบมาก เขาจึงตัดสินใจไป travel agent ทันทีพร้อมทั้งไปจองหมู่บ้าน Club Med เป็นเวลา ๑ สัปดาห์ที่ภูเก็ต (ตอบสนองข้อมูล) และได้พักผ่อนอย่างเต็มที่ การหยุดพักผ่อนต่อไปเขาก็เลือกไปหมู่บ้าน Club Med ที่อื่นๆ เช่น ที่มัลดีฟ หรือคาริบเบียน และถ้าได้รับความพอใจมากขึ้นก็จะเป็นการเพิ่มกำลังสนับสนุน (reinforce) ให้เกิดการเรียนรู้และซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวต่อไป

๔. บุคลิกภาพ (Personality)

บุคลิกภาพเป็นลักษณะเด่นของแต่ละบุคคลเกิดจากความรู้สึกรู้จักคิด ความรับผิดชอบ ความต้องการภายใน การรับรู้ การเรียนรู้ของบุคคล และแสดงออกมาเป็นบุคลิกภาพเฉพาะตนตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวเอง ทฤษฎีของฟรอยด์ (Freud Theory) หรือทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) เป็นทฤษฎีวิเคราะห์บุคลลกภาพโดยตรง ซึ่งเน้นเรื่องความจำเป็น แรงจูงใจและสิ่งกระตุ้นอันเป็นจิตไร้สำนึกจะเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล

ลักษณะที่แตกต่างกับของบุคลิกภาพ มีดังนี้

๑. Id เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นอย่างหยาบ และความรู้สึกที่ถูกระตุ้นทำให้บุคคลพยายามตอบสนองความพึงพอใจของเขา เช่น ความต้องการทางเพศ การโฆษณาต่างๆ หยาบๆ ก็สามารถกระตุ้น Id ได้

๒. Ego เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากการควบคุมจิตใจสำนึกของบุคคลจะควบคุมความต้องการภายในที่เกิดจาก Id ได้ โดยบุคลิกภาพจะมีลักษณะสอดคล้องกับค่านิยมในสังคม และวัฒนธรรม

๓. Super Ego เป็นบุคลิกภาพที่สะท้อนถึงจริยธรรมและศีลธรรมของสังคม มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับการเป็นพลเมืองดี การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดจึงควรชี้ลักษณะบุคลิกภาพที่เหมาะสมนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับจริยธรรมและคุณธรรมที่ดีของสังคม

นักทอ่งเที่ยวมีบุคลิกภาพแตกต่างกันตามเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และสังคม ดังนั้น การเรียนรู้และเข้าใจบุคลิกภาพของนักทอ่งเที่ยว หมายถึง ความเข้าใจพฤติกรรมของนักทอ่งเที่ยว ด้วย โดยเฉพาะพฤติกรรมการเดินทางและการบริโภค เช่น นักทอ่งเที่ยวชาวอเมริกันชอบความสะดวกสบายทันสมัยและถูกต้อง รอบคอบ (มีการประกันทุกอย่าง) นักทอ่งเที่ยวชาวญี่ปุ่นรักความสะอาด และความเป็นระเบียบมีวินัยในการทอ่งเที่ยว

๕. รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกบริโภค หรือ เลือกซื้อสินค้าและบริการ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล เช่น คนสมถะจะบริโภคสินค้าจำเป็น อ่านหนังสือ แต่คนชอบเที่ยวกลางคืนจะชอบการพักผ่อนหย่อนใจ เที่ยวเตร่ รับประทานอาหารนอกบ้าน ดูภาพยนตร์ รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับความสนใจ ทัศนคติ และความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ซึ่งเน้นการตลาดเชื่อว่าจะสามารถขับเคลื่อนพฤติกรรมผู้บริโภคได้ โดยเป็นปัจจัยหนึ่งในการแบ่งส่วนตลาด รูปแบบการดำรงชีวิตจะควบคู่กันไปกับค่านิยม (Values) ของสังคม ตัวอย่างเช่น กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ จะนิยมเดินทางโดยเครื่องบิน พักในโรงแรม เช่ายานพาหนะ และเมื่ออยู่ระหว่างติดต่อธุรกิจก็จะใช้บริการของ travel agent คนกลุ่มนี้

จะเป็นตลาดเป้าหมายที่ดีที่สุด ของสายการบิน โรงแรม และ travel agent และเป็นกลุ่มสำคัญที่กำหนดรูปแบบ และสื่อโฆษณา เช่น โฆษณาในวารสารธุรกิจ ส่วนผู้ที่มีรูปแบบการดำรงชีวิตแบบอยู่กับบ้านไม่โลดโผนจะชอบดูโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่

๖. แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self – concept)

แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง หมายถึง ความคิดหรือความเข้าใจที่เกิดขึ้นภายในของบุคคล พร้อมๆ กับการรับรู้ (Perception) ประกอบด้วย

๖.๑ แนวความคิดของคนที่แท้จริง (Real self) มีความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่ามีนิสัยความชอบอย่างไร เช่น ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพราะคิดว่าได้พักผ่อน ได้รับความรู้ คลายเครียด

๖.๒ แนวคิดของตนเองในอุดมคติ (Ideal Self concept) เป็นความนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้เป็นเช่นนั้น หรือมีผู้เข้าใจว่าตนเองเป็นเช่นนั้น และแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแนวคิดของตนเองในอุดมคติ เช่น การไปท่องเที่ยวต่างประเทศทุกปีเพราะคิดว่าเป็นที่ยอมรับของสังคม

๖.๓ แนวคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริง (Reference – group self concept) เป็นภาพที่บุคคลคิดเห็นว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร เช่น คิดว่าคนอื่นมองตนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการการพักผ่อน

๖.๔ แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่นคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self – image concept) เป็นภาพที่บุคคลต้องการให้คนอื่นคิดถึงเขาในแง่ใดแง่หนึ่ง เช่น ต้องการให้คนอื่นมองว่าการเดินทางท่องเที่ยวทำให้บุคคลเป็นที่ยอมรับในสังคม

จากแนวความคิดต่างๆ เหล่านี้ เป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยว และต้องการสร้างความประทับใจให้แก่บุคคลใกล้ชิดด้วย เช่น การเดินทางด้วยเรือสำราญ (Cruise) ที่หรูหรา หรือการเดินทางโดยขบวนรถไฟ Orient Express ทำให้เพื่อนนักธุรกิจนิยมชมชอบได้

๗. ทศนคติ (Attitudes)

ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ หรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทัศนคติเป็นพลังที่สำคัญและอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยพยายามกลั่นกรองสิ่งที่ตนเองคิดว่าดีไม่ขัดแย้งกับทัศนคติที่มีอยู่ ทัศนคติสามารถบิดเบือนข่าวสาร ข้อมูลที่เป็นความจริงได้ในลักษณะโต้แย้ง ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ที่ตนได้รับ เช่น โดยสายการบินหนึ่งแล้วไม่ประทับใจการบริการก็ไม่คิดจะใช้บริการของสายการบินนั้นอีก อาจบอกว่าเครื่องบินสกปรก อาหาร

ไม่อร่อย นอกจากนี้อาจเกิดจากกลุ่มอ้างอิงอื่นๆ เช่น ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน กลุ่มสังคม ฯลฯ การเปลี่ยนทัศนคติต้องใช้เวลาและเครื่องมือในการสื่อสารมาก และต้องประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและวัฒนธรรมของคนทั้งชาติ ซึ่งสืบทอดและยึดถือต่อๆ กันมา ได้แก่

๑. วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (Culture and Subcultures) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในสังคมเดียวกันไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมแสดงออกมาในรูปความเชื่อถือ (Beliefs) ค่านิยม (Values) ทัศนคติ (Attitudes) อุปนิสัย (Habits) ประเพณี (Traditions) ขนบธรรมเนียม และพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น

๑.๑ วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล เพราะวัฒนธรรมเป็นตัวหล่อหลอมลักษณะนิสัยและความคิดของคน เช่น คนไทยรักความเป็นอิสระ รักพวกพ้อง มีใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ชอบความโอ่อ่า ลักษณะเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการบริโภคด้วย เช่น การแต่งกายงดงาม การซื้อรถยนต์ยี่ห้อดีราคาแพง การเดินทางโดยเครื่องบินแทนการเดินทางโดยรถไฟ หรือรถทัวร์ การรับประทานอาหารตามภัตตาคาร การซื้อของในห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ ฯลฯ และวัฒนธรรมมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากแบบแผนเก่าไปสู่แบบใหม่อยู่เสมอ เช่น วัฒนธรรมในการดำรงชีวิต ต้องการวันหยุดพักผ่อน ความสะดวกสบาย การซื้อโดยไม่ตั้งใจ ฯลฯ

๑.๒ วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หรือขนบธรรมเนียมประเพณี (Subculture) วัฒนธรรมกลุ่มย่อยเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นวัฒนธรรมของกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม และอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนมาก มีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา ถิ่นที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน แม้จะอยู่ในประเทศเดียวกัน เช่น วัฒนธรรมคนจีน วัฒนธรรมล้านนา แต่ละกลุ่มจะมีพฤติกรรมการบริโภคต่างกัน และในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการคล้ายคลึงกัน เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร การแต่งกาย การบันเทิง ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเดียวกันมีความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวคล้ายๆ กัน การให้บริการควรสอดคล้องกับวัฒนธรรมของกลุ่มนั้นๆ และไม่ขัดต่อวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยแบ่งออกเป็น

๑.๒.๑ กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality Groups) ได้แก่ กลุ่มเชื้อชาติไทย จีน อเมริกัน อังกฤษ ฯลฯ แต่ละเชื้อชาติจะมีระบอบนิยม ความชอบ กิจกรรม และการบริโภคการท่องเที่ยวต่างกัน คนไทยชอบซื้อของจากแหล่งท่องเที่ยว แต่คนอเมริกันชอบสถานที่ท่องเที่ยวแปลกใหม่

๑.๒.๒ กลุ่มศาสนา (Religious Groups) ได้แก่ กลุ่มชาวคริสต์ ชาวพุทธ มีความนับถือ ข้อห้าม ความเชื่อและความชอบแตกต่างกัน เช่น ศาสนาอิสลามห้ามรับประทานหมูและของมีนเมา การให้บริการควรระมัดระวังเป็นพิเศษ

๑.๒.๓ กลุ่มสีผิว (Racial Groups) เช่น ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลือง ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีรูปแบบวัฒนธรรม และทัศนคติที่แตกต่างกันมาก

๑.๒.๔ พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Areas) ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ทำให้ลักษณะการดำรงชีวิตต่างกัน เช่น ชาวญี่ปุ่นและตราครุฑทำงานหนัก แต่คนไทยนิยมการพักผ่อนหย่อนใจมากกว่า

๒. ชั้นของสังคม (Social Classes) เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน จากระดับสูงไประดับต่ำ สิ่งที่น่าสนใจในการแบ่งชั้นของสังคมคือ อาชีพ ฐานะรายได้ ขาดิกำเนิด สถานที่พำนัก ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และบุคลิกลักษณะของบุคคล ชั้นของสังคมแบ่งออกเป็น ๓ กลุ่มใหญ่ และ ๖ กลุ่มย่อย ดังนี้

๒.๑ ระดับสูง (Upper Class) แบ่งออกเป็น

๒.๑.๑ ระดับสูงอย่างสูง (Upper – upper class) ได้แก่ ผู้ดีเก๋า ขนชั้นสูง มีความมั่นคง เนื่องจากได้รับมรดกเป็นจำนวนมาก สถานะมั่นคง บุตรหลานเรียนในโรงเรียนที่ดีที่สุด อาศัยอยู่ในคฤหาสน์ใหญ่โต รู้สึกรับผิดชอบต่อสังคม จะมีอำนาจการซื้ออย่างพอเพียง ซื้อสินค้าและบริการฟุ่มเฟือย มีราคา เช่น บ้าน รถยนต์ราคาแพง ใช้บริการโรงแรมหรูหราราคาแพง ไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของโลก

๒.๑.๒ ระดับสูง อย่างต่ำ (Lower – upper class) ได้แก่ เศรษฐีใหม่ ผู้บริหารระดับสูง ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตด้วยความสามารถของตนเอง เป็นเจ้าของกิจการขนาดใหญ่ จบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย หาสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิตสำหรับบุตรหลาน อยู่ในวงการธุรกิจ สังคม จะต้องการสินค้าและบริการคล้ายคลึงกับกลุ่มแรก

๒.๒ ระดับกลาง (Middle Class) แบ่งออกเป็น

๒.๒.๑ ระดับกลางอย่างสูง (Upper – middle class) ได้แก่ ผู้ที่ได้รับความสำเร็จจากอาชีพและหน้าที่การงานพอสมควร เห็นความสำคัญของการศึกษา ะมัดระวังในการใช้จ่าย มีสินค้าและบริการที่จำเป็นต้องใช้คือ เสื้อผ้าที่ดี บ้าน และของใช้ในครัวเรือน สินค้าจำเป็นแก่ฐานะ เช่น รถยนต์

๒.๒.๒ ระดับกลางอย่างต่ำ (Lower – middle class) ได้แก่ พนักงานข้าราชการระดับปฏิบัติงาน ต้องการใช้จ่ายสินค้าและบริการราคาปานกลางที่จำเป็นแก่ชีวิตประจำวัน แสวงหาที่อยู่ของตนเองสมถะมีความอ่อนไหวในเรื่องราคา

๒.๓ ระดับต่ำ (Lower Class) แบ่งออกเป็น

๒.๓.๑ ระดับต่ำอย่างสูง (Upper – lower class) ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้แรงงานและมีทักษะพอสมควร แสวงหาสิ่งที่มีมั่นคง ไม่เข้าสู่สังคมมากนัก ต้องการใช้จ่ายที่จำเป็นแก่การครองชีพ และราคาประหยัด จงรักภักดีต่อยี่ห้อสินค้า

๒.๓.๒ ระดับต่ำอย่างต่ำ (Lower – lower class) ได้แก่ กรรมกรที่มีรายได้ต่ำ เป็นหนี้ มีการศึกษาต่ำ อยู่สลัม ต้องการสินค้าจำเป็นพื้นฐานแก่การครองชีพ และราคาประหยัด
 ชั้นของสังคมมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมเวลาว่างของแต่ละระดับ และแตกต่างกันในด้านอุปนิสัย และสื่อที่ใช้ในการติดต่อซึ่งกันและกัน

๓. กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ทศนคติ ความชอบ / ไม่ชอบ และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่มคือ

๓.๑ กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ เพื่อนสนิท ครอบครัว

๓.๒ กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน ร่วมวิชาชีพ ร่วมสถาบัน ร่วมองค์กร และบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม

กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลมากในด้านการเลือกพฤติกรรมการดำเนินชีวิต เพราะจะให้ความสนใจซึ่งจะทำให้บุคคลคล้อยตามได้ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่ม จึงทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยว เช่นเดียวกัน เมื่อนักท่องเที่ยวกลับมาจากท่องเที่ยวพร้อมกับความสดชื่นแจ่มใส มีของที่ระลึกและภาพถ่ายที่สวยงามกลับมาให้เพื่อนๆ ดู ก็จะมีความรู้สึก “มีหน้าตา ” ได้รับการยกย่องชมเชย (Esteem) นักท่องเที่ยวก็จะภูมิใจมากที่ได้ทำในสิ่งที่คนอื่นไม่เคยทำมาก่อนนับว่ากลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อจิตใจมาก

๔. ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) เป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีอำนาจ และความคิดเห็นของเขามักเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม มักจะเป็นผู้รู้ช่องทางข้อมูลมากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ เช่น ได้ข้อมูลเนื่องจากซื้อสินค้าและบริการก่อนคนอื่น มักจะได้รับข้อมูลหรือมีความพิเศษเกี่ยวกับสินค้าการท่องเที่ยวและโรงแรมที่แตกต่างจากคนอื่น เช่น รู้เรื่องชมรมดำน้ำ ตกปลา ดูนก รู้ว่าควรดูนกอะไร ที่ไหน และกิจกรรมที่ควรดูหรือเตรียมตัวมีอะไรบ้าง ผู้นำกลุ่มเหล่านี้กระตือรือร้นที่จะค้นหาข้อมูลพิเศษให้กว้างออกไปเรื่อยๆ จนเป็นผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ

แหล่งข้อมูลของธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม มาจาก ๒ แหล่งใหญ่ คือ

๑. ข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจ (Commercial Information Sources) เป็นข้อมูลจากการโฆษณาและส่งเสริมการขายของโรงแรม และบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ข้อมูลที่ให้จะตรงไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยสื่อต่างๆ โดยไม่มีความคิดเห็นของผู้นำกลุ่มรวมอยู่ด้วย

๒. ข้อมูลจากกลุ่มสังคม (Social Information Sources) เป็นข้อมูลที่ได้รับระหว่างบุคคลจากกลุ่มอ้างอิง ผู้นำกลุ่มด้านความคิดเห็นและกลุ่มอื่นๆ ในสังคม ข้อมูลจึงผ่านการกลั่นกรองจากบุคคลต่างๆ ซึ่งจะเพิ่มความเห็นส่วนตัวเข้าไปด้วย เป็นอิทธิพลที่กระตุ้นหรือยับยั้งการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

๕. ครอบครัว (The Family) คือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกันทางกำเนิด โดยการแต่งงานกัน หรือโดยการรับอุปการะเข้ามาใช้ชีวิตในครอบครัวเดียวกัน ค่านิยมและทัศนคติของบุคคลจะได้รับมาจากครอบครัวมากที่สุด ความคิดจะถูกหล่อหลอมมาตั้งแต่เด็ก ลักษณะครอบครัวที่แตกต่างกันจะทำให้รูปแบบการดำรงชีวิตต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคของครอบครัวจะแตกต่างกันตามลำดับขั้นของวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family life – cycle)

จากรูปแบบแสดงการกระตุ้นตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว สิ่งกระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลกระทบจากการท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจ สินค้าและบริการเหล่านี้มีการแข่งขันสูง และเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจแสวงหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ตลอดจนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ประกอบกับการเรียนรู้ แรงจูงใจ ประสบการณ์ และทัศนคติของตน การกลั่นกรองข้อมูล ซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจทำให้เกิดการรับรู้ (Perception) และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการ และจำเป็นของตนโดยซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและโรงแรมที่เลือกสรรแล้ว การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนับว่าเป็นการตอบสนอง (Output) จากสิ่งกระตุ้น และกระบวนการต่างๆ ตั้งแต่ต้น และถ้าสินค้าและบริการสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้ นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจ จะเพิ่มประสบการณ์ทางบวกมากขึ้น และทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (เดินทางมาเที่ยวและใช้บริการอีก) แต่ถ้าไม่พอใจก็จะกลายเป็นประสบการณ์ลบ จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ยาก จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มาก^{๒๓}

ดังนั้น การศึกษาแนวคิดในการวิจัยตลาด (Market Research) จึงเป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนา (Development Research) โดยมุ่งเน้นการวิจัยผู้บริโภค (Consumer Research) เป็นการวิจัยเพื่อการศึกษาและวิเคราะห์ประเภทและลักษณะของผู้บริโภค ทัศนคติ ความชอบ รูปแบบการเดินทาง สำหรับการท่องเที่ยวของผู้บริโภค ซึ่งการวิจัยนี้จำเป็นต้องได้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า เช่น อายุ เพศ อาชีพ รายได้ สถานภาพครอบครัว วิถีชีวิต เวลาของการท่องเที่ยว ฯลฯ ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง และปัจจัยอื่นๆ ที่ผลักดันให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงตลาดที่มีตัวตนแน่นอนในปัจจุบัน (Existing Market) และรูปแบบการเดินทาง (Travel Patterns) ซึ่งมีความสำคัญในการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยว

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา

๒.๒.๑ ความหมายของวัดในพระพุทธศาสนา

^{๒๓} ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๒), หน้า ๑๕๑.

โดยทั่วไปเมื่อพูดถึงสัญลักษณ์ทางศาสนาในกรณีที่เป็นวัดแล้ว คนทั่วไปมักจะเข้าใจกันว่าเป็นที่อยู่ของพระสงฆ์ ซึ่งเป็นความหมายสามัญ ที่เข้าใจกันตามที่ปรากฏให้เห็น ความจริงแล้ววัดนั้นมีคำที่ใช้อยู่เดิมในภาษาบาลีอีก ๓ คำ คือ

๑. อาราม โดยพยัญชนะแปลว่า “เป็นที่มาเรียนรมย์” โดยอรรถ แปลว่า “สวน” เพราะในสมัยพุทธกาลนั้นพุทธศาสนิกชนนิยมถวายสวนให้เป็นที่ประทับของพระพุทธเจ้าและพระสงฆ์ เช่น เวฬุวันวนาราม เป็นสวนที่พระเจ้าพิมพิสารถวายให้เป็นที่ประทับแก่พระพุทธเจ้าและพระสงฆ์ หรือ พระเชตะวันวนาราม สวนที่อนาถบิณฑิกเศรษฐีถวายแก่พระพุทธเจ้าและพระสงฆ์สาวก เป็นต้น

๒. อาวาส โดยพยัญชนะแปลว่า “ที่อยู่” ซึ่งเป็นความหมายที่กว้าง แต่ถ้าจะจำกัดขอบเขตให้แคบลงว่า หมายถึงวัด ก็ต้องมีภิกษุศัพท์ เป็นคำจำกัดความข้างหน้าว่าภิกษุมหาโล แปลว่า ที่อยู่ของภิกษุสงฆ์คือวัด โดยอรรถในอภิธานปิทีปิกา แปลว่า เรือน เป็นไวพจน์ของคำว่า ชร เป็นต้น

๓. วิหาร นั้นโดยพยัญชนะ แปลว่า ที่อยู่คล้ายกับอาวาส แต่ตามพระวินัย เช่น ในมหาลลกลีกขาบทที่ต้นแห่งสังฆาติเสสและในอนุศาสน์ ท่านหมายเอาสิ่งปลูกสร้างเป็นหลังและสังเกตในที่ทั่วไปดูเหมือนเป็นสิ่งก่อสร้างด้วยอิฐ ปูน คือ แต่เพราะวิหารนั้นสร้างไว้ในที่อยู่ของภิกษุทั้งหลาย จึงเรียกว่า วิหาร คล้ายกับคำว่าวัดในภาษาไทย^{๒๔}

วัดในพระพุทธศาสนาเกิดขึ้นครั้งแรก ในสมัยพุทธกาล ปีแรกที่พระพุทธเจ้าทรงตรัสรู้ หลังการประกาศพระศาสนาของพระพุทธองค์ไม่เกิน ๗ เดือน ได้มีพระสงฆ์สาวกเพิ่มจำนวนขึ้นนับพันรูป พระสงฆ์ส่วนหนึ่งถูกส่งให้จาริกไปประกาศพระศาสนาตามพุทธดำรัสว่า “ภิกษุทั้งหลาย เธอทั้งหลายจงจาริกไป เพื่อประโยชน์และความสุขของชนหมู่มาก เพื่ออนุเคราะห์ชาวโลกเพื่อประโยชน์เกื้อกูล และความสุขแก่ทวยเทพและมนุษย์ทั้งหลาย”^{๒๕}

พระสงฆ์ส่วนหนึ่งได้ตามเสด็จพระผู้มีพระภาคเจ้าไปด้วย วันหนึ่งทรงแสดงธรรมโปรดพระเจ้าพิมพิสาร กษัตริย์แห่งมคธรัฐ พร้อมด้วยข้าราชการบริพารและประชาชนชาวมคธจนได้ดวงตาเห็นธรรม ครั้งนั้นพระเจ้าพิมพิสาร ได้ถวายสวนไม้ไผ่ซึ่งเป็นพระราชอุทยานแห่งหนึ่งของพระองค์ให้เป็นวัดแห่งแรกในพระพุทธศาสนา เพื่อเป็นที่ประทับของพระพุทธเจ้าพร้อมทั้งพระสงฆ์สาวก ด้วยพระดำรัสว่า “ข้าแต่พระองค์ผู้เจริญ ข้าพระองค์ขอถวายสวนเวฬุวันนั้นแด่พระสงฆ์ มีพระพุทธเจ้าเป็นประมุขพระเจ้าข้า ” พระพุทธองค์ทรงรับอารามนั้นแล้วทรงแสดงธรรมีกถาให้พระเจ้าพิมพิสารสมาทานอภายาญริณเริงแล้วทรงรับสั่งกับภิกษุทั้งหลายว่า “ดูกรภิกษุทั้งหลาย เราอนุญาตอาราม”^{๒๖}

^{๒๔} สมเด็จพระธีรญาณมุนี, “คุณวัด”, วารสารใบลาน, (ฉบับที่ ๕, ๒๕๒๘) : หน้า ๑๐.

^{๒๕} วิ.มหา. (ไทย) ๔/๓๒/๓๒.

^{๒๖} วิ.มหา. (ไทย) ๔/๖๓/๕๕.

คำว่า “วัด” จึงมีความหมายว่า “สวนป่าที่น่ารื่นรมย์ยินดีเป็นที่อยู่ของพระสงฆ์” เพราะสภาพของวัดในยุคแรกเริ่มนั้นมีสภาพเป็นสวนป่าตามธรรมชาติ ยังไม่มีสิ่งก่อสร้างใดๆ เป็นสถานที่สงบสงัด อยู่แยกต่างหากจากหมู่บ้าน แต่ก็ไม่ได้ไกลจนเกินไป สามารถเดินทางไปมาได้สะดวก เป็นอาณาบริเวณที่อยู่ของสมณะผู้ต้องการศึกษาปฏิบัติ เพื่อการบรรลุโลกุตระธรรม ลักษณะของวัดเช่นนี้ปรากฏอยู่ในพระดำริของพระเจ้าพิมพิสารก่อนที่จะถวายพระราชอุทยานเวฬุวันแก่พระพุทธเจ้าว่า “พระผู้มีพระภาคพึงประทับที่ไหนหนอแล จึงจะเป็นสถานที่ไม่ไกลจากหมู่บ้านมีการคมนาคมสะดวกแก่ประชาชนผู้มีความประสงค์จะไปเฝ้าได้ กลางวันไม่พลุกพล่านกลางคืนเงียบสงัด เสียงไม่กึกก้องปราศจากลมจากคนผู้เดินเข้าออก ควรเป็นที่ประกอบกิจของผู้ต้องการที่สงัด และควรเป็นที่หลีกเลี่ยงอยู่ตามสมณวิสัย”^{๒๗}

ในเวลานั้นพระเจ้าพิมพิสารคงจะถวายสวนแต่อย่างเดียว ไม่ได้สร้างที่อยู่อาศัยให้ โดยเฉพาะ สันนิษฐานว่าในสวนเวฬุวันก็คงมีที่พักไว้สำหรับให้พระเจ้าพิมพิสารได้ทรงประทับเวลาเสด็จไปประพาสอุทยาน พระพุทธเจ้าและพระสงฆ์ก็คงจะได้อาศัยสิ่งก่อสร้างที่มีอยู่แล้วเป็นที่พักอาศัย ในสมัยนั้นพระพุทธเจ้าก็ยังมิได้ทรงบัญญัติเสนาสนะแก่ภิกษุทั้งหลาย ผู้ที่เป็นต้นคิดทำให้มีพุทธานุญาตในการสร้างวิหารเป็นที่อยู่อาศัยของพระสงฆ์ คือ เศรษฐีใหญ่ประจำกรุงราชคฤห์ ท่านเศรษฐีผู้นี้ได้ไปเห็นพระสงฆ์ผู้มีกิริยาอาการน่าเลื่อมใสเดินออกจากป่า โคนไม้ ภูเขา ชอกเขา ถ้ำเขา ป่าช้า ฆฎิ ที่แจ้ง ลอมฟาง ในตอนเช้าจึงเกิดความเลื่อมใส ประสงค์จะถวายวิหารให้เป็นที่อยู่อาศัยแก่พระสงฆ์เหล่านั้นแต่พระพุทธเจ้ายังมิได้อนุญาตวิหาร พระสงฆ์เหล่านั้นจึงได้ไปขออนุญาตต่อพระพุทธเจ้าซึ่งพระองค์ก็ทรงอนุญาต ท่านเศรษฐีก็ได้สร้างวิหาร ๖๐ หลังถวายแก่พระพุทธเจ้าและพระสงฆ์สาวกจากเหตุนี้พระพุทธเจ้าได้อนุญาตเสนาสนะ ๕ ชนิด คือ

๑. วิหาร
๒. เรือนมุงแถบเดียว
๓. เรือนชั้น
๔. เรือนโล้น
๕. ถ้ำ

ในครั้งแรก พระสงฆ์ยังไม่มีภูมิลำเนาอยู่อาศัยเป็นที่พักส่วนบุคคล ทำให้ต้องถือเอาวิหารเป็นที่อยู่อาศัย เพราะการสร้างเสนาสนะในสมัยนั้น สร้างแต่วิหารอย่างเดียว พระสงฆ์ก็รวมอยู่ในวิหารแห่งเดียว ต่อมากิจการของสงฆ์มากขึ้นเป็นลำดับ ที่อยู่ของสงฆ์ก็ต้องขยายตัวออก วิหารที่เคยอยู่อาศัยก็ไม่เพียงพอแก่การอาศัยการสร้างที่อยู่อาศัยถวายแก่สงฆ์จึงต้องเพิ่มจำนวนสถานที่อันจำเป็นขึ้นอีก เช่น พระอุโบสถเพื่อให้พระสงฆ์มีสถานที่ประชุมอุโบสถที่เหมาะสม เมื่อครั้งแรกๆ การสร้างเสนาสนะ

^{๒๗} วิ.มหา. (ไทย) ๔/๖๓/๕๕.

ถวายสงฆ์ไม่มีการสร้างพระอุโบสถ สำหรับการประชุมอุโบสถ ซึ่งกระทำทุกวันพระ ๑๕ ค่ำ นั้นเข้าใจว่ากระทำที่บริเวณริมธารน้ำ หรือสถานที่ใดๆ ที่เหมาะสม ต่อมาสงฆ์มีกิจที่จะต้องทำในสถานที่เช่นนี้หลายอย่างตามพุทธานุญาต เช่น การบวช การรับผ้ากฐินที่ทายกนำมาถวายและสังฆกรรมอย่างอื่นอีก เป็นต้น และได้มีพุทธานุญาตเกี่ยวกับสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ และสิ่งก่อสร้าง ส่วนประกอบต่างๆ ติดตามมาเช่น อนุญาตให้มีเตียง ตั่ง ม้านั่ง หมอน พูก หอฉัน ท่อระบายน้ำ โรงไฟ กบปียกฏี วัจจกฏี บ่อน้ำ มณฑป เป็นต้น เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมกับปัญหาที่เกิดขึ้น

แม้เมื่อมีวัดเกิดขึ้นแล้ว พระสงฆ์ยังไม่ได้อยู่ประจำ ยังคงจาริกเผยแผ่ธรรมไปเรื่อยๆ แม้ในฤดูฝน ซึ่งเป็นช่วงที่ชาวบ้านกำลังปลูกพืชผลกันอยู่ พระสงฆ์ยังคงจาริกโดยไปเหยียบย่ำทำความเสียหายแก่พืชผลของชาวบ้าน พระสงฆ์ทั้งหลายจึงถูกติเตียน พระพุทธเจ้าจึงบัญญัติให้พระสงฆ์ทั้งหลายจำพรรษาในฤดูฝน ครั้นสิ้นฤดูฝนแล้วต่างก็แยกย้ายจาริกออกไปเผยแผ่ธรรม และแสวงหาที่สงบเพื่อบำเพ็ญธรรม เช่น ตามป่า เขา ถ้ำ เป็นต้น แล้วแต่ความเหมาะสม พระพุทธเจ้าเองเมื่อออกพรรษาแล้ว ก็มักเสด็จจาริกไปที่ต่างๆ เพื่อเผยแผ่พุทธศาสนา ซึ่งแสดงว่าทรงสนับสนุนให้พระสงฆ์จำพรรษาด้วยและการจาริกด้วย เพื่อความเหมาะสมในการปฏิบัติธรรม เพราะการอยู่อาศัยประจํานั้นมีทั้งคุณและโทษเช่นเดียวกับการจาริก อีกทั้งพระพุทธเจ้าก็ได้แสดงถึงโทษของการจาริกไว้เช่นกัน ดังปรากฏในพระไตรปิฎกดังนี้ คือ

๑. ย่อมไม่ได้ฟังในสิ่งที่ไม่เคยฟัง
๒. ไม่เข้าใจชัดสิ่งที่ได้ฟังแล้ว
๓. ไม่แก้แล้วกล้าในสิ่งที่ได้ฟังบางประการ
๔. ได้รับโรคเรื้อรังอย่างหนัก
๕. ไม่มีมิตร
๖. ไม่ได้บรรลุคุณวิเศษที่ยังไม่ได้บรรลุ
๗. เสื่อมจากคุณวิเศษที่ได้บรรลุแล้ว
๘. ย่อมไม่แก้แล้วกล้าด้วยคุณวิเศษที่บรรลุแล้วบางประการ

เนื่องจากการจาริกไปเรื่อยๆ ย่อมไม่มีโอกาสได้ฟังธรรมเทศนาจากพระภิกษุผู้ได้บรรลุคุณธรรมชั้นสูงแล้ว หรือเมื่อเกิดข้อสงสัยก็ไม่มีโอกาสได้ไต่ถามพระสงฆ์ที่มีความรู้ จึงไม่เชี่ยวชาญในสิ่งที่ได้เคยฟัง และพลอยทำให้การบรรลุคุณธรรมชั้นสูงเป็นไปได้ยากหรือบรรลุแล้วก็สามารถเสื่อมได้อันเนื่องจากสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม บางครั้งการจาริกไปเรื่อยๆ ทำให้เพลิดเพลินจนปล่อยปะละเลยต่อการปฏิบัติธรรม เป็นต้น ส่วนคุณของการจาริกพระพุทธเจ้าก็ได้แสดงไว้เช่นกันในนัยตรงกันข้ามกับโทษของการจาริก

นอกจากนั้น พระพุทธเจ้ายังได้แสดงถึงคุณและโทษของการอยู่อาศัยไว้ โดยกล่าวถึงโทษของการอยู่อาศัย คือ

๑. ทำให้ตระหนี่ที่อยู่
๒. ตระหนี่ตระกูล
๓. ตระหนี่ลาม
๔. ตระหนี่วรรณะ
๕. ตระหนี่ธรรม
๖. มีการสะสมสิ่งของมาก
๗. มีกิจมากทำให้ไม่ฉลาดในกิจที่จะต้องกระทำ
๘. เกิดการคลุกคลีกับคฤหัสถ์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดเรื่องที่ไม่สมควรขึ้นมาได้
๙. เกิดความห่วงใยในที่อยู่อาศัย ไม่สามารถจะหลีกไปได้

แต่การอยู่อาศัยประจำก็ไม่ได้มีแต่โทษอย่างเดียว คุณของการอยู่อาศัยก็มีเช่นกัน ดังที่พระพุทธเจ้าได้แสดงนัยตรงกันข้ามกับโทษของการอยู่อาศัย

วัด นอกจากจะเป็นที่อยู่อาศัยของพระสงฆ์แล้ว ยังเป็นแหล่งรวมสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา ในสมัยพุทธกาล อาคารสถาปัตยกรรมในวัด มีที่มาแตกต่างกันตามประโยชน์ใช้สอยและความสำคัญ สามารถแบ่งเป็น ๓ รูปแบบ คือ

๑. เสนาสนะหรือที่พักอาศัยของพระสงฆ์

อาคารในพระพุทธศาสนา มีวิวัฒนาการในขั้นแรกมาจากการที่พระพุทธเจ้าและพระสาวกได้ท่องเที่ยวสั่งสอนเวไนยสัตว์ไปในสถานที่ต่างๆ โดยมักจะไปประทับหรือพักแรมตามบ้านพักของหมู่บ้าน แต่ในช่วงเช้าพรรษา พระสงฆ์จะพักแรมในอาคารตลอดพรรษาตามที่พระพุทธเจ้าทรงบัญญัติไว้ และเมื่อมีผู้ถวายพระอารามซึ่งมักจะเป็นสวน สิ่งก่อสร้างแรกสุด คือ กุฏิ ซึ่งกุฏิในยุคแรกๆ สร้างด้วยไม้และมุงหญ้าคา กุฏิแบบนี้เมื่อถึงหน้าหนาวก็จะหนาวมาก หน้าร้อนก็จะร้อนมาก ด้วยเหตุนี้พระพุทธเจ้าจึงทรงอนุญาตให้พระภิกษุใช้ที่พักในรูปแบบต่างๆ ได้ ๘ แบบ ตามที่เหมาะสมกับภูมิอากาศ คือ วิหาระ อัทธโยคะ ปาสาทะ หัมมียะ ภูฏาคารศาลา บรรณกุฎ หรือบรรณศาลา และคูหา พระพุทธเจ้าเองก็เคยประทับค้างที่คูหาในถ้ำสัตตบรรณในเมืองราชคฤห์ ซึ่งมีลักษณะเป็นกระท่อมที่สร้างด้วยอิฐ หรือขุดเข้าไปในถ้ำ รวมถึงที่สร้างด้วยไม้ สำหรับวัสดุที่ใช้ทำหลังคาพระพุทธเจ้าได้ทรงอนุญาตไว้ ๕ ชนิด คือ อิฐ ศิลา ปูนปั้นหรือสุธา หญ้า และใบไม้ และผนังของอาคารไม่ควรทำด้วยดินโคลนหรือทาด้วยโคลน และไม่ทำด้วยเปลือกไม้ ทั้งนี้จะเป็นเพราะวัสดุดังกล่าวไม่แข็งแรงและน่าจะเป็นอันตราย^{๒๘}

^{๒๘} กรมศิลปากร, *วิวัฒนาการพุทธสถานไทย*, (กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์ พริ้นติ้ง จำกัด, ๒๕๓๓),

เริ่มแรก อาคารที่פקเรียกรวมน่า เสนาสนะ คือ ปักจายที่ใช้ปักพินสำหรับพระภิกษุสงฆ์ใน พระพุทธศาสนา ตามหลักความจริง เสนาสนะ เป็นเพียงที่ปักพินทางกายและใจเท่านั้น ไม่ใช่เป็นที่อยู่อาศัยอย่างถาวร เพราะว่า พระภิกษุสงฆ์ไม่ใช่ผู้อยู่กับที่อย่างถาวร ดังครั้งพระพุทธกาล “พระพุทธเจ้า ยังไม่ได้ทรงบัญญัติเรื่องเสนาสนะ เพราะสมัยนั้น ยังต้องอาศัยโคนต้นไม้ อยู่ตามป่า ขอกเขา ถ้ำและที่แจ้ง เป็นต้น”^{๒๙} และสมัยนั้น เสนาสนะที่เป็นสิ่งก่อสร้างยังไม่เกิดแก่พระภิกษุสงฆ์ ต่อมาจึงมีผู้เลื่อมใสในเรื่องของความเป็นอยู่ของพระภิกษุสงฆ์จึงได้ขออนุญาตสิ่งก่อสร้างแก่พระภิกษุสงฆ์ ซึ่งเป็นเศรษฐกิจราชกรณที่กราบทูลขออนุญาตสร้างเสนาสนะแก่พระภิกษุสงฆ์ มี พระพุทธเจ้าเป็นประธานและเป็นการขออนุญาตสร้างเสนาสนะเป็นคนแรก พระพุทธเจ้าได้ทรง อนุญาตให้สร้างเสนาสนะได้ ๕ ประเภท ดังนี้ ๑) วิหาร ๒) อัศมโยคหรือเพิง ๓) ปราสาท ๔) ปราสาทโล้น และ ๕) ถ้ำ

ต่อมาเศรษฐกิจราชกรณได้สร้างวิหารถวายพระภิกษุสงฆ์ ๖๐ หลังและกราบทูลให้ พระพุทธเจ้าทรงทราบว่าเป็นผู้สร้างวิหารเสร็จแล้ว เป็นผู้ต้องการบุญ ต้องการสวรรค์ ต้องการพระ นิพพาน จะทำอย่างไรกับวิหารทั้ง ๖๐ หลังนี้ พระพุทธเจ้าทรงตรัสให้เศรษฐกิจราชกรณทราบให้ สละวิหารทั้ง ๖๐ หลังนี้ เพื่อสงฆ์ที่จะได้มาปักพินทั้ง ๔ ทิศ^{๓๐}

การสร้างเสนาสนะในแต่ละครั้งจะต้องอาศัยเนื้อที่เป็นจำนวนมาก พระพุทธองค์จึงทรง บัญญัติเกี่ยวกับสถานที่ที่จะสร้างเสนาสนะนั้นจะต้องเป็นที่พระสงฆ์หรือคณะสงฆ์เป็นผู้แสดงที่ให้ความ สถานที่แห่งนี้ไม่มีเจ้าของจับจองมาก่อน จึงจะสามารถสร้างเสนาสนะนั้นได้ และการสร้างจะต้องไม่มี ขนาดใหญ่จนเกินกำลังทรัพย์ของผู้มีศรัทธาที่เลื่อมใสที่เขาจะสร้างถวาย “ความยาวไม่เกิน ๑๒ คืบ พระสุคตหรือศอก ความกว้างไม่เกิน ๗ คืบพระสุคตหรือศอกและมีขานรอบเสนาสนะทั้ง ๔ ด้านและ เวียนรอบได้ ซึ่งเป็นการสร้างด้วยความศรัทธา”^{๓๑}

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นว่าการสร้างเสนาสนะจะต้องอาศัยพื้นที่เป็นจำนวนมากในการสร้าง วิหารครั้งละหลาย ๆ หลัง ต่อมาได้มีผู้เลื่อมใสศรัทธาที่จะสร้างอาวาส ซึ่งเป็นที่ไม่ห่างไกลจากหมู่บ้าน มากเกินไป ไปมาสะดวกเมื่อมีธุระจำเป็น เป็นที่สงบ ง่ายต่อการถวายอาหารบิณฑบาตหรือที่สัปปายะ หรือที่สบายสำหรับพระภิกษุสงฆ์เมื่อได้สถานที่ของพระกุมารชื่อ เจ้าเชต ในเขตกรุงสาวัตถีแล้ว อนาถ บิณฑิกเศรษฐีแห่งกรุงสาวัตถีจึงได้กราบทูลขออนุญาตสร้างอาวาสจากพระพุทธเจ้า และพระพุทธองค์ ทรงอนุญาตให้สร้างได้ ซึ่งเป็นการสร้างเสนาสนะที่รวมกันอยู่ในสถานที่แห่งเดียวกัน ที่ประกอบไปด้วย “บริเวณชุ่มประตุ วิหาร หอฉัน เรือนไฟ ศาลาเรือนไฟ กัปปิยะกุฏิ วัจจะกุฏิ ที่จงกรม บ่อน้ำ

^{๒๙} วิ.จ. (ไทย) ๙/๑๙๘-๑๙๙/๑๐๕-๑๐๖.

^{๓๐} วิ.จ. (ไทย) ๙/๒๐๒/๑๐๘.

^{๓๑} พระราชธรรมนิเทศ (ระแบบ ฐิตญาโณ), พระวินัยปิฎกย่อ เล่ม ๑, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาราชวิทยาลัย, ๒๕๓๖), หน้า ๔๐.

ศาลาบ่อน้ำ โบกขรณ์ สร้างเสร็จก็ถวายแก่สงฆ์ที่มาทั้ง ๔ ทิศตามพุทธฎีกา พระพุทธเจ้าทรงอนุโมทนาเถาถาตั้งที่ได้กล่าวมาแล้วในอนุโมทนาเถาถาถาถาถาถา^{๓๒}

ดังนั้น เสนาสนะที่เป็นประเภทของพระภิกษุสงฆ์นั้น เป็นเพียงที่พักพิงอาศัยไม่ใช่ที่อยู่อาศัยเพราะว่าพระสงฆ์ในพระพุทธศาสนาไม่ใช่เป็นผู้อยู่กับสถานที่พระพุทธเจ้าไม่ได้ทรงอนุญาตให้ถวายเสนาสนะจำเพาะส่วนตัวหรือพระภิกษุรูปใดรูปหนึ่ง แต่เป็นการถวายให้กับพระภิกษุสงฆ์ทั่วทุกรูปทุกองค์ที่มีความประสงค์ที่จะเข้ามาพักพิงอาศัยในทั้ง ๔ ทิศ จึงเป็นการแสดงให้เห็นถึงประเภทของเสนาสนะที่เป็นเพียงที่พักพิงชั่วคราวของพระภิกษุสงฆ์

๒. สถานที่ประกอบสังฆกรรม

เมื่อพระพุทธศาสนาเจริญมากขึ้นในครั้งพุทธกาล จึงมีกุลบุตรมาขอบรรพชาอุปสมบทจำนวนมาก พระพุทธเจ้าจึงมีพระประสงค์ให้หมู่สงฆ์มีความพร้อมเพรียงกันทำสังฆกรรมจึงมีพุทธาอนุญาตให้สงฆ์สมมติสีมาและนิมิตแห่งสีมาขึ้น ปรากฏในพระวินัยปิฎก สีมาอนุชาณา ว่า พระภิกษุมีความสงสัยว่า พระพุทธเจ้าบัญญัติให้มีความพร้อมเพรียงมีกำหนดเขตเพียงอวาสเดียว แล้วอวาสหนึ่งมีการกำหนดเขตเท่าไร จึงนำเรื่องนี้ไปกราบทูล พระพุทธองค์จึงรับสั่งอนุญาตให้สมมติสีมา ในสถานที่ต่างๆ ต่อไปนี้ ภูเขา แผ่นหิน ป่า ต้นไม้ หนทาง จอมปลวก แม่น้ำ น้ำ^{๓๓} ต่อมา ภิกษุฉัพพัคคีย์พากันสมมติสีมาใหญ่เกินไป ๔ โยชน์ ๕ โยชน์ ๖ โยชน์ พวกภิกษุจึงนำเรื่องนี้ไปกราบทูลพระพุทธเจ้า พระพุทธองค์จึงรับสั่งอนุญาตให้สมมติสีมาประมาณ ๓ โยชน์เป็นอย่างมาก^{๓๔}

ส่วนการเกิดขึ้นของโรงอุโบสถนั้น เมื่อภิกษุทำการสวดปาติโมกข์ขึ้นแสดงตามบริเวณวิหารโดยไม่กำหนดที่ ทำให้พระอาคันตุกะไม่รู้ว่าจะทำอุโบสถที่ใด พระพุทธองค์จึงทรงอนุญาตให้สมมติวิหาร มีลักษณะเป็นเรือนมุงแถบเดียว ปราสาท เรือนโล้น หรือถ้ำ ที่สงฆ์ต้องการให้เป็นโรงอุโบสถแล้วจึงทำอุโบสถ^{๓๕} ทำให้ต่อมาจึงเกิดมีสถานที่ประกอบสังฆกรรมขึ้นในเขตอวาส

๓. พระเจดีย์หรือพระสถูป

การเกิดสถาปัตยกรรมทางพระพุทธศาสนาในอินเดีย ในสมัยพุทธกาล ผู้ที่นับถือพระพุทธศาสนาจะนับถือพระรัตนตรัย คือ พระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์เท่านั้นเป็นสรณะ ยังมิได้มีการสร้างสิ่งเคารพอย่างอื่น จนเมื่อพระพุทธเจ้าได้เสด็จสู่ปรินิพพานแล้ว มีการถวายพระเพลิงพระพุทธสรีระที่เมืองกุสินารา บรรดาเจ้าเมืองที่เลื่อมใสในพระพุทธศาสนา ๘ เมือง ต่างก็ไปร่วมถวายพระเพลิงและขอรับพระบรมธาตุเพื่ออัญเชิญไปประดิษฐานสำหรับสักการบูชาในเมืองของตน เมื่อบรรดาเจ้าเมืองทั้งแปดได้รับพระบรมธาตุแล้วก็ได้สร้างพระสถูปเพื่อประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุไว้เป็นที่

^{๓๒} วิ.จ. (ไทย) ๙/๒๐๐/๑๐๗.

^{๓๓} วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓๘/๒๑๕.

^{๓๔} วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๔๐/๒๑๖.

^{๓๕} วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๔๑/๒๑๗.

สักการะต่อมา ด้วยเหตุดังกล่าวจึงเกิดมีพระสถูปทางพระพุทธศาสนาเป็นครั้งแรกในอินเดีย แต่คนไทยปัจจุบันเรียกว่า เจดีย์ ทั้งๆ ที่ความมุ่งหมายเดิมของการสร้างสถานที่ทั้งสองนี้แตกต่างกัน คือ สถูป หมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อบรรจุอัฐิธาตุของผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว เพื่อให้ลูกหลานและผู้เคารพ นับถือไว้สักการบูชา ซึ่งก่อนพุทธกาลมีบุคคลที่ควรบรรจุอัฐิธาตุไว้ในสถูปเพื่อเป็นที่สักการะของ มหาชน ๔ พวก เรียกว่า ภูปารหบุคคล ได้แก่ พระสัมมาสัมพุทธเจ้า พระปัจเจกพุทธเจ้า พระอรหันตสาวก และพระเจ้าจักรพรรดิ ส่วนเจดีย์นั้นมาจากคำว่า ใจติยะ หรือ เจติยะ หมายถึง สิ่งของหรือ สถานที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นเคารพบูชาระลึกถึง ถ้าอยู่ภายในศาสนสถานแต่เดิมมักเป็นห้องที่ตั้งรูปเคารพ มิได้บรรจุอัฐิแต่อย่างใด แต่คนไทยเราเรียกรวมสถานที่ทั้งสองว่า เจดีย์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสมัยหลังมีการสร้างสถานที่เพื่อเป็นที่เคารพบูชาระลึกถึงและได้บรรจุอัฐิธาตุไว้ด้วย^{๓๖}

ดังที่ในพระพุทธศาสนา เรียกว่า “เจดีย์ ๔” ซึ่งมีความหมายว่า สิ่งที่สูงขึ้น ที่เคารพบูชา สิ่งทีเื่อนใจให้ระลึกถึง ในที่นี้หมายถึง สถานที่หรือสิ่งทีเื่อเคารพบูชาเนื่องด้วยพระพุทธเจ้าหรือพระพุทธศาสนา เรียกเต็มว่า สัมมาสัมพุทธเจดีย์ หรือพุทธเจดีย์^{๓๗} มี ๔ ประเภท คือ

๑. ธาตุเจดีย์ คือ เจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ได้แก่ พระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้า ที่ได้แจกจ่ายไปยังเมืองต่างๆ ที่นับถือพุทธศาสนา และได้ก่อสร้างเป็นพระสถูปสำหรับบรรจุพระบรมสารีริกธาตุนั้น

๒. บริโภคเจดีย์ คือ เจดีย์คือสิ่งหรือสถานที่ที่พระพุทธเจ้าเคยทรงใช้สอย อย่างแคบหมายถึง ต้นโพธิ์ที่ตรัสรู้ อย่างกว้างหมายถึง สังฆเวณียสถาน ๔ ตลอดถึงสิ่งทั้งปวงที่พระพุทธเจ้าเคยทรงบริโภค เช่น บาตร จีวร และบริวารอื่นๆ เป็นต้น ก่อให้เกิดสถานที่สำคัญทั้ง ๔ แห่ง ที่พระพุทธเจ้าได้ทรงมีพุทธานุญาตให้เหล่าพุทธบริษัททั้งหลายได้ไปสักการะ และปลงธรรมสังฆเวณีย้อมรำลึกถึงพระองค์ ซึ่งมักจะเรียกสถานที่สำคัญเหล่านี้ว่า “สังฆเวณียสถาน” คือ สถานที่ประสูติ ณ ปาลุมพินี แขวงเมืองกบิลพัสดุ์ สถานที่ตรัสรู้ ณ ฅวงไม้พระศรีมหาโพธิ์ ตำบลพุทธคยา สถานที่แสดงปฐมเทศนา ณ ป่าอิสิปตนมฤคทายวัน แขวงเมืองพาราณสี สถานที่เสด็จดับขันธปรินิพพาน ณ ป่าสาละวนโยทยาน แขวงเมืองกุสินารา แต่ดั้งเดิม สังฆเวณียสถานที่ถือว่าเป็น “บริโภคเจดีย์” มีอยู่เพียง ๔ แห่งตามที่มีพุทธานุญาตเท่านั้น แต่ต่อมาในสมัยหลัง สถานที่อื่นๆ อันเกี่ยวเนื่องในพุทธประวัติ เช่น สถานที่แสดงยมกปาฏิหาริย์ ณ เมืองสาวัตถี เป็นต้น ก็ได้รับการนับถือว่าเป็น “บริโภคเจดีย์” เช่นเดียวกัน

^{๓๖} กรมศิลปากร, วัฒนการพุทธสถานไทย, หน้า ๒๕ – ๒๖.

^{๓๗} พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, พิมพ์ครั้งที่ ๑๑, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท สหธรรมิก จำกัด, ๒๕๔๕), หน้า ๑๑๕.

๓. ธรรมเจดีย์ คือ เจดีย์บรรจุพระธรรม เช่น บรรจุใบลานจารึกพุทธพจน์แสดงหลักปฏิจจนสมุปปาท เป็นต้น ได้แก่ พระธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า ซึ่งพระองค์มีพุทธานุญาตให้ยึดถือพระธรรมเป็นสิ่งแทนพระองค์สืบไป ยามที่ได้เสด็จดับขันธปรินิพพานไปแล้ว ในชั้นต้นพระธรรมคำสั่งสอนเหล่านี้ ถูกจดจำกันมาในลักษณะวรรณกรรมมุขปาฐะ

ต่อมาเมื่อมีการเรียบเรียงพระธรรมคำสั่งสอนเหล่านี้ บันทึกลงเป็นลายลักษณ์อักษรในรูปของคัมภีร์ “พระไตรปิฎก” และพระสูตรต่างๆ บรรดาพุทธบริษัทก็ได้นับถือคัมภีร์เหล่านี้ในฐานะของ “ธรรมเจดีย์” ด้วย

๔. อุเทสิกเจดีย์ คือ เจดีย์สร้างอุทิศพระพุทธเจ้า ได้แก่ พระพุทธรูป รวมไปถึงสิ่งของที่สร้างอุทิศถวายแด่พระพุทธเจ้า โดยไม่จำเพาะเจาะจงว่าต้องมีลักษณะเช่นใด ถ้าหากสิ่งนั้นไม่ได้ถือว่าเป็นธาตุเจดีย์ บริโภคเจดีย์ หรือ ธรรมเจดีย์แล้ว ก็ให้ถือว่าเป็น “อุเทสิกเจดีย์” ทั้งสิ้น ในยุคแรกๆที่ยังไม่มีการสร้างพระพุทธรูป สันนิษฐานว่าน่าจะมีการสร้างเป็นพุทธบัลลังก์ (อาสน์เปล่า) เพื่อเป็นที่สักการบูชาในฐานะ “อุเทสิกเจดีย์” เรียกว่า อาสนะบูชา^{๓๘}

เจดีย์เหล่านี้ ในที่มาแต่ละแห่ง ท่านแสดงไว้ ๓ ประเภท นับรวมที่ไม่ซ้ำซ้ำด้วยกัน จึงเป็น ๔ ต่อมา เมื่อมีการประดิษฐ์พระพุทธรูปที่มีลักษณะเป็นประติมากรรมรูปบุคคลแล้ว จึงมีการนิยมนับถือพระพุทธรูปในฐานะ “อุเทสิกเจดีย์” เรื่อยมาจนกระทั่งทุกวันนี้

จะเห็นได้ว่า คติความเชื่อการสร้างพระเจดีย์หรือพระสถูปนั้นมีมาก่อนสมัยพุทธกาล เป็นประเพณีความเชื่อของชาวอินเดียโบราณ ลักษณะของพระสถูปของอินเดียสมัยโบราณนั้นเดิมเป็นการพูนดินขึ้นเป็นโคกตรงที่มีอิฐธาตุแล้วลงเขื่อนรอบกันดินพัง มีการปกรัณฑ์หรือฉัตรไว้บนโคกเพื่อเป็นเกียรติยศด้วย ต่อมา มีการแปลงรูปพระสถูปให้งดงามยิ่งขึ้น เช่น มีการก่อสร้างฐานชั้นทักษิณ (เมธิ) และมีหรรมิกาเหนือองค์พระสถูป ตกแต่งยอดพระสถูปเป็นรูปฉัตร ลักษณะพระสถูปแบบนี้ได้ส่งอิทธิพลมายังอาณาจักรโบราณของประเทศไทย^{๓๙} ต่อมาจึงได้พัฒนาขึ้นเป็นพระเจดีย์หรือสถูปที่มีรูปทรงสวยงามประณีตอย่างในปัจจุบัน

^{๓๘} ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยา, *ตำนานพระพุทธเจดีย์*, (พระนคร: ศิลปาบรรณาการ, ๒๕๑๓), หน้า ๑๐.

^{๓๙} กรมศิลปากร, *วิวัฒนาการพุทธสถานไทย*, อ่างแล้ว, หน้า ๒๖.

๒.๒.๒ กำเนิดวัดในพระพุทธศาสนา

จากผลของการเดินทางเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระพุทธเจ้าและพุทธสาวก ทำให้เกิดผู้มีความเลื่อมใสศรัทธามากมาย และได้เข้ามาขอบวชในพระพุทธศาสนาเป็นพระภิกษุจำนวนมากขึ้น จึงได้มีผู้ประสงค์จะถวายที่พักอาศัยหลายแห่ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสวนหรืออุทยาน โดยเริ่มตั้งแต่ตามที่ปรากฏนาม คือ

๑. เวฬุณาราม ซึ่งพระเจ้าพิมพิสารแห่งเมืองราชคฤห์ ถวายพระอุทยานเวฬุวันเป็นพระอาราม นับเป็นวัดแห่งแรกของพระพุทธศาสนา ปรากฏในพระวินัยปิฎก มหาวรรค มีความว่า เมื่อพระพุทธเจ้าได้เสด็จไปยังพระราชนิเวศน์ของพระเจ้าพิมพิสาร พระเจ้าพิมพิสาร ทรงนำภัตตาหารมาถวายแล้ว จึงมีพระราชดำริว่า “อุทยานเวฬุวัน ของเรานี้ไม่ไกลและไม่ใกล้จากหมู่บ้านนัก คมนาคมสะดวก ผู้ประสงค์พึงเข้าเฝ้าได้กลางวันไม่พลุกพล่าน กลางคืนสงบ เสียงไม่อีกทีก เว้นจากคนสัญจรไปมา เป็นที่กระทำการกลับของหมู่มนุษย์ ควรแก่การหลีกเร้น อย่างกระนั้นเลย เราพึงถวายอุทยานเวฬุวันแด่ภิกษุสงฆ์มีพระพุทธเจ้าเป็นประมุข ” แล้วทรงจับพระเต้าทองหลังน่าน้อมถวายแด่พระพุทธเจ้า เมื่อทรงเสด็จกลับจึงรับสั่งกับภิกษุทั้งหลายว่า “ภิกษุทั้งหลาย เราอนุญาตอาราม”^{๔๐}

๒. นิโครธาราม ซึ่งเจ้านิโครธแห่งศากยวงศ์ แห่งกรุงกบิลพัสดุ์สร้างถวาย

๓. เขตวนาราม ซึ่งอนาถบิณฑิกเศรษฐี แห่งเมืองสาวัตถีสร้างถวาย ภายในพระอารามมีอาคารต่างๆ เช่น พระคันธกุฎีอยู่ตรงกลาง มีกุฎีทั้งกุฎีเดี่ยว กุฎีคู่ เรียกรวมกันว่า เสนาสนะ นอกจากนี้ยังมีห้องเก็บกับปียุกกุ ที่อาบน้ำและสระน้ำ พระอารามในครั้งนั้นโดยทั่วไปเรียกว่า วิหาร นอกจากนี้ยังมีชีวารามที่เมืองราชคฤห์ อัมพาปาสีวนารามที่เมืองเวสาลี อารามเหล่านี้ตามที่กล่าวแล้วว่าเป็นสวนมาก่อน และไม่มีโครงสร้างที่เป็นวัดอย่างความหมายในปัจจุบัน^{๔๑}

วัดในความหมายปัจจุบัน คือ ศาสนสถานหรือสถานที่ประกอบกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งหมายถึงบริเวณที่ประกอบด้วย อาคารสิ่งก่อสร้าง ถาวรวัตถุต่างๆ เพื่อสักการบูชาและบำเพ็ญศาสนกิจ รวมถึงสิ่งก่อสร้างเป็นที่อยู่อาศัยของพระสงฆ์ ในสมัยโบราณเมื่อแรกมีศาสนา การประกอบพิธีกรรมหรือกิจกรรมทางศาสนาอาจไม่จำเป็นต้องมีอาคารที่ถาวร เป็นแต่ที่กำหนดขอบเขตหรือใช้สถานที่ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรืออาคารที่มีอยู่แล้วตามความจำเป็นและความเหมาะสมต่อสถานการณ์ ครั้นเมื่อศาสนานั้นๆ ได้รับการยอมรับนับถือกันแพร่หลาย มีพระสงฆ์หรือนักบวชในศาสนามากขึ้น มีผู้ศรัทธามากขึ้น ศาสนสถานก็กลายเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องก่อสร้างขึ้นอย่างถาวร ประณีตตามประเพณีที่ถือปฏิบัติกันในแต่ละศาสนาและตามกำลัง ตลอดจนอำนาจและบารมีของ

^{๔๐} วิ.ม. (ไทย) ๔/๕๔/๗๑-๗๒.

^{๔๑} กรมศิลปากร, วิวัฒนาการพุทธสถานไทย, อ่างแล้ว, หน้า ๑- ๒.

ผู้สร้าง หากผู้สร้างมีอำนาจมีبارมีสูงในระดับผู้ปกครองแผ่นดินหรือพระมหากษัตริย์ ศาสนสถานนั้นย่อมจะมีการก่อสร้างใหญ่โต ประณีต และตกแต่งอย่างวิจิตรด้วยวัสดุและฝีมือช่างชั้นสูง^{๔๒}

คำว่า วัด เป็นคำเรียกชื่อศาสนสถานแบบคำไทย ที่มาของคำว่า วัด นี้ยังไม่มีข้อยุติ บางท่านอธิบายไว้ว่า มาจากคำว่า วตฺตา ในภาษาบาลีแปลว่า เป็นที่สนทนารธรรม บ้างก็ว่ามาจาก วัตร อันหมายถึง กิจปฏิบัติหรือหน้าที่ของพระภิกษุที่พึงกระทำ หรือแปลว่าอีกอย่างหนึ่งว่า การจำศีล ซึ่งวัด (วัตร) ตามนัยนี้จึงน่าจะหมายถึงสถานที่ซึ่งพระภิกษุสงฆ์ใช้เป็นที่พักจำศีลภาวนา หรือสถานที่ที่พระภิกษุสงฆ์ใช้ปฏิบัติภารกิจที่พึงกระทำนั่นเอง แต่ก็มีบางคนสันนิษฐานว่ามาจากคำว่า วัดวา อันหมายถึง การกำหนดขอบเขตของดินแดนที่สร้างศาสนสถาน วัดในนัยอย่างหลังนี้จึงหมายถึง พื้นที่^{๔๓}

สรุปว่า วัด ในความหมายที่เป็นที่รู้จักกันทั่วไป จึงประกอบด้วย อาคารสถาปัตยกรรมต่างๆ ตั้งอยู่ซึ่งมีชื่อเรียกที่สื่อถึงหน้าที่และความสำคัญ เช่น โบสถ์ วิหาร เจดีย์ หอไตร ศาลาการเปรียญ และกุฏิ เป็นต้น ซึ่งมีประโยชน์ใช้สอยต่างกันและมีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมของแต่ละท้องถิ่นเป็นสำคัญ จะเห็นได้ว่า การกำเนิดสถาปัตยกรรมทางพระพุทธศาสนา เกิดขึ้นจากเหตุปัจจัยหลายประการ คือ อย่างแรกเป็นการสร้างเสนาสนะให้พระสงฆ์ได้พำนักอาศัยในช่วงฤดูฝน คือ ในช่วงเข้าพรรษา และจากการที่มีผู้ศรัทธาเคารพเลื่อมใสมากขึ้น จึงมีกษัตริย์หรือเศรษฐีได้ถวายอาราม หรือสวน สร้างเป็นที่พำนักอาศัยของพระสงฆ์ เช่น เขตวนาราม บุพพาราม เป็นต้น เพื่อถวายเป็นที่ประทับของพระพุทธเจ้าและที่อยู่อาศัยชั่วคราวของพุทธสาวกในช่วงฤดูฝน ไม่ได้เป็นที่อยู่อาศัยถาวรเหมือนในปัจจุบัน วัดที่เป็นสถานที่ให้พระสงฆ์อยู่ประจำนั้นเกิดขึ้นในภายหลัง ส่วนสถานที่ประกอบสังฆกรรมนั้น เป็นสถานที่ที่สงฆ์สมมติสืบมาตามพื้นที่ทั่วไป ต่อมาจึงทรงอนุญาตให้มีโรงอุโบสถขึ้น ส่วนการสร้างเจดีย์หรือสถูป เป็นผลมาจากความเชื่อก่อนสมัยพุทธกาล เป็นสถานที่ไว้สักการบูชา ต่อมาเมื่อมีพระสงฆ์เข้าไปสร้างเสนาสนะพำนักอาศัยอยู่ถาวร จึงได้พัฒนาขึ้นเป็นวัดอย่างที่เห็นในปัจจุบัน ดังนั้น วัดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จึงเป็นแหล่งที่รวมเอาสถานที่ทางพระพุทธศาสนา ๓ รูปแบบเข้าไว้ด้วยกัน คือ เสนาสนะ สถานที่ประกอบสังฆกรรม และพระเจดีย์ กล่าวได้ว่า จากเสนาสนะในยุคเริ่มแรก ที่พระพุทธเจ้าทรงอนุญาตให้พระภิกษุพักได้นั้น เป็นอาคารที่อยู่อาศัย คือ เป็นอาคารที่เป็นห้องเรียบ ไม่มีห้องแยกเฉพาะ อย่างไรก็ตาม อาคารเหล่านี้ ต่อมามีการพัฒนายิ่งขึ้น โดยเฉพาะวิหารที่มีการสร้างกบปียกสูง ห้องครัว ห้องอาหาร ห้องประชุม สระน้ำ ที่อาบน้ำ และมีการตกแต่งให้สวยงามขึ้นโดยการฉาบปูนหรือเขียนลวดลายต่างๆ เป็นต้น ซึ่งหลังจากที่พระพุทธเจ้า

^{๔๒} กรมศิลปากร, วัดหลวงสมัยรัตนโกสินทร์, (กรุงเทพมหานคร : เอ.พี. กราฟิคดีไซน์และการพิมพ์, ๒๕๔๐), หน้า ๕.

^{๔๓} รสิกา อังกูร และคณะ, “รูปแบบการจัดการศึกษาและการเผยแพร่ศาสนาธรรมของวัดในพระพุทธศาสนา กรณีศึกษาแหล่งการเรียนรู้ของวัดเขตพนวมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร”, รายงานวิจัย, (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (สกศ.) , ๒๕๔๖), หน้า ๒๓.

ปรีณิพพานแล้ว ก็มีผู้ศรัทธาถวายอารามและวิหารมากขึ้น พระสงฆ์บางกลุ่มจึงได้จำพรรษาเป็นการถาวร โดยมีได้เดินทางจาริกไปเผยแผ่พระศาสนาเหมือนแต่ก่อน แต่เป็นการเผยแผ่พระศาสนาในอาคารสถานที่นั้นนั่นเอง ด้วยเหตุนี้ จึงมีการสร้างอาคารสถานที่ที่เป็นศาสนสถานถาวรขึ้น โดยมีทั้งกุฏิที่จำพรรษาของพระสงฆ์ และอาคารประกอบศาสนกิจ โดยทั้งหมดตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ต่อมาภายหลังเป็นที่รวมเรียกว่า วัด

๒.๒.๓ วัดในประเทศไทย

สำหรับการเกิดขึ้นของวัดในประเทศไทย ก็คงมีมูลเหตุเดียวกับการเกิดวัดขึ้นมาในสมัยพุทธกาล คือ เมื่อพุทธศาสนาจากอินเดียได้แพร่หลายเข้ามาสู่ประเทศไทยครั้งแรกโดยชาวอินเดียเป็นผู้นำพระพุทธศาสนาเข้าไปทำการสั่งสอนให้ชาวไทยโดยทั่วไปจนเกิดความศรัทธาเลื่อมใสและประพฤติปฏิบัติตามคำสั่งสอนในศาสนา เมื่อจำนวนศาสนิกชนมากพอสมควรแล้วก็ได้ไปขอพระบรมธาตุและคณะสงฆ์มาจากอินเดียแล้วสร้างพุทธเจดีย์ที่บรรจุพระบรมธาตุและผู้ศรัทธาที่ประสงค์จะบวชก็ขอบรรพชาอุปสมบทต่อพระสงฆ์ที่มาจากอินเดีย จึงเกิดมีการสร้างวัดและสังฆมณฑลขึ้นเพื่อใช้ในการประกอบศาสนกิจตามมาภายหลังและวัดในเมืองไทยได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นในชุมชนที่ขาดเสียมิได้ ทุกชุมชนต้องมีวัดประจำเป็นของตนเอง เพราะถ้าไม่มีวัดประจำชุมชน เมื่อต้องการจะทำบุญ หรือฟังธรรม ก็ต้องไปที่วัดของชุมชนอื่น ซึ่งเป็นการไม่สะดวก เนื่องจากชุมชนไปฟังพาวัด ไม่เพียงแต่ในทางด้านกิจกรรมศาสนาเท่านั้น แต่รวมไปถึงกิจกรรมทางดานสังคมด้วย ฉะนั้นชุมชนทุกแห่งจึงต้องมีวัด แม้จะเป็นวัดเล็กๆ มีแต่โบสถ์หรือวิหารแต่อย่างใดไม่ได้สร้างอย่างใหญ่โตหรูหรา เพราะเป็นการช่วยกันสร้าง คือ สร้างไปตามฐานะและกำลังศรัทธาของคนในชุมชนนั้น ไม่ได้คำนึงถึงรูปแบบที่หรูหราหรือสวยงามเท่าใดนัก แต่ถ้ามีกำลังเพียงพอที่จะสร้างให้ใหญ่โตหรูหราได้ ก็สร้างไปตามความสามารถที่มีอยู่ แต่วัดหลายแห่งที่ได้รับการอุปถัมภ์จากสถาบันกษัตริย์หรือกลุ่มผู้มีฐานะ ก็ได้มีการก่อสร้างเสนาสนะใหญ่โตและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม ทำให้วัดเป็นแหล่งเรียนรู้ที่แสดงถึงภูมิปัญญาของชุมชนและประเทศชาติ วัดจึงมีสถานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในปัจจุบัน

ประเภทของวัดตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ในประเทศไทย พุทธศักราช ๒๕๓๕ กำหนดไว้ว่า วัดมี ๒ ชนิด^{๔๔} คือ

๑. วัดที่ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา วิสุงคามสีมา หมายถึง เขตพื้นที่ที่พระสงฆ์ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตเพื่อใช้จัดตั้งวัดขึ้น แต่ในทางปฏิบัตินั้นเป็นการขอพระบรมรา

^{๔๔} สมคิด จิระทัศนกุล, วัด : พุทธสถานสถาปัตยกรรมไทย, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓), หน้า ๙- ๑๔.

ขานุญาตเฉพาะบริเวณที่ตั้งพระอุโบสถเท่านั้น วัดที่ได้พระราชทานวิสุงคามสีมา ถือว่าเป็นวัดที่ถูกต้อง และมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย วัดประเภทนี้ยังแยกออกเป็น ๒ ประเภท คือ

๑.๑ วัดหลวงหรือพระอารามหลวง หมายถึง วัดที่พระมหากษัตริย์หรือพระบรมวงศานุวงศ์ทรงสร้างหรือวัดที่รัฐบาลหรือราษฎรทั่วไปสร้างขึ้น แล้วทรงรับไว้ในพระบรมราชูปถัมภ์ แต่เดิมนั้นยังไม่มี การจัดแบ่งพระอารามหลวงอย่างเป็นทางการ เพียงแต่มีการจัดแบ่งพระอารามหลวงออกเป็นหลายชั้นตามความรู้สึกหรืออาศัยการคาดเดาตามสถานการณ์ เช่น ดูจากการพระราชทานเทียนพรรษาขึ้นหรือไม้เล่มเดียวหรือมากกว่านั้น หรือดูจากการบรรดาศักดิ์ที่พระราชทานแก่เจ้าพนักงานผู้คุมเลขาพระ เป็นต้น หลังจากนั้น กระทรวงธรรมการร่วมกับกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ ได้จัดระเบียบพระอารามหลวงเพื่อประมาณค่าบำรุงวัดหลักจากเล็กเลขวัด แต่ไม่ได้นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดระเบียบพระอารามหลวง ดังนั้น ในปี พ.ศ. ๒๔๕๘ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้มีการจัดระเบียบพระอารามหลวงขึ้นอย่างเป็นระบบตั้งแต่นั้นมา^{๔๕} โดยในครั้งนั้น วัดที่จัดว่าเป็นพระอารามหลวงนั้น คือ วัดอันสมเด็จพระเจ้าแผ่นดิน สมเด็จพระราชินี สมเด็จพระยุพราช ทรงสร้าง ทรงปฏิสังขรณ์เป็นส่วนพระองค์หรือทรงในนามท่านผู้อื่น และอารามอันพระบรมวงศ์และข้าทูลละอองธุลีพระบาทผู้ใหญ่สร้างปฏิสังขรณ์ทรงรับไว้ในความบำรุงของแผ่นดิน ภายหลังจึงหมายรวมถึงวัดราษฎร์ที่ที่ประชาชนสร้างหรือปฏิสังขรณ์ แล้วทรงพิจารณาเห็นสมควรยกย่องเป็นพิเศษทรงรับไว้เป็นพระอารามหลวง^{๔๖}

๑.๒ วัดราษฎร์ หมายถึง วัดที่ราษฎรทั้งหลายสร้างขึ้นตามศรัทธา

๒. สำนักสงฆ์ คือ สถานที่ตั้งพำนักอาศัยของหมู่พระภิกษุสงฆ์ ซึ่งไม่ได้ขอพระบรมราชานุญาตใช้ผืนที่ดินแห่งนั้นเพื่อจัดตั้งเป็นวัดขึ้น ดังนั้น สำนักสงฆ์จึงไม่มีโรงพระอุโบสถ เพื่อใช้เป็นที่พักสังฆกรรม

การแบ่งระดับของวัดหรือพระอารามหลวง แบ่งออกเป็น ๓ ชั้น คือ

ก. พระอารามหลวงชั้นเอก หมายถึง วัดที่มีเจดีย์สถานสำคัญ เป็นวัดที่บรรจุพระบรมอัฐิหรือวัดที่มีเกียรติอย่างสูง มีเจ้าอาวาสเป็นพระราชาคณะชั้นผู้ใหญ่ขึ้นไป

ข. พระอารามหลวงชั้นโท หมายถึง วัดที่มีเกียรติ มีเจ้าอาวาสเป็นพระราชาคณะชั้นสามัญขึ้นไป

^{๔๕} ราชกิจจานุเบกษา, ประกาศกระทรวงธรรมการ แผนกกรมสังฆการี เรื่อง จัดระเบียบพระอารามหลวง, เล่ม ๓๒, ตอน ก, ๓ ตุลาคม พ.ศ. ๒๔๕๘, หน้า ๒๘๔.

^{๔๖} ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการยกวัดราษฎร์ขึ้นเป็นพระอารามหลวง พ.ศ. ๒๕๑๘

ค. พระอารามหลวงชั้นตรี หมายถึง วัดที่มีเกียรติหรือวัดสามัญ เจ้าอาวาสเป็นพระครู
ชั้นสูงขึ้นไป

พระอารามหลวงยังแบ่งฐานันดรศักดิ์ออกเป็น ๔ ชนิด คือ

๑) ชนิดราชวรมหาวิหาร หมายถึง พระอารามที่พระมหากษัตริย์ สมเด็จพระราชินี สมเด็จพระ
ยุพราช ทรงสร้างหรือปฏิสังขรณ์เป็นการส่วนพระองค์ โดยสิ่งที่ปลูกสร้างนั้นมีขนาดใหญ่โตสม
พระเกียรติ

๒) ชนิดราชวรวิหาร หมายถึง พระอารามที่พระมหากษัตริย์ สมเด็จพระราชินี สมเด็จพระ
ยุพราช ทรงสร้างหรือปฏิสังขรณ์เป็นการส่วนพระองค์

๓) ชนิดมหาวรวิหาร มีลักษณะเดียวกับชนิดราชวรวิหาร แต่มีความสำคัญน้อยกว่า

๔) ชนิดวรวิหาร หมายถึง พระอารามที่พระมหากษัตริย์ สมเด็จพระราชินี สมเด็จพระ
ยุพราช ทรงสร้างหรือปฏิสังขรณ์แล้วพระราชทานเป็นเกียรติแก่ผู้อื่น

อย่างไรก็ตาม พระอารามหลวงแต่ละชั้น ก็ได้หมายความว่าจะมีชนิดของพระอาราม
หลวงครบทั้ง ๔ ประเภท ขึ้นอยู่กับความสำคัญของสถานที่ ขนาดและผู้สร้าง ในปัจจุบันมีการจัดแบ่ง
ชนิดของพระอารามตามระดับชั้น ดังนี้

ก. พระอารามหลวงชั้นเอก แบ่งเป็น ๓ ระดับ คือ

๑) ชั้นเอกพิเศษ ชนิดราชวรมหาวิหาร

๒) ชนิดราชวรวิหาร

๓) ชนิดวรมหาวิหาร

ข. พระอารามหลวงชั้นโท แบ่งเป็น ๔ ระดับ คือ

๑) ชนิดราชวรมหาวิหาร

๒) ชนิดราชวรวิหาร

๓) ชนิดวรมหาวิหาร

๔) ชนิดวรวิหาร

ค. พระอารามหลวงชั้นตรี แบ่งเป็น ๓ ระดับ คือ

๑) ชนิดราชวรวิหาร

๒) ชนิดวรวิหาร

๓) ชนิดสามัญ (ไม่มีสร้อยนามต่อท้าย)

ประเภทของวัด แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือ

๑. วัดอรัญญวาสี ส่วนใหญ่นิยมตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นป่าเขาที่ไม่ไกลจากแหล่งน้ำ
ธรรมชาติ เป็นวัดที่มีองค์ประกอบในแง่สถาปัตยกรรมที่เป็นอาคารไม่มากนัก ทั้งไม่เน้นการกำหนด
แบบแผนทั้งในเชิงของรูปแบบและแผนผังรวมที่มีกฎเกณฑ์ตายตัว ทุกอย่างเป็นการปรับตัวให้

กลมกลืนกับธรรมชาติ อาคารหลังที่สำคัญที่สุดของวัด คือ กุฏิ และศาลาโถงอเนกประสงค์ (ใช้เป็นหอฉัน หอสวดมนต์หรือศาลาการเปรียญ) เพราะพระสงฆ์เหล่านี้จะอยู่จำวัดเฉพาะช่วงเช้าพรรษาเท่านั้น เมื่อพ้นฤดูฝนแล้วก็จะมุ่งธุดงค์เข้าป่าลึก ผีกหัดกรรมฐานจิต และจาริกไปเรื่อยๆ ก่อนกลับมาจำวัดอีกครั้งเมื่อถึงฤดูเข้าพรรษาใหม่

๒. วัดคามวาสี เป็นวัดที่สร้างขึ้นสำหรับเป็นที่พึ่งของชุมชนหรือเมืองโดยตรง ภารกิจหลักของพระภิกษุสงฆ์ฝ่ายนี้มุ่งไปในทางปฏิบัติด้านพิธีกรรมทางศาสนา และเน้นการศึกษาทางหนังสือเพื่อแสวงหาความรู้สำหรับการสั่งสอนฆราวาสมากกว่าฝึกปฏิบัติด้านวิปัสสนาธุระ พระสงฆ์ฝ่ายนี้จึงเกี่ยวข้องกับโลกภายนอกตลอดเวลา

วัดส่วนใหญ่ในสังคมไทยจะมีที่ดินประมาณ ๖ ไร่ขึ้นไป ประกอบด้วยบริเวณและเสนาสนะ บริเวณวัดอาจแบ่งเป็น ๓ หรือ ๔ ส่วน ถือเป็นเขตพุทธาวาส เขตสังฆาวาส จัดเป็นเขตจัดผลประโยชน์อีกส่วนหนึ่งด้วย เสนาสนะที่สำคัญในวัด คือ โบสถ์ สำหรับพระสงฆ์ทำสังฆกรรมตามพระพุทธรูปัญญัติ วิหารหรือศาลาการเปรียญสำหรับพระสงฆ์แสดงธรรมแก่ประชาชน และอาจใช้เป็นประกอบกิจกรรมส่วนร่วมของสังคม ส่วนกุฏิเป็นที่พำนักอาศัยของพระสงฆ์^{๔๗}

โดยทั่วไป วัดจะมีการแบ่งเขตวัดออกเป็น ๓ เขต คือ

๑. เขตพุทธาวาส ประกอบด้วย โบสถ์ วิหาร เจดีย์ พระปรางค์ พระธาตุ มณฑป เป็นต้น
๒. เขตสังฆาวาส ประกอบด้วย กุฏิ ศาลาการเปรียญ เสนาสนะสงฆ์ หอฉัน หอไตร และฌาปนสถาน เป็นต้น

๓. เขตที่กัลปนาและธรณีสงฆ์ ที่กัลปนา คือ ที่ที่พระมหากษัตริย์ทรงพระราชทานอุทิศผลประโยชน์อันเป็นของหลวงที่เกิดขึ้นจากที่ดิน เรือกสวน ไร่นา เป็นต้น ให้นำมาใช้บำรุงวัดใดวัดหนึ่ง แต่ไม่ได้ให้กรรมสิทธิ์ในที่ดิน ส่วน ที่ธรณีสงฆ์ คือ การโอนกรรมสิทธิ์ที่ดินถวายเป็นของสงฆ์สำหรับเป็นผลประโยชน์บำรุงวัด^{๔๘}

๒.๒.๔ แนวคิดในการพัฒนาวัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

บทบาทของวัดในฐานะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเกิดขึ้นครั้งแรกตั้งแต่สมัยพุทธกาล ปรากฏในพระวินัยปิฎก เล่มที่ ๑ มหาวีกังค์ เตรสกันท์ ว่าด้วยอาบัติสังฆาภิเสส ลิกขาบทที่ ๒ เรื่องเล่าว่า

^{๔๗} รสิกา อังกูร และคณะ, “รูปแบบการจัดการศึกษาและการเผยแผ่ศาสนาธรรมของวัดในพระพุทธศาสนา กรณีศึกษาแหล่งการเรียนรู้ของวัดเขตพุนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร”, อ้างแล้ว, หน้า ๒๔ – ๒๕.

^{๔๘} เนตรนภิส นาควัชระ และคณะ, “การศึกษาการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน และสภาวะแวดล้อมในบริเวณศาสนสถาน ในกรุงเทพมหานคร”, รายงานวิจัย, (กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๓), หน้า ๒๕.

พระพุทธเจ้าทรงประทับอยู่ที่เชตวันาราม กล่าวถึงวิหารของพระอุทายีว่ามีความงดงาม และสะอาด เรียบร้อย มักมีผู้คนเดินทางมาชมวิหารเป็นอันมาก พราหมณ์ผู้หนึ่งก็พาภริยามาเที่ยวชม พระอุทายี เป็นมัคคุเทศก์พาเที่ยวชม ให้พราหมณ์เดินนำหน้า ภริยาเดินตามหลัง พระอุทายีเลยถือโอกาสจับต้อง กายของภริยาพราหมณ์ นางจึงบอกแก่พราหมณ์ พราหมณ์โกรธไปกราบทูลพระพุทธเจ้า พระพุทธเจ้า จึงทรงบัญญัติสิกขาบทห้ามภิกษุจับต้องกายหญิง ปรับอาบัติสังฆาทิเสสแก่ผู้ล่วงละเมิด ^{๔๙} นับเป็น หลักฐานชิ้นหนึ่งที่แสดงร่องรอยว่าวัดเริ่มมีบทบาทในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชน

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้จัดทำคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทางด้านกายภาพประเภทวัด โดยกล่าวถึงแนวความคิดในการพัฒนาวัดในต่างประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ศรีลังกา ว่า ในการพัฒนาวัดซึ่งส่วนใหญ่จัดอยู่ในประเภทสถาปัตยกรรมหรือโบราณสถานที่ ขึ้นทะเบียนการอนุรักษ์โบราณสถานของรัฐ จำเป็นต้องมีการตระหนักว่านอกเหนือจากการพัฒนาให้ สามารถสนองประโยชน์ใช้สอยตามบทบาทหลักของวัด ประกอบด้วย กิจกรรมทางศาสนาและ ประเพณี กิจกรรมของชุมชนและกิจกรรมของการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว จำเป็นต้องคำนึงถึงการ อนุรักษ์สถาปัตยกรรม แหล่งที่ตั้งและสภาพแวดล้อมด้วย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงขอบเขต ของความสัมพันธ์ของวัดกับสภาพแวดล้อมในหลายขอบเขตตั้งแต่ลักษณะแวดล้อมธรรมชาติ (Natural Environment) เมือง หมู่บ้าน ลักษณะของทัศนวิสัยโดยส่วนรวมของเมือง (Skylines) ชุมชน ย่านเฉพาะซึ่งโบราณสถานตั้งอยู่ ภูมิทัศน์โดยทั่วไป จนกระทั่งถึงตัวสถาปัตยกรรม และในการ เสนอแนะการพัฒนาวัดทางด้านกายภาพจำเป็นต้องพิจารณาความสัมพันธ์ของวัดกับองค์ประกอบ ต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นด้วย

การพัฒนาทางด้านกายภาพของวัด ซึ่งพิจารณาจากผังบริเวณของวัดจะประกอบด้วยกลุ่ม การใช้พื้นที่ในวัดตามกิจกรรมต่างๆ นับตั้งแต่บริเวณพุทธาวาส สังฆาวาส บริเวณที่วัดใช้เป็น สาธารณประโยชน์และบริเวณที่วัดจัดหาผลประโยชน์และพื้นที่เปิดโล่งโดยรอบ ทางสัญจรประเภท ต่างๆ รวมทั้งภูมิสถาปัตยกรรมและส่วนประณีตสถาปัตยกรรมในวัด ซึ่งในการเสนอแนะการพัฒนา โดยทั่วไปนั้นอาจแยกเป็นการพัฒนาโดยสังเขป ๓ ระดับ คือ

๑. การพัฒนาผังกายภาพของวัดตามลักษณะของกลุ่มกิจกรรม
๒. พัฒนาสภาพแวดล้อมโดยรอบวัดซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาผังกายภาพของวัด

^{๔๙} อ้างแล้ว, เนตรนภิส นาควัชร และคณะ, “การศึกษาการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน และสภาวะแวดล้อมในบริเวณศาสนสถาน ในกรุงเทพมหานคร”, รายงานวิจัย.

๓. การเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ซึ่งอยู่ในขอบเขตของความสัมพันธ์ของวัดกับชุมชนและเมือง ซึ่งรวมความถึงทัศนวิสัยโดยรอบ (Skyline) ย่าน (District) ชุมชนใกล้เคียง (Neighborhood) เมืองและหมู่บ้าน (Town & Village) และถนน (Streetscape)^{๕๐}

ในรัชกาลที่ ๕ มีการออกพระราชบัญญัติเพื่อบริหารและการปกครองคณะสงฆ์ขึ้นครั้งแรกใน พ.ศ. ๒๔๔๕ (รศ. ๑๒๑) เพื่อเปิดโอกาสให้คณะสงฆ์เป็นศูนย์กลางจัดการศึกษาให้แก่สงฆ์และประชาชนที่ไม่มีโอกาสได้ศึกษาเล่าเรียนตามโรงเรียน จึงถือวัดเป็นหลักเพื่อศึกษาเล่าเรียนจึงมีการบวชเรียนเขียนอ่านเป็นจำนวนมาก โดยมุ่งเน้นการศึกษาเป็นสำคัญวัดจึงเป็นสถานที่เกื้อหนุนการศึกษา พระราชบัญญัติการปกครองคณะสงฆ์ พ.ศ. ๒๔๘๔ ความว่า มุ่งเน้นการปกครองคณะสงฆ์แบ่งออกเป็นฝ่ายๆ มีฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายบริหาร และฝ่ายตุลาการ โดยมี “สังฆสภา” เป็นฝ่ายนิติบัญญัติ “สังฆมนตรี” เป็นฝ่ายบริหาร และ “วินัยธร” เป็นฝ่ายตุลาการ พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. ๒๕๐๕ เน้นการรวมศูนย์อำนาจไปที่สมเด็จพระสังฆราชและมีมหาเถรสมาคมเป็นองค์กรเป็นผู้ควบคุมดูแลเพียงผู้เดียว และพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. ๒๕๐๕ ยังคงใช้มาจนถึงทุกวันนี้ พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๓๕ เป็นฉบับแก้ไขจากพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ ๒๕๐๕ สาระโดยบัญญัติให้วัดมีฐานะเป็นนิติบุคคล และให้เจ้าอาวาสเป็นผู้บริหารวัด การดูแลรักษาพระลูกวัด ศาสนสมบัติ ทรัพย์สินของวัด จึงได้มอบอำนาจให้เจ้าอาวาสมีอำนาจเต็มในการบริหารวัด และการบริการสังคม^{๕๑}

วัดถือเป็นนิติบุคคลประเภทหนึ่งตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญมากในทางพระพุทธศาสนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสังคมชาวพุทธของประเทศไทยเรานั้น ถือกันว่าเป็นจุดศูนย์กลางแห่งการรวมน้ำใจของบรรดาพุทธศาสนิกชน นอกจากนั้นแล้วยังเป็นส่วนเน้นการศึกษา สถานรักษาพยาบาล จุลรวมของการพัฒนาต่างๆ เป็นต้น

โดยที่วัดเป็นส่วนอันสำคัญยิ่งเช่นนั้น จำต้องได้รับการพิจารณาเพื่อให้เกิดการวิวัฒนาการให้ทันต่อความเจริญของบ้านเมือง ด้วยเหตุนี้กรมการศาสนาโดยความเห็นชอบจากรัฐบาลจึงได้เริ่มโครงการวัดพัฒนาตัวอย่างขึ้น โดยถือว่าเป็นโครงการถาวรจึงได้เริ่มโครงการดังกล่าวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๐๗ และสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยการพิจารณาคัดเลือกวัดที่เจ้าอาวาสมีความวิริยะอุตสาหะจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ปรับปรุงบริเวณวัดให้มีความสะอาดร่มรื่นและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นวัดพัฒนาตัวอย่างโดยได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการนี้ไว้โดยเฉพาะตามเป้าหมายที่ทางราชการกำหนดด้านการอุดหนุนด้านวิชาการนั้น กรมการศาสนาได้จัดให้มีการประชุม

^{๕๐} ชูวิทย์ สุจฉายา, คู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางด้านกายภาพประเภทวัดเล่มที่ ๒ วัดในภาคเหนือ, (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๐), หน้า ๕.

^{๕๑} พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๓๕, หน้า ๒๒.

เจ้าอาวาสวัดพัฒนาตัวอย่าง และเจ้าคณะพระสังฆาธิการปีละ ๑ ครั้ง โดยใช้สถานที่ประชุมใหญ่ในภูมิภาคต่างๆ สลับกันไป เพื่อถวายเป็นกุศลถวายพระสงฆ์และเป้าหมายในการพัฒนาวัด ให้ผู้บริหารวัดได้เข้าใจในนโยบายของทางราชการ และยังเปิดโอกาสให้เดินทางไปทัศนศึกษานอกสถานที่ในภาคอื่นๆ เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และส่งเสริมให้วัดทั้งหลายเร่งรัดในการพัฒนาเพื่อบทบาทในการช่วยเหลือสังคมให้มากยิ่งขึ้น

หลักเกณฑ์ที่กรมการศาสนาได้ใช้เป็นแนวทาง เพื่อประกอบการพิจารณาคัดเลือกวัดทั่วไปเป็นวัดพัฒนาตัวอย่างในปัจจุบัน พอสรุปได้ดังนี้

๑. เจ้าอาวาสของวัดนั้นได้รับการแต่งตั้งตามกฎหมายอาณัติตาม พ.ศ. ๒๕๐๖ และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๐๙ และ พ.ศ. ๒๕๒๑
๒. มีพระภิกษุอยู่ประจำไม่น้อยกว่า ๕ รูปขึ้นไป
๓. การปกครองพระภิกษุสามเณรและศิษย์วัดเป็นไปอย่างมีระเบียบเรียบร้อย
๔. มีกุฏิ วิหาร เสนาสนะ หรือตลอดจนสิ่งปลูกสร้างภายในวัดมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด สวยงาม มั่นคงแข็งแรง
๕. ได้ประกอบกิจกรรมอันเป็นแนวทางในการช่วยเหลือ ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และก่อให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่นนั้น^{๕๒}

บทบาทของวัดในปัจจุบันในระยะหลังเริ่มมีการพัฒนาประเทศให้เทียบทันอารยประเทศทางตะวันตก และโดยเฉพาะในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา นับตั้งแต่รัฐบาลได้เริ่มนำผลพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรกมาใช้ ประเทศชาติได้พัฒนาเป็นไปแบบอย่างตะวันตก คือ มีความก้าวหน้าทันสมัยทางเทคโนโลยีมากขึ้น ความสำคัญของวัดก็เริ่มลดน้อยลง บทบาทเด่นๆ หลายอย่าง ได้ถูกเปลี่ยนผู้แสดงจากวัดไปหน่วยงานของรัฐบาลและสถานเอกชน เช่น การศึกษาตกไปเป็นหน้าที่และบทบาทของทางโรงเรียน การรักษาพยาบาลผู้เจ็บป่วยหนักที่และบทบาทของสถานอนามัยและโรงพยาบาล การใกล้เคียงข้อพิพาทและตัดสินความเป็นหน้าที่และบทบาทของศาลสถิตยุติธรรม การรวบรวมเก็บรักษาผลงานทางศิลปกรรมแขนงต่างๆ ตกเป็นหน้าที่และบทบาทของพิพิธภัณฑ์สถานและสถานศึกษาในระดับสูง การที่รัฐได้รับเอาภาคกิจต่างๆ ที่วัดเคยทำมาก่อนไปจัดทำเสียเองเช่นนี้ แม้จะมีผลดีในด้านความเจริญก้าวหน้าในกิจกรรมนั้นๆ แต่ก็ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ได้พรากชาวบ้านไปจากวัด แม้ในปัจจุบันจะมีสถานบริการของรัฐบาลประเภท เช่น โรงเรียน สถานอนามัยตั้งอยู่ในบริเวณวัดก็ตาม แต่วัดหรือพระสงฆ์ก็หาได้มีบทบาทอื่นใดที่ยิ่งไปกว่าการอนุญาตให้สถานที่เช่นนั้นมาตั้งอยู่ในบริเวณวัด

^{๕๒} พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๓๕, หน้า ๑๑ - ๑๓.

ปรากฏการณ์อีกอย่างหนึ่ง ที่เป็นปัจจัยทำให้เกิดความเหินห่างระหว่างวัดกับบ้านคือ สภาพของวัดเอง เพราะเมื่อกาลเวลาได้ล่วงผ่านไปวัดต่างๆ ส่วนมากก็ได้เสื่อมโทรมตามอายุการใช้งานของวัสดุก่อสร้างและภัยจากธรรมชาติ มีวัดจำนวนไม่น้อยที่หมดคุณค่าอันควรแก่การเยี่ยมชม ศรัทธา และเต็มไปด้วยสิ่งสกปรกและความไม่มีระเบียบ สภาพดังกล่าวจึงทำให้ประชาชนเหินห่างจากวัดและคลายความเลื่อมใสในพระสงฆ์ วัดซึ่งเคยเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด ร่มรื่น เป็นที่ดึงดูดใจชาวบ้านให้เข้าไปพักผ่อน ก็กลายเป็นวัดที่ขาดระเบียบ ไม่สะอาดและขาดความร่มรื่น ซึ่งทำให้ความศรัทธาปสาทะของประชาชนที่มีต่อวัดลดน้อยลง ประชาชนก็เลยไม่อยากเข้าวัด เมื่อบทบาทของวัดตกอยู่ในสภาพเช่นปัจจุบัน ประชาชนก็เสื่อมศรัทธาและต่างก็พากันหันหลังให้วัดมากขึ้น เขาจะเข้าวัดก็ในโอกาสทำบุญในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาและในการประกอบพิธีกรรมที่เขาจะเกี่ยวข้องโดยตรงเท่านั้น ยิ่งกับคนหนุ่มสาวที่ได้รับการศึกษาสมัยใหม่ด้วยแล้ว บทบาทของวัดบางวัดเป็นสิ่งที่ไม่น่าสนใจ

ดังนั้น กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบด้านการศึกษา ศาสนา และ ศิลปวัฒนธรรม ได้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชนจึงได้พิจารณานโยบายให้มีการฟื้นฟูวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชนอีกครั้งหนึ่ง โดยให้กรมการศาสนาเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการนโยบายปรับปรุงวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชนของกระทรวงศึกษาธิการมีสาระสำคัญ ๓ ประการ คือ

๑. ปรับปรุงวัดในพระพุทธศาสนาทั่วราชอาณาจักรให้เป็นศูนย์กลางของชุมชน ศูนย์เผยแผ่พระพุทธธรรม จริยธรรม ตลอดจนคุณธรรม
๒. ให้วัดต่างๆ ดูแลตกแต่งบริเวณวัด อาคารเสนาสนะให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยสวยงามมีบรรยากาศร่มรื่น

๓. ส่งเสริมให้มีการปลูกต้นไม้ในบริเวณวัดเป็นกรณีพิเศษ

กรมการศาสนาได้ดำเนินการตามนโยบายการปรับปรุงวัดของกระทรวงศึกษาธิการ โดยกำหนดโครงการของกรมการศาสนาที่เกี่ยวข้องกับวัด พระ และคณะสงฆ์เข้าเป็นโครงการใหญ่ เช่น โครงการสำรวจรวบรวมข้อมูลด้านการศาสนาและสังคม โครงการควบคุมการสร้างวัด ตั้งวัด รวมวัด ย้ายวัด โครงการบูรณะวัดและพัฒนาวัด โครงการจัดทำแผนผังและการออกแบบแปลนแผนผังในการบูรณะและพัฒนาวัด โครงการส่งเสริมและสนับสนุนโรงเรียนพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ โครงการเรียนวัดสอนเด็กก่อนเกณฑ์ โครงการอุดหนุนการศึกษาพระปริยัติธรรม โครงการสนับสนุนการจัดตั้งหน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล โครงการอบรมพระสังฆาธิการเพื่อพัฒนาชุมชน และโครงการอบรมไวยาจักร เรียกรวมกันว่าโครงการพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชน

การที่จะให้วัดเป็นศูนย์กลางชุมชนดังเช่นในอดีต จำเป็นต้องพัฒนาในวัดทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมเพื่อประโยชน์แก่ชุมชน กิจกรรมของวัดในการบริการแก่ชุมชนด้านศาสนา และวัฒนธรรมมีอยู่ ๒ ชนิดใหญ่ๆ^{๕๓} คือ

๑. กิจกรรมด้านศาสนบริการ คือ การให้บริการภายในวัด ซึ่งได้แก่

๑.๑ กิจกรรมในด้านการบำรุงรักษาวัด เช่น จัดให้มีแบบแปลนแผนผัง มีการรักษาความสะอาด ปลูกต้นไม้เพื่อความร่มรื่น และมีบรรยากาศสงบ เป็นการจัดสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่เลื่อมใสแก่ผู้ได้เข้าไปในวัด กิจกรรมด้านการปกครองทั้งบรรพชิตและคฤหัสถ์ที่อยู่ในวัด ได้แก่ การทำวัตรสวดมนต์ การสมาทานศีล การฝึกอบรมต่างๆ

๑.๒ กิจกรรมในด้านการให้การศึกษา ให้การศึกษาหรือสนับสนุนผู้ที่อยู่ในวัดให้ได้รับการศึกษาพระปริยัติธรรมการปฏิบัติธรรม ตลอดจนถึงวิชาการเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อความรู้และช่วยตัวเอง

๑.๓ กิจกรรมด้านสาธารณบริการในวัด ได้แก่ การจัดสถานที่ฝึกสมาธิวิปัสสนาที่พักอาศัยคนตุงกะ เมรุที่เก็บศพศุภณัฐ ศูนย์อบรมศีลธรรมหรือโรงเรียนพุทธศาสนาวันอาทิตย์

๒. กิจกรรมด้านชุมชนบริการ ได้แก่ การจัดให้มีธรรมศาลาเปิดบริการทุกวันพระและวันอาทิตย์ให้ประชาชนได้ฟังธรรม ปฏิบัติสมาธิวิปัสสนาให้คำปรึกษาแก่ผู้มีทุกข์ จัดอุปสมบทหรือบรรพชาสามเณรในภาคฤดูร้อนหรือเทศกาลเข้าพรรษา ตั้งศูนย์อบรมศีลธรรมและจริยธรรมแก่เยาวชนทั่วไป จัดฌาปนกิจสงเคราะห์ช่วยเหลือผู้ที่ยากได้น้อย

สำหรับกิจกรรมที่จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในชนบท ได้แก่ กิจกรรมที่ช่วยแก้ปัญหาของชนบท ซึ่งปัญหาเกี่ยวกับความไม่รู้ ความยากจน ความเจ็บไข้ วัดช่วยได้โดยจัดกิจกรรมด้านการศึกษา ส่งเสริมวิชาชีพการสนับสนุนตั้งสหกรณ์ต่างๆ จัดสาธารณสุขมูลฐาน อบรมจิตใจให้มีคุณธรรม ให้วัดเป็นแหล่งกระจายข่าวให้ความรู้ใหม่ๆ แก่ชุมชน และเป็นผู้ช่วยในการตัดสินใจเป็นที่ปรึกษากิจกรรมต่างๆ

กิจกรรมของวัด ซึ่งจะเป็นที่เลื่อมใสศรัทธาของพุทธศาสนิกชนได้แบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

๑. ด้านการประสานงานกับหน่วยงานเพื่อการพัฒนาชุมชน ได้แก่ การให้ความร่วมมือกับทางราชการ ในการเผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายเบื้องต้น ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทหรือข้อขัดแย้งระหว่างชาวบ้านรอบๆ วัด ให้คำปรึกษาแนะนำการทำงานของกลุ่มอาสาสมัครในหมู่บ้าน เช่น กลุ่มหนุ่มสาว กลุ่มแม่บ้าน จัดให้วัดเป็นสถานที่ประชุมและอบรมทางวิชาชีพ พร้อมทั้งจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้

^{๕๓} กฎกระทรวง ฉบับที่ ๑ พ.ศ.๒๕๐๗ ออกตามความในพ.ร.บ.คณะสงฆ์ พ.ศ.๒๕๐๕, หน้า ๖๗.

๒. กิจกรรมด้านการจัดสวัสดิการ การควบคุมและรักษาศาสนสมบัติ ศาสนบุคคล ได้แก่ การจัดหาแหล่งน้ำดื่มใช้ในบริเวณวัด บริการให้ความสะดวกแก่ประชาชนผู้มาติดต่อหรือให้บริการต่างๆ ของวัด ให้มีการศึกษาอบรมเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานทางพระธรรมวินัย

๓. กิจกรรมด้านการอนุรักษ์และการเผยแพร่ศาสนาและวัฒนธรรม ได้แก่ จัดศาสนพิธีให้ประหยัดและเรียบง่าย ดูแลอนุรักษ์และเผยแพร่จิตรกรรม ปฏิมากรม ตลอดจนโบราณวัตถุที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา จัดให้มีนิทรรศการขึ้นภายในวัดเท่าที่โอกาสจะอำนวย

๔. กิจกรรมด้านการบริหาร กิจการจากพระศาสนาภายในวัด ได้แก่ การจัดทำแผนผังแยกอาคารเสนาสนะ สิ่งก่อสร้างภายในวัดเป็นเขต เช่น เขตพุทธาวาสและเขตสาธารณสงเคราะห์เป็นสัดส่วน การประชุมพระภิกษุสามเณรในวัดเพื่อชี้แจงนโยบายคำสั่ง ตลอดจนความเคลื่อนไหวใหม่ๆ ของมหาเถรสมาคมและกรมการศาสนาประจำ

๕. กิจกรรมด้านศาสนาเพื่อประชาชน ได้แก่ การจัดหน่วยพุทธมามกะผู้เยาว์ขึ้นในวัด การเปิดสอนธรรมศึกษาแก่ประชาชนและเยาวชนผู้สนใจ

๖. กิจกรรมด้านสาธารณสงเคราะห์ ได้แก่ การร่วมมือกับหน่วยงานราชการในการจัดตั้งศูนย์สาธารณสุข สถานีอนามัย หรือสหกรณ์ยา เพื่อรักษาโรคภัยไข้เจ็บแก่ประชาชนร่วมมือกับทางราชการในการแนะนำให้ประชาชนมีความรู้ทางโภชนาการ รักษาสุขภาพอนามัย การป้องกันรักษาโรค

๗. กิจกรรมด้านการเผยแพร่ศาสนาธรรม ได้แก่ การจัดให้มีการเผยแพร่ธรรมะทางหนังสือพิมพ์ วารสารท้องถิ่น หรือทางสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ จัดให้พระภิกษุและสามเณรออกเยี่ยมและเผยแพร่ธรรมะให้แก่ประชาชนตามหมู่บ้าน

ที่กล่าวไปแล้วนั้นเป็นหัวข้อส่วนใหญ่ของการบริหาร และการจัดองค์กรในด้านการพัฒนาวัด ส่วนการบูรณะวัดนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอนุรักษ์รักษาโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ให้คงสภาพให้อนุชนรุ่นหลังได้เห็นต่อไป ส่วนสภาพอาคารเสนาสนะที่ทรุดโทรมให้ควรได้มีการบูรณะเพื่อให้คงอยู่ในสภาพที่ใช้การได้ต่อไป วัดไม่ควรสร้างอาคารใหม่ให้ใหญ่โตแต่ปล่อยให้สภาพอาคารเก่าต้องชำรุดทรุดโทรมลงไป ปัจจุบันนี้วัดต่างๆ มีอาคารเสนาสนะที่ชำรุดอยู่เป็นจำนวนมาก การก่อสร้างอาคารใหม่ย่อมทำให้กำลังทุนทรัพย์ไม่เพียงพอกับการบูรณะของเก่าที่มีอยู่เดิมให้กลับมีสภาพที่ใช้ได้ต่อไป ประจวบกับปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในสภาพที่ฝืดเคือง จึงควรจำเป็นต้องประหยัดทุนทรัพย์เพื่อดำเนินการในสิ่งที่จำเป็นก่อนเป็นอันดับแรก

นอกจากนั้น วัดในประเทศไทยยังมีการจัดรูปแบบที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับจุดเน้นแตกต่างกันไปตามความพร้อมของวัด โดยผู้วิจัยขอจัดกลุ่มตามรูปแบบกิจกรรมได้ดังนี้

๑. การจัดสภาพแวดล้อม ภูมิทัศน์ อาคารสถานที่หรือกายภาพของวัดให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ โดยทั่วไปวัดเก่า หรือวัดในเมืองจะมีจุดเด่นด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ พุทธศิลป์ วิจิตรศิลป์

และสถาปัตยกรรม อันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมและสื่อการเรียนรู้อันทรงคุณค่า ส่วนวัดป่าหรือวัดในชนบท เน้นธรรมชาติ ความสงบ ร่มรื่น อย่างไรก็ตาม วัดทุกวัดที่เป็นกรณีศึกษารวมถึงวัดในเมืองมีจุดเด่นเหมือนกันในด้านสภาพแวดล้อมที่มีความเป็นธรรมชาติ อาคารสถานที่สะอาด เหมาะกับการเรียนรู้ธรรม และเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๒. การจัดศาสนพิธี พิธีกรรม เทศกาลงานบุญตามประเพณีนิยม และกิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนา ถือเป็นสื่อพื้นบ้านหรือสื่อประเพณีที่ทุกวัดจัด เช่น การแสดงธรรมเทศนาในวันสำคัญทางศาสนา การบำเพ็ญกุศลทางพระพุทธศาสนา การทำวัตร การจัดงานพิธีทางศาสนา วันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา การบวชพระ เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะเป็นการส่งเสริมศาสนาแล้ว ยังจัดกิจกรรมอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมของชาติ การกีฬา ภูมิปัญญาท้องถิ่น และภูมิปัญญาไทย ให้เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมได้อีกด้วย

๓. การผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ศาสนธรรมในรูปแบบต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อเคลื่อนที่ หรือสื่อกลางแจ้ง

๔. การจัดตั้งห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ หอวัฒนธรรม หอศิลป์ หอกระจายข่าว อุทยานการศึกษา สวนพฤกษศาสตร์ สวนสมุนไพร ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน และแหล่งการเรียนรู้อื่นๆ

๕. การจัดกิจกรรมเชิงวิชาการโดยเน้นการใช้สื่อบุคคล คือ พระสงฆ์ อาจจำแนกที่สำคัญอย่างกว้างๆ ได้ดังนี้ การจัดกิจกรรมให้ความรู้ทางศาสนา ปลุกฝังและส่งเสริมศีลธรรมแก่ประชาชน โดยการบรรยาย อภิปราย เสวนา สนทนาธรรม การฝึกอบรมปฏิบัติธรรม การจัดกิจกรรมให้ความรู้ทางศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทย เช่น การจัดธรรมสัญจร การจัดนำชมวัด การจัดนิทรรศการ การประกวดสวดมนต์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการประกอบอาชีพ โดยการจัดอบรมหลักสูตรหลากหลายสำหรับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เช่น การนวดแผนโบราณ การทำยาสมุนไพร งานศิลปะ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เชิงวิชาการแก่ประชาชน เช่น สุขภาพ พลานามัย การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๒.๓ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาบทบาทของวัดในการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม ยังไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงมากนัก แต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันในเรื่องเกี่ยวกับบทบาทของวัดและพระสงฆ์ในด้านอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาเทียบเคียง ดังนี้

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี กล่าวว่า เดิมทีวัดเป็นศาสนสถานให้ประชาชนใช้เป็นศูนย์กลางที่พึ่งทางจิตใจ เป็นที่ทำบุญ ปฏิบัติธรรม ทำกิจกรรมทางศาสนา ตลอดจนประกอบกิจการงานประเพณี วัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ วัดบางวัดมีประวัติความเป็นมาที่สำคัญ ก่อปรกัมีสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะหรือเป็นโบราณวัตถุสถาน ตลอดจนเป็นแหล่งอำนวยความสะดวกแก่การประกอบ

พิธีกรรมทางศาสนา ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เข้าไปเยือน จึงก่อให้เกิดธุรกิจเพื่อการบริการต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่ของวัดหรือพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ที่จอดรถ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายสินค้าของที่ระลึก ร้านขายดอกไม้ธูปเทียน เป็นต้น^{๕๔}

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างวัดกับการท่องเที่ยว จัดอยู่ในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน เข้าทำนองสุภาษิตที่ “น้ำพึ่งเรือ เสือพึ่งป่า ” ถึงแม้ว่าความสัมพันธ์ในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงลักษณะบางประการไปแล้วก็ตาม แต่หากสามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันไว้แล้ว ก็นับว่าช่วยเสริมสร้างความมั่นคงในพระพุทธศาสนา ให้ยืนยาวต่อไป ในขณะเดียวกัน ก็จะเป็นหนทางนำมาซึ่งรายได้ อันจะเป็นผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นอีกด้วย การปล่อยปละละเลย หรือการพัฒนาด้วยรูปแบบวิธีการที่ไม่เหมาะสม ย่อมเป็นช่องทางนำความเสียหายต่อส่วนร่วม ในขณะเดียวกัน การที่นักท่องเที่ยวเข้าไปแสดงท่าที หรือมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในศาสนสถานก็อาจสร้างความสะเทือนใจ ความขัดแย้งและทัศนคติที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยว^{๕๕}

วรสิกา อังกูร และคณะ ศึกษารูปแบบการจัดการศึกษาและการเผยแผ่ศาสนาธรรมของวัดในพระพุทธศาสนา: กรณีศึกษาแหล่งการเรียนรู้ของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร กรุงเทพฯ พบว่า วัดพระเชตุพนจัดเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรก และเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่สมบูรณ์แบบอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพราะนอกจากจะเป็นแหล่งรวมองค์ความรู้ในด้านต่างๆ แล้ว ยังมีการนำความรู้ทางธรรมสอดแทรกไปควบคู่กับองค์ความรู้ต่างๆ เหล่านั้นได้อย่างกลมกลืน ทั้งวิธีการในการเรียนรู้นั้นยังมีลักษณะเป็น “กระบวนการเรียนรู้” ที่ครบถ้วนสมบูรณ์กล่าวคือมีทั้งการเรียนรู้ที่มีผู้เรียนผู้สอน การศึกษาโดยใช้วิธีจากการชมของจริง การศึกษาผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อวัสดุการศึกษา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการเรียนรู้โดยอาศัยประสบการณ์จริง ซึ่งวิธีการดังกล่าวนี้ทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและได้รับความรู้ควบคู่ไปกับคุณธรรมอย่างแท้จริง รูปแบบการจัดวัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้มี ๔ รูปแบบ คือ ๑) การจัดทัศนศึกษานำชมวัด ๒) หอสมุดสมเด็จพระว.พ.ต.วัดพระเชตุพน ๓) ศิลาจาริก ๔) หมายเหตุ ๔) โรงเรียนแพทย์แผนโบราณและการนวดแผนโบราณ ซึ่งจากการศึกษาพบปัญหาในการจัดการแหล่งเรียนรู้ คือ ปัญหาด้านข้อมูล บุคลากร ทักษะและเทคนิควิธีในการถ่ายทอด การดูแลรักษาองค์ความรู้ที่จารึกอยู่ตามโบราณสถาน และด้านสถานที่ และได้มีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการเตรียมความพร้อมในการจัดวัดเป็นแหล่งเรียนรู้ให้ครบองค์ประกอบ ๔ ประการ คือ ความพร้อม

^{๕๔} วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, “วัด : จำเป็นอย่างไรจะต้องมีคู่มือพัฒนา”, จุลสารการท่องเที่ยว, (๗) (๑) ๒๕๓๑) : หน้า ๗๓-๗๗.

^{๕๕} ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, “วัดกับการท่องเที่ยว”, จุลสารการท่องเที่ยว, (๑๑) (๓) ๒๕๓๕) : หน้า ๔๓-๔๘.

ทางกายภาพ ความพร้อมในเชิงนโยบาย ความพร้อมด้านบุคลากร และความพร้อมด้านการบริหารจัดการ^{๕๖}

มีงสรพ์ ขาวสอาด และคณะ ศึกษาโครงการมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีบทบาททางเศรษฐกิจในระดับสูง มีสถานประกอบการรวมกันถึง ๘ ,๐๐๕ แห่ง มีรายได้รวมกันถึง ๓๘ ,๐๓๐ ล้านบาท คำนวณออกมาเป็นมูลค่าเพิ่มสูง ๑๒ ,๐๐๙ ล้านบาท มูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ ๔๖ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดในภาคบริการ (service sector) ของจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ ๑๔ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) ซึ่งจากการศึกษาหลายด้านพบปัญหาที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว คือ ภาครัฐขาดการกระจายการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้แก่ท้องถิ่น ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว และการอนุรักษ์รักษาวัฒนธรรมเป็นไปได้ยากเพราะคนในท้องถิ่นขาดจิตสำนึกร่วม ปัญหาการใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมายทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ที่บิดเบือน การจัดการท่องเที่ยวที่คาบเกี่ยวกันหลายหน่วยงาน เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพ การขาดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานจึงปัญหาในการจัดการและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยให้มีการหารือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะเป็นกระบวนการพัฒนาที่จำเป็นในการสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมให้มีความเข้มแข็งและเกิดประโยชน์ต่อสังคมอย่างยั่งยืนตลอดไป^{๕๗}

ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย ศึกษาเรื่อง สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน พบว่า ภาคเหนือตอนบนมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีความได้เปรียบของธรรมชาติ เช่น ภูเขาที่สวยงามและสลับซับซ้อน วัฒนธรรมล้านนา ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์กระจายทั่วไป ซึ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาเยี่ยมเยือนภาคเหนืออย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ที่ตั้งของภาคเหนือสามารถเชื่อมโยงการคมนาคมกับประเทศเพื่อนบ้าน พร้อมทั้งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคประเทศลุ่มแม่น้ำโขงได้

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคเหนือ เป็นจุดเชื่อมต่อไปยังจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือตอนบน และสามารถเชื่อมต่อไปยังหลวงพระบาง ของสปป. ลาว พื้นที่ท่องเที่ยว ๔ ส่วนหลักคือ ๑) แหล่งท่องเที่ยวในตัวเมือง จุดเด่นคือวัดพระธาตุดอยสุเทพ ถนนคนเดิน ไนท์บาซาร์ ถนน

^{๕๖} วรสิกา อังกูร และคณะวิจัย, “รูปแบบการจัดการศึกษาและการเผยแผ่ศาสนาธรรมของวัดในพระพุทธศาสนา: กรณีศึกษาแหล่งการเรียนรู้ของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร”, รายงานวิจัย, (กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์ พับลิชชิ่ง, ๒๕๕๗).

^{๕๗} มีงสรพ์ ขาวสอาด และคณะ, “โครงการมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย”, รายงานวิจัย, (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), ๒๕๕๘).

วัลลาย ๒) แหล่งท่องเที่ยวทางทิศเหนือ ประกอบด้วย ปางช้าง น้ำตกแม่สา สวนกล้วยไม้ ถ้ำเชียงดาว ๓) แหล่งท่องเที่ยวทางทิศตะวันออก เป็นแหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก เช่น ร่มบ่อสร้าง เรืองเงิน ผ้าไหม อัญมณี เครื่องหนัง ๔) แหล่งท่องเที่ยวทางทิศใต้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้แก่ ดอยอินทนนท์ น้ำตกแม่กลาง น้ำตกแม่ยะ นอกจากนี้สามารถซื้อของที่ระลึก เช่น ผ้าฝ้ายทอมือจอมทอง ผ้าฝ้ายตีนจก แม่แจ่ม ไม้แกะสลักบ้านถาว

สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์อุทกภัย ส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่จองล่วงหน้า ได้ยกเลิกการเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดแม่ฮ่องสอน แต่ก็ได้รับการชดเชยจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ประสบอุทกภัยอพยพขึ้นมาพัก ทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้รับผลกระทบมากนัก

แนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คาดการณ์ประมาณกลางเดือนธันวาคม หรือหลังสถานการณ์อุทกภัยของประเทศ คาดว่าภาครัฐบาลจะมีการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยเน้นเรื่องการท่องเที่ยวภายในของประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการประชาสัมพันธ์จัดงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติราชพฤกษ์ พ.ศ.๒๕๕๔ ทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น

สภาพปัญหาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแยกได้เป็น ๕ ประเด็นหลัก ได้แก่ ๑) ปัญหาด้านอุปทานการท่องเที่ยว เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมากเกินไป ขาดการประชาสัมพันธ์ และมีการแข่งขันด้านราคาของผู้ประกอบการ ๒) ปัญหาการพัฒนาสถานที่และสินค้าของการท่องเที่ยว ได้แก่ การขาดการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รวมถึงเอกลักษณ์ความเป็นล้านนาเริ่มสูญหาย ๓) ปัญหาด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ขาดแคลนมัคคุเทศก์ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพกระจุกตัวอยู่เฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ ๔) ปัญหาสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ได้แก่ ปัญหาหมอกควัน สิ่งแวดล้อมเริ่มเสื่อมโทรมทำให้เสน่ห์ความเป็นล้านนาเสื่อมถอยลง และระบบการคมนาคมและระบบขนส่งมวลชนยังไม่มีประสิทธิภาพ และ ๕) ปัญหาด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่ขาดความต่อเนื่อง ความไม่ร่วมมือกันในการทำงานของภาครัฐและเอกชน การจัดสรรและการใช้งบประมาณไม่สอดคล้องกับความต้องการ และการประชุมสัมมนาเพื่อรวบรวมความคิดเห็นบ่อยครั้ง แต่ไม่ได้รับการตอบสนองตามที่ได้นำเสนอ

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ การสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความมั่นคงของประเทศ รวมถึงมาตรการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมในการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นอกจากนี้การพัฒนาด้านการคมนาคมให้

พร้อมกับการเติบโต ควรพัฒนาบุคลากรให้เข้าสู่มาตรฐานสากล และมีนโยบายที่สนับสนุน
ผู้ประกอบการ เช่น การลดอัตราภาษี การกระตุ้นเศรษฐกิจ การเปิดการค้าชายแดน^{๕๘} น

^{๕๘} ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย, “สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน”, รายงาน
วิจัย, (ศูนย์เตือนภัยธุรกิจภาคเหนือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๔).

บทที่ ๓

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด เป็นการวิจัยสภาพและความพึงพอใจของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา ดังนั้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและครอบคลุมเนื้อหาของ การวิจัย ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) จากเอกสาร วิชาการ และการศึกษาวิจัยภาคสนาม (Survey Research) โดยใช้วิธีการแบบสอบถาม (Questionnaire) สัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation) โดยมีระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

๓.๑ ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แบ่งกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็น ๒ กลุ่ม คือ

๓.๑.๑ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในจังหวัด

เชียงใหม่ ซึ่งมีสถิตินักท่องเที่ยว ผลสำรวจในปี พ.ศ.๒๕๕๕ จำนวน ๓ ,๑๙๗,๗๙๐ คน โดยการสุ่ม ตัวอย่าง ใช้สูตร ยามาเน (Yamane,๑๙๗๓) ที่ระดับนัยสำคัญที่ ๐.๐๕ เท่ากับ ๓๙๙.๙๕ ... คน ประมาณจำนวน ๔๐๐ คน แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน ๒๐๐ คน และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างประเทศ จำนวน ๒๐๐ คน

๓.๑.๒ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าอาวาสวัด หรือผู้ดูแลที่กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน ๔ แห่ง คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน สมาคมมัคคุเทศก์ จังหวัดเชียงใหม่ บริษัทท่องเที่ยวเอกชน และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

๓.๒ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

๓.๒.๑ ความตรงตามเนื้อหา (Content validity)

๑) แต่งตั้งที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ และคณะทำงานวิจัย

๒) การสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น ๒ ฉบับ คือ ฉบับภาษาไทยสำหรับนักท่องเที่ยวยชาวไทย และจัดแปลเป็นฉบับภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวยชาวต่างประเทศ มีประเด็นในการศึกษาวิจัย ดังนี้

๒.๑) ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวย

๒.๒) เหตุผลที่มาท่องเที่ยวย

๒.๓) ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวยและการจัดการท่องเที่ยวย

๒.๔) ข้อเสนอแนะในสิ่งที่ต้องปรับปรุง

๓) ประชุมที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิและคณะทำงานวิจัยเพื่อปรับแก้ไขเครื่องมือให้มีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือตามโครงสร้างและวัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็นเครื่องมือวิจัยฉบับร่าง

๔) ทำการทดสอบภายใน โดยการทดสอบภาษา นำเครื่องมือฉบับร่าง จำนวน ๔๐ ฉบับ แบ่งเป็นภาษาไทย จำนวน ๒๐ ฉบับ และภาษาอังกฤษ จำนวน ๒๐ ฉบับ ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างทั่วไป

๕) จัดประชุมที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ และคณะทำงานวิจัย เพื่อพิจารณาความตรงตามเนื้อหาประกอบกับผลการทดสอบภาษาจากแบบสอบถาม ได้มีการเปลี่ยนแปลงความหมายของแต่ละคำถามให้เหมาะสมและสามารถสื่อความหมายให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษาวิจัย

๓.๒.๒ การศึกษาความตรงตามโครงสร้าง (Construct validity study)

๑) นำแบบสอบถามไปศึกษาความตรงตามโครงสร้าง โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลทดลองได้จำนวน ๔๐ ฉบับ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อศึกษาความตรงตามโครงสร้าง

๒) ประชุมที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิและคณะทำงานวิจัย เพื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลความตรงตามโครงสร้าง ร่วมกับการพิจารณาปรับหรือลดข้อคำถามตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และที่ปรึกษา

๓.๒.๓ การศึกษาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยศึกษาลักษณะความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) ของเครื่องมือ แล้วจึงทำการศึกษาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างทดลอง จำนวน ๔๐ ฉบับ เพื่อหาความเที่ยงโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha-coefficient) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ อยู่ในระดับ ๐.๘๒

๓.๒.๔ เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายทางสถิติ แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง โดยจัดแบ่งข้อมูลเป็น ๓ ส่วน คือ

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ ๒ ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ได้สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบ่งเป็น ๕ ระดับ ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีเกณฑ์ในการแปลผลคะแนนเป็นรายชื่อ ตั้งแต่ ๑ – ๕ คะแนน ดังนี้

น้อยที่สุด เท่ากับ ๑ คะแนน

น้อย เท่ากับ ๒ คะแนน

ปานกลาง เท่ากับ ๓ คะแนน

มาก เท่ากับ ๔ คะแนน

มากที่สุด เท่ากับ ๕ คะแนน

การแปลความหมายของเครื่องมือ มีวิธีการแปลความหมายข้อคำถาม เป็นการประเมินค่า (Rating Scale) มี ๕ ตัวเลือก เป็นคะแนน ๕,๔,๓,๒,๑ ตามลำดับ ผู้วิจัยได้คำนวณเกณฑ์ประเมินเป็นอันตรภาค ๔ ชั้นมีค่าเท่ากับ ๐.๘๐ และได้กำหนดระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย ระดับเกณฑ์ประเมิน

น้อยที่สุด ๑.๐๐ - ๑.๗๙

น้อย ๑.๘๐ - ๒.๕๙

ปานกลาง ๒.๖๐ - ๓.๓๙

มาก ๓.๔๐ - ๔.๑๙

มากที่สุด ๔.๒๐ - ๕.๐๐

ส่วนที่ ๓ ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบเปิด (Open ended questionnaire) ใช้การวิเคราะห์เพื่อจัดประเภทความคิดเห็น โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

๓.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

๓.๓.๑ ติดต่อเจ้าอาวาสหรือผู้ปกครองที่ดูแลสถานที่เก็บข้อมูล ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อชี้แจงรายละเอียดของการดำเนินงานวิจัย

๓.๓.๒ ประชุมนักวิจัยและผู้ช่วยวิจัยภาคสนาม โดยอธิบายรายละเอียดในการเก็บข้อมูลแก่ผู้วิจัยภาคสนาม จากนั้นให้ผู้วิจัยภาคสนามฝึกทักษะในการเก็บข้อมูลวิจัยตามแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เปิดโอกาสให้อภิปรายซักถามข้อสงสัยต่างๆ ในการเก็บข้อมูล

๓.๓.๓ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ๔๐๐ คน และการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องโดยใช้การสัมภาษณ์

๓.๓.๕ นำเครื่องมือการวิจัยที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความครบถ้วน และความถูกต้องของข้อมูลวิจัย เพื่อป้องกันการสูญเสียของข้อมูลวิจัยที่อาจได้ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน จากนั้นแปลงคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

๓.๔ การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ แล้วตรวจสอบความถูกต้องของการบันทึก ต่อจากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูล และกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

๓.๔.๑ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

๓.๔.๒ การศึกษาความพึงพอใจ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

๓.๔.๓ การพรรณนาบรรยายสภาพการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาสภาพและความพึงพอใจของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ และการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา โดยมีประเด็นดังนี้

- ๔.๑ สภาพการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่
- ๔.๒ ความพึงพอใจของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่
- ๔.๓ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด

๔.๑ สภาพการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่

๔.๑.๑ ประวัติจังหวัดเชียงใหม่โดยสังเขป

เมืองเชียงใหม่มีชื่อปรากฏในตำนานว่า “นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่” เป็นราชธานีของอาณาจักรล้านนามาตั้งแต่สมัยพระยามังรายได้ทรงสร้างเมืองขึ้น เมื่อปี พ.ศ.๑๘๓๙ “พญามังราย” ทรงรวบรวมบ้านเมืองแผ่นดินล้านนาไทย และทรงเห็นที่ราบอันอุดมสมบูรณ์ริมฝั่งแม่น้ำปิง บริเวณป่าเชิงดอยสุเทพ เป็นที่ราบกว้างใหญ่ จึงดำริที่จะสร้างเมืองเชียงใหม่ ณ ที่แห่งนี้ โดยร่วมกับพญางำเมือง แห่งเมืองพะเยา และพญาร่วงแห่งกรุงสุโขทัย มาร่วมวางแผนผังด้วย โดยเริ่มสร้างเมืองเชียงใหม่ ณ วันที่ ๑๒ เมษายน พ.ศ.๑๘๓๙ ลักษณะการวางผังเมืองสอดคล้องกับชัยภูมิความเชื่อทางโหราศาสตร์ คือ คัมภีร์มหาทักษา ใช้เวลาในการสร้างเมือง ๔ เดือน และทรงขนานนามเมืองนี้ว่า “นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่” หรือ นครเชียงใหม่ โดยสร้างกำแพงล้อมเมืองขึ้น ๔ ทิศ กว้างด้านละ ๘๐๐ วา ยาวด้านละ ๑,๐๐๐ วา บรรจบกันเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ซึ่งยังคงมีร่องรอยให้เห็นอยู่บ้างจนทุกวันนี้ ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งเมืองเชียงใหม่นอกจากตั้งอยู่ริมแม่น้ำปิงซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ เป็นที่ราบกว้างใหญ่แล้ว ยังมีความเหมาะสมที่จะเป็นศูนย์กลางทางการค้าได้เป็นอย่างดี และยังสามารถติดต่อกับชายกับเมืองต่างๆ ทางตอนบน เช่น เชียงแสน ยูนนาน ได้ด้วยเช่นกัน

ปัจจุบัน (พ.ศ.๒๕๕๕) เชียงใหม่มีอายุ ๗๑๖ ปี เชียงใหม่เคยมีฐานะเป็นนครหลวงอิสระปกครองโดยกษัตริย์ราชวงศ์มังราย ระหว่างปี พ.ศ.๑๘๓๙ ถึง ปี พ.ศ. ๒๑๐๐ รวมระยะเวลาประมาณ ๒๖๑ ปี ต่อมาในปี พ.ศ.๒๑๐๑ เชียงใหม่ตกอยู่ภายใต้การปกครองของพม่านานร่วมสองร้อยปี จนถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช

ได้ทรงช่วยเหลือล้านนาไทยภายใต้การนำของพระยาากวילה และพระยาจำบ้านในการทำสงครามขับไล่พม่าออกไปจากเมืองเชียงใหม่และเมืองเชียงแสนได้สำเร็จ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชได้สถาปนาพระยาากวילהเป็นเจ้าเมืองเชียงใหม่ในฐานะเมืองประเทศราชของกรุงเทพมหานครและมีเชื้อสายของพระยาากวילה ซึ่งเรียกว่า ตระกูลเจ้าเจ็ดตน ปกครองเมืองเชียงใหม่ เมืองลำพูนและเมืองลำปาง สืบมาจนกระทั่งในรัชสมัยของพระบาท สมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวฯ ได้โปรดให้ปฏิรูปการปกครองหัวเมืองประเทศราช ได้ยกเลิกการมีเมืองประเทศราชในภาคเหนือ จัดตั้งการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาล เรียกว่า มณฑลพายัพ และเมื่อปี พ.ศ. ๒๔๗๖ พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ปรับปรุงการปกครองเป็นแบบจังหวัด เชียงใหม่จึงมีฐานะเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยนับแต่นั้นมา

๔.๑.๒ สภาพทั่วไปของจังหวัดเชียงใหม่

ที่ตั้งและอาณาเขตติดต่อ จังหวัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของประเทศไทย เส้นรุ้งที่ ๑๖ องศาเหนือ และเส้นแวงที่ ๙๙ องศาตะวันออก สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ๓๑๐ เมตร มีพื้นที่ประมาณ ๒๐,๑๐๗,๐๕๗ ตารางกิโลเมตร หรือ ๑๒,๕๖๖,๙๑๐ ไร่ มีพื้นที่ป่าไม้ ๖๙.๙๒ % (๘,๗๘๗,๖๕๖ ไร่) พื้นที่ทำการเกษตร ๑๒.๘๒ % (๑,๖๑๑,๙๗๑ ไร่) และพื้นที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ ๑๗.๒๖ % (๒,๑๖๗,๙๗๑ ไร่) มีอาณาเขตติดต่อดังนี้ ทิศเหนือ ติดต่อกับ รัฐฉานของสหภาพเมียนมาร์ ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอสางเภา จังหวัดตาก ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดลำพูน ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ลักษณะทางการปกครอง แบ่งเขตการปกครอง ออกเป็น ๒๔ อำเภอ ๒๐๔ ตำบล และ ๒,๐๖๖ หมู่บ้าน มีหน่วยงานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ ดังนี้

- ๑) หน่วยงานบริหารราชการส่วนกลาง จำนวน ๑๖๖ หน่วยงาน
- ๒) หน่วยงานบริหารราชการส่วนภูมิภาค จำนวน ๓๒ หน่วยงาน
- ๓) หน่วยงานบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด

จำนวน ๑ แห่ง เทศบาลนคร จำนวน ๑ แห่ง เทศบาลเมือง จำนวน ๑ แห่ง เทศบาลตำบล จำนวน ๔๑ แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน ๑๖๗ แห่ง

ลักษณะภูมิอากาศ จังหวัดเชียงใหม่มีสภาพอากาศค่อนข้างเย็นเกือบตลอดปี มีอุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี ๒๕ องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย ๓๑ องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย ๒๐ องศาเซลเซียส สภาพภูมิอากาศอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ มี ๓ ฤดูกาล ได้แก่ ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนตุลาคม ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงกลางเดือนพฤษภาคม

ลักษณะภูมิประเทศ โดยทั่วไปมีสภาพพื้นที่เป็นภูเขาและป่าละเมาะ มีที่ราบอยู่ตอนกลาง ตามสองฟากฝั่งแม่น้ำปิง มีภูเขาสูงที่สุดในประเทศไทย คือ "ดอยอินทนนท์" สูงประมาณ ๒,๕๖๕ เมตร อยู่ในเขตอำเภอจอมทอง นอกจากนี้ยังมีดอยอื่น ๆ ที่มี ความสูงรองลงมาอีกหลายแห่ง เช่น ดอยฟ้าห่มปก สูง ๒,๒๙๗ เมตร ดอยหลวงเชียงดาว สูง ๒,๑๙๕ ดอยสุเทพ สูง ๑,๖๗๘ เมตร สภาพพื้นที่แบ่งออกได้เป็น ๒ ลักษณะ คือ พื้นที่ภูเขา ส่วนใหญ่อยู่ทางทิศเหนือและทิศตะวันตกของจังหวัด คิดเป็นพื้นที่ประมาณ ๘๐% ของพื้นที่จังหวัด เป็นพื้นที่ป่าต้นน้ำลำธารไม่เหมาะต่อการเพาะปลูก พื้นที่ราบลุ่มน้ำและที่ราบเชิงเขา กระจายอยู่ทั่วไประหว่างหุบเขาทอดตัวในแนวเหนือ-ใต้อันได้แก่ ที่ราบลุ่มน้ำปิง ลุ่มน้ำฝาง และลุ่มน้ำแม่งัด เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมต่อการเกษตร มีเนื้อที่ป่าไม้เหลืออยู่ ๘,๗๘๗,๕๐๐ ไร่ คิดเป็นร้อยละ ๖๙.๙๓ ของเนื้อที่จังหวัด

๔.๑.๓ ลักษณะทางด้านประชากรและสังคม

ประชากร จังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรรวมทั้งสิ้น ๑,๖๖๖,๐๒๔ คน แยกเป็น ชาย ๘๑๔,๙๕๘ คน หญิง ๘๕๑,๐๖๖ คน ความหนาแน่นเฉลี่ย ๘๓ คน/ตร.กม. (ข้อมูล ณ วันที่ ๑๑ มีนาคม ๒๕๕๒)

จำนวนประชากรบนพื้นที่สูง กระจายตามอำเภอต่าง ๆ ๒๐ อำเภอ จำนวน ๑ ,๒๕๑ หมู่บ้าน มีจำนวนประชากร ๓๑๒ ,๔๔๗ คน เป็นชาย ๑๕๗ ,๓๖๗ คน เป็นหญิง ๑๕๕ ,๐๘๐ คน ๗๐,๘๒๐ ครอบครัว อำเภอที่มีประชากรชุมชนบนพื้นที่สูงมากที่สุด ได้แก่ อมก๋อย รองลงมาได้แก่ อำเภอแม่แจ่ม อำเภอเชียงดาว อำเภอฮอด มีกลุ่มชนต่าง ๆ รวม ๑๓ ชนเผ่า เป็นชาวเขา มีจำนวน ๗ เผ่า ได้แก่ กะเหรี่ยง ม้ง เมี่ยน (เย้า) อาข่า (อิก้อ) ลาหู่ (มูเซอ) ลีซอ (ลีซู) และ ลัวะ จำนวน ๒๒๙,๓๘๒ คน เป็นชนกลุ่มน้อย จำนวน ๕ กลุ่ม ได้แก่ ปะหล่อง ไทยใหญ่ ไทยลื้อ จีนฮ่อ และอื่น ๆ รวมกันเป็นจำนวน ๓๔,๐๒๒ คน และคนไทยที่อาศัยอยู่ในชุมชนบนพื้นที่สูง จำนวน ๔๙ ,๐๔๓ คน ชนเผ่ากะเหรี่ยง มีจำนวนมากที่สุด คือ ๑๒๘,๘๘๐ คน รองลงมาได้แก่ ไทย มูเซอ ม้ง

ลักษณะทางสังคม ประชากรจังหวัดเชียงใหม่มีผู้นับถือ ศาสนาพุทธ ๙๑.๘๐ % ศาสนาอิสลาม ๑.๑๗% ศาสนาคริสต์ ๕.๖๐% ศาสนาพราหมณ์ ฮินดู ซิกข์ ๐.๐๒% ศาสนาอื่น ๆ ๑.๔๑%

การศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ มีสถานศึกษา รวมทั้งสิ้น ๑,๑๔๖ แห่ง ในจำนวนนี้มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ๙ แห่ง อาชีวศึกษา ๗ แห่ง โรงเรียนนานาชาติ ๘ แห่ง มีครู/อาจารย์ ๒๑,๑๕๕ คน และนักเรียน นิสิต นักศึกษา ๔๔๐,๗๐๖ คน ซึ่งอัตราส่วนครู/อาจารย์ ต่อ นักเรียน นิสิต นักศึกษาเป็น ๑:๒๑

การสาธารณสุข จังหวัดเชียงใหม่มีสถานพยาบาลแผนปัจจุบัน ทั้งสิ้น ๔๗ แห่ง ๕,๗๕๒ เตียง สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ๒๓ แห่ง จำนวนเตียง ๑,๓๗๕ เตียง สังกัดกระทรวงอื่น ๑๐ แห่ง จำนวนเตียง ๒,๘๐๘ เตียง และเอกชน ๑๔ แห่ง จำนวน ๑,๕๖๙ เตียง มีบุคลากรแพทย์ ๑ ,๑๖๗ คน อัตราส่วนแพทย์ : ประชากร เท่ากับ ๑ : ๑,๔๔๐

๔.๑.๔ ลักษณะทางด้านเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ปี ๒๕๕๐ มีมูลค่า ๑๒๐,๙๗๒ ล้านบาท แบ่งเป็นภาคเกษตร ๒๐,๐๕๒ ล้านบาท (๑๗%) นอกภาคเกษตร ๑๐๐,๙๒๐ ล้านบาท (๘๓%) รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาบริการสาธารณะ ๒๔% มูลค่า ๒๘,๕๓๗ ล้านบาท รองลงมาเป็น สาขาการค้า ๒๒% มูลค่า ๒๖,๙๕๖ ล้านบาท สาขาบริการ ๑๙% มูลค่า ๒๓,๐๘๓ ล้านบาท สาขาอุตสาหกรรม ๑๘% มูลค่า ๒๒,๓๔๗ ล้านบาท สาขาการเกษตร ๑๗% มูลค่า ๒๐,๘๘๕ ล้านบาท อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เฉลี่ยร้อยละ ๓.๓๖

รายได้ประชากรต่อหัว เฉลี่ย ๗๖,๓๘๘ บาท/คน/ปี อยู่ที่อันดับที่ ๓ ของภาคเหนือรองจากจังหวัดลำพูน และจังหวัดกำแพงเพชร รายได้ประชากรในเขตชนบท เฉลี่ย ๔๐,๙๘๔ บาท/คน/ปี (จปฐ ปี ๒๕๕๑) อำเภอที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำที่สุด (จนที่สุด) คือ อ.อมก๋อย ๒๗,๑๕๘ บาท/คน/ปี อำเภอที่มีรายได้สูงสุด คือ อ.สันทราย ๕๖,๐๖๑ บาท/คน/ปี

การท่องเที่ยวและการบริการ จังหวัดเชียงใหม่มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยในปี พ.ศ.๒๕๕๐ มีจำนวนนักท่องเที่ยว ๕,๓๕๖,๘๖๗ คน แบ่งเป็นชาวไทย ๓,๖๐๑,๗๒๗ คน (๖๗%) ต่างประเทศ ๑,๗๕๕,๑๔๐ คน (๓๓%) มีรายได้ ๓๘,๘๖๔.๒๕ ล้านบาท แบ่งเป็นคนต่างประเทศ ๑๘,๑๑๖.๕๙ ล้านบาท (๔๗%) คนไทย ๒๐,๗๔๗.๖๖ ล้านบาท (๕๓%) ระยะเวลาพักเฉลี่ย ๓.๑๓ วัน / ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ๒,๗๒๙.๒๗ บาท/คน/วัน จำนวนโรงแรมที่พัก ๔๑๘ แห่ง ห้องพัก ๒๐,๘๑๖ ห้อง

การอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนโรงงาน ๒,๒๖๕ แห่ง เงินทุน ๓๖,๓๕๐ ล้านบาท จ้างแรงงาน ๔๓,๗๑๓ คน อุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมขนส่ง และอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ปี ๒๕๕๑ จำนวน ๑๗ โครงการ เงินลงทุน ๑,๒๒๗.๕๐ ล้านบาท จ้างแรงงาน ๖๑๑ คน ประเทศที่มีการลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่สูงสุด ได้แก่ ประเทศไต้หวัน อันดับสอง ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น อันดับสาม ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย

การเกษตรกรรม พื้นที่การเกษตรของจังหวัด มีประมาณ ๑,๖๑๑,๒๕๐ ไร่ พื้นที่ปลูกข้าว ๕๑๕,๓๘๕ ไร่ ปลูกพืชไร่ ๑๙๒,๐๖๓ ไร่ ปลูกพืชสวน ๕๓๖,๖๙๗ ไร่ และอื่น ๆ ๓๖๗,๑๐๕ ไร่ มีพื้นที่ที่ได้รับน้ำจากชลประทาน จำนวน ๑,๓๐๑,๖๐๔ ไร่ คิดเป็นร้อยละ ๘๐% ของพื้นที่การเกษตร

๔.๑.๕ ลักษณะการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะพิเศษของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะในเขตเมือง มีความเจริญทางธุรกิจการค้า การศึกษา และการบริการต่างๆ เป็นอันดับที่สองรองจากกรุงเทพมหานคร มีความหนาแน่นของประชากรในเขตพื้นที่เทศบาลนครเชียงใหม่ประมาณ ๔,๗๕๐ คน ต่อตารางกิโลเมตร มีพื้นที่มากเป็นอันดับสองของประเทศไทย และมีประชากรมากเป็นอันดับที่หกของประเทศ

นอกจากนั้นเมืองเชียงใหม่ยังมีความเป็นมายาวนานนับแต่มีการก่อสร้างเมืองเมื่อ ปี พ.ศ.๑๘๓๙ มีอายุครบ ๗๐๐ ปี ในปี พ.ศ. ๒๕๓๙ เคยได้รับเกียรติให้เป็นสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ครั้งที่ ๑๘ ในประเทศไทย และในปี พ.ศ.๒๕๔๙ เป็นเจ้าภาพจัดงานฟิซสวนโลก

เชียงใหม่เป็นเมืองหลักและศูนย์กลางความเจริญของภาคเหนือตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมาโดยตลอดจนถึงปัจจุบัน มีความเป็นศูนย์กลางทั้งทางด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจการค้า การอุตสาหกรรม การคมนาคมขนส่ง การศึกษา ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรมล้านนา โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวทำรายได้ไม่ต่ำกว่าปีละ ๖,๐๐๐ ล้านบาท และมีแนวโน้มในการเชื่อมโยงสู่ประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ จีน ลาว พม่า เวียดนาม และเขมรได้เป็นอย่างดี แต่ในภาพรวมดังกล่าวเชียงใหม่จัดเป็นเมืองใหญ่และมีความเจริญมาก ในข้อเท็จจริงเมือง เชียงใหม่เป็นเมืองที่มี ๒ ลักษณะในตัวเอง กล่าวคือ เป็นเมืองที่มีความเจริญในด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมากในเขตเมือง ซึ่งมีบทบาทเป็นศูนย์กลางการค้า การคมนาคมขนส่ง การศึกษาของ ภาคเหนือตอนบน แต่ในขณะเดียวกัน อีกด้านหนึ่งกำลังประสบปัญหาการขยายตัวของเมืองที่ไร้ทิศทาง นำมาซึ่งความไม่เพียงพอด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการต่างๆ การขาดแคลนพื้นที่สีเขียว ในขณะเดียวกันพื้นที่ชนบท ซึ่งคิดเป็นพื้นที่ร้อยละ ๘๐ ของพื้นที่จังหวัด ยังมีสภาพที่ล้าหลัง ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน โดยเฉพาะชุมชนในที่ห่างไกล และบนพื้นที่สูง รวมทั้งปัญหาคุณภาพชีวิตของคนในเมืองเอง จากโอกาส ศักยภาพ ข้อจำกัด และจุดอ่อนของเมือง จึงได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เมืองเชียงใหม่ โดยมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมือง ได้แก่ “นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง (City of Life and Prosperity)”

เมืองเชียงใหม่มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาโดยจะเป็นนครแห่งความมั่งคั่ง เป็นเมืองที่ให้ความสุขและชีวิตที่มีคุณค่าแก่ผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือน ในฐานะเมืองที่น่าอยู่และน่าท่องเที่ยวในระดับเอเชียพร้อมกับเป็นประตูการค้าการลงทุนสู่สากล แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สีเขียวของชุมชนเมืองที่เป็นพันธกิจหลัก ได้แก่ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมให้ยั่งยืน (Conservation of Natural Resources & Culture) ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนเมืองและชนบทให้มีความสวยงาม ความสุขและเป็นเมืองที่น่าอยู่ (Harmonization of Urban & Rural Development) มีการจัดทำประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สีเขียวของชุมชนเมือง ได้แก่ ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ยั่งยืน สนับสนุนทั้งฐานเศรษฐกิจเดิมและเศรษฐกิจใหม่ให้ยั่งยืน ยุทธศาสตร์การดำรงความเป็นฐานทรัพยากรธรรมชาติ โดยฟื้นฟูและบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีแล้ว ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สีเขียวของเมือง โดยเป็นโครงการที่ถูกจัดอยู่ในลำดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ โครงการออกแบบวาง

ผังเมืองและชนบทให้มีภูมิสถาปัตยกรรมที่ส่งเสริมเอกลักษณ์ ความเขียวขจี สะอาด และสวยงาม (Green ,Clean and Beautiful) และโครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและสวนสาธารณะ

เอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ คือ วัฒนธรรม และธรรมชาติ ซึ่งทางจังหวัดได้รับมอบจากมติ ครม. ว่าเป็น “The Most Splendid City of Culture” เรื่องวัฒนธรรมสามารถแยกออกได้หลายด้าน ได้แก่ ด้านอาหาร วิถีชีวิต ศิลปะ ในอดีตการท่องเที่ยวจะเป็นเรื่องของวิถีชีวิต และสถานที่ ได้แก่ ดอยสุเทพ วัดวาอารามต่างๆ แต่ปัจจุบันการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมได้มีการแตกแขนงหลากหลายมากขึ้น เช่น การเปิดคอร์สทำอาหารล้านนา การสาธิต/การเรียนรู้การปลูกข้าว การอยู่อาศัยกับชาวชนบท การไหว้พระ ๗ วัด เป็นต้น ส่วนเรื่องธรรมชาติ ถึงแม้เชียงใหม่จะเทียบความสมบูรณ์ของธรรมชาติกับประเทศจีน หรือพม่าไม่ได้ แต่ยังสามารถเป็นจุดหมายแก่นักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะเรื่องการเดินป่า และในช่วงสิบปีที่ผ่านมาจะเป็นการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติแบบ Soft Adventure คือ การท่องเที่ยวที่มีอันตรายน้อย ไม่ใช่การผจญภัยหรือท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เช่น การล่องแพ ปีนเขา เป็นต้น

๔.๑.๖ สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สำคัญของภาคเหนือ โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในส่วนของโรงแรมและภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์จังหวัดของเชียงใหม่ รายได้ต่อหัว จำนวนประชากร ระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๘ – ๒๕๕๒ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และผลิตภัณฑ์จังหวัดของจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๒ ยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น ๑๓๒ ,๐๙๘ ล้านบาท และรายได้ต่อหัวเป็น ๘๒,๗๕๒ บาทต่อหัว

จากข้อมูลทางการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถึงสถานการณ์การท่องเที่ยว ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. ๒๕๕๓ พบว่า มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น หากเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๕๒ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๖.๐๗ ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวจากทางภาครัฐ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยดึงดูดจากงานเทศกาลงานประเพณี อาทิ การจัดงานประเพณีสงกรานต์ งานประเพณีลอยกระทงยี่เป็ง และมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ นอกจากนี้ความสวยงามของธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม เป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๖.๕๗ โดยลักษณะการเดินทางนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะเดินทางมาคนเดียว โดยนิยมเดินทางด้วยเครื่องบิน รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง ตามลำดับ

สำหรับนักท่องเที่ยวคนไทย แม้จำนวนการเดินทางจะยังคงเพิ่มขึ้น แต่อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๘๖ ทั้งนี้คนไทยส่วนใหญ่เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มอายุของคนไทยที่เดินทางมากเป็นอันดับแรก คือกลุ่มอายุ ๑๕-๒๔ ปี

รองลงมาคือ กลุ่มอายุ ๒๕-๓๔ ปี และการเดินทางของนักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่ยังคงเป็นการเดินทางภายในภูมิภาคเดียวกัน

สำหรับการเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ย ๓.๓๙ วัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน ๒,๗๘๓.๙๑ บาท ส่วนนักทัศนอาจริมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ ๒,๐๕๔.๗๖ บาท เมื่อรวมรายได้ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่เท่ากับ ๓๙,๕๐๗.๐๓ ล้านบาท โดยผู้เยี่ยมเยือนมีค่าใช้จ่ายระหว่างอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน ๒,๗๒๘.๖๘ บาท

ส่วนด้านสถานการณ์การพักแรม พบว่าจำนวนห้องพักในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน ๒๓,๒๙๒ ห้อง เพิ่มขึ้นจากปีก่อนคิดเป็นร้อยละ ๓.๕๕ และอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั้งปีเท่ากับ ๓๐.๙๙ ลดลงจากเดิมร้อยละ ๐.๘๔ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยในสถานพักแรมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเป็น ๒.๑๕ วัน

กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งมีสัดส่วน ๗๐:๓๐

นักท่องเที่ยวชาวไทย มาจากภาคกลาง กรุงเทพฯ และภาคตะวันออกมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคใต้ และภาคอีสาน ตามลำดับ มีระยะเวลาในการพักอยู่ประมาณ ๒.๗-๒.๘ วัน

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มาจากทางทวีปยุโรป และเอเชีย มีสัดส่วนที่มากกว่าทางอเมริกา ซึ่งจะมีฤดูกาลท่องเที่ยวเฉพาะในช่วงฤดูหนาว มีระยะเวลาในการพักอยู่ประมาณ ๓ .๑-๓.๒ วัน

ตารางที่ ๔.๑ แสดงจำนวนนักท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย และรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ.๒๕๕๓

	นักท่องเที่ยว ชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	๓,๓๔๕,๖๒๙	๑,๖๙๕,๒๘๘	๕,๐๔๐,๙๑๗
นักท่องเที่ยว	๒,๔๖๕,๓๒๘	๑,๔๗๙,๐๘๗	๓,๙๔๔,๔๑๕
นักทัศนอาจริ	๘๘๐,๓๐๑	๒๑๖,๒๐๑	๑,๐๙๖,๕๐๒
จำนวนวันพักเฉลี่ย (วัน)	๓.๒๒	๓.๖๘	๓.๓๙
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	๒,๓๗๘.๐๐	๒,๓๗๘.๐๐	๒,๓๗๘.๐๐
นักท่องเที่ยว	๒,๔๑๒.๑๗	๓,๓๒๖.๔๐	๒,๗๘๓.๙๑
นักทัศนอาจริ	๒,๐๖๙.๘๐	๑,๙๙๓.๕๑	๒,๐๕๔.๗๖
รายได้ (ล้านบาท)	๒๐,๙๗๕.๕๕	๒๐,๙๗๕.๕๕	๒๐,๙๗๕.๕๕

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว (๒๕๕๔)

๔.๑.๗ กลุ่มทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นจำนวนมาก แบ่งออกเป็น ๙ กลุ่ม ดังนี้

๑) กลุ่มแหล่งท่องเที่ยววัดในตัวเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ คือ วัดต่างๆ รวม ๘๖ วัด วัดที่สำคัญ คือ วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรมหาวิหาร วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร วัดเจดีย์หลวง วัดสวนดอก วัดเจ็ดยอด วัดเชียงใหม่ วัดชัยศรีภูมิ วัดบุพผาราม วัดชัยมงคล วัดนันทาราม วัดร่ำเปิง (ตโปทาราม) วัดแสนฝาง วัดพันเตา วัดพันอ้น และวัดที่มีชื่อเป็นมงคลตามคติความเชื่อ เช่น วัดหมื่นล้าน วัดหมื่นเงินกอง วัดหม้อคำตวง วัดดวงดี วัดลอยเคราะห์ วัดดัลภัย วัดชัยพระเกียรติ

๒) กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในตัวเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ประตูเมือง กำแพงเมือง กำแพงดิน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ และย่านนักท่องเที่ยวในซอยข้างม่อย ถนนท่าแพ ตลาดวโรรส ถนนพระปกเกล้า ศูนย์สินค้าพื้นเมือง (ไนท์บาร์ซ่า) ศูนย์วิจัยชาวเขา ศูนย์วัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่ ถนนคนเดิน ท่าแพ วัดอาทิตย์ และถนนคนเดิน ถนนวัวลาย วันเสาร์ นอกจากนั้น ก็ยังมีประเพณีพิธีกรรมที่สำคัญเป็นประจำทุกปี คือ เดือนเมษายน (หรือเดือนเจ็ด ตามการนับเดือนของชาวล้านนา) มีประเพณีสงกรานต์ คำหัว ประเพณีสืบชะตาบ้านเมือง บวชลูกแก้ว และพิธีสู่ขวัญ และเดือน พฤศจิกายน (หรือเดือน ยี่ ตามการนับเดือนของชาวล้านนา) มีประเพณีเดือนยี่เป็ง (ลอยกระทง)

๓) กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวดอยสุเทพ อยู่ใกล้ตัวเมืองมากที่สุด ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ บริเวณตั้งแต่เชิงดอยสุเทพไปจนถึงยอดดอยสุเทพ ประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ น้ำตกห้วยแก้ว วัดพระธาตุดอยสุเทพ ผาเงิบ บ้านแม่ดอยปุย อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย บ้านแม่ดอยช่างเคียน สวนรุกขชาติห้วยแก้ว วังบัวบาน สวนสัตว์เชียงใหม่ พิพิธภัณฑ์ไนท์ซาฟารี รวมไปถึงแหล่งบันเทิงต่างๆ

๔) กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบนน้ำตกแม่สา อยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ไปทางเส้นทางเชียงใหม่ - ฝาง ประมาณ ๑๖ กิโลเมตร แยกเข้าสู่เส้นทางแมริม - สะเมิง แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานกล้วยไม้ หรือสวนสายน้ำผึ้ง หมู่บ้านแม่แม่สาใหม่ น้ำตกแม่สา รีสอร์ทต่างๆ น้ำตกตาดหมอก น้ำตกแม่ยี่ม ปางช้างแม่สา ไป่งแยง

๕) กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มถ้ำเชียงดาว อยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ไปตามเส้นทางเชียงใหม่-ฝาง ประมาณ ๗๒ กิโลเมตร ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม ได้แก่ ถ้ำเชียงดาว ถ้ำบริจินดา ศูนย์ฝึกลูกช้างเชียงดาว ไร่ชาเรมิงค์ อนุสาวรีย์และค่ายจำลองสมเด็จพระนเรศวรมหาราช วัดพระธาตุมะเมืองงาย หมู่บ้านแม่ห้วยลึก ไป่งเตอดป่าแป้ เชื้อนแม่จัดสมบูรณ์ชล

๖) กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวท่าตอน เป็นจุดที่มีการสัญจรทั้งทางบก ทางน้ำ ซึ่งเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ เนื่องจากสามารถเดินทางไปยังจังหวัดเชียงราย โดยแม่น้ำกก และทางรถยนต์ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ แหล่งที่พักราคาถูกและสัมผัสธรรมชาติ วัดท่าตอน แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง เช่นดอยอ่างขาง บ่อน้ำร้อนฝาง บ่อน้ำมันฝาง เป็นต้น

๗) กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มสันกำแพง เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้แก่ วัดเชียงแสน ถ้ำเมืองออน น้ำพุร้อนสันกำแพง เทศกาลร่มบ่อสร้าง

๘) กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวดอยอินทนนท์ อยู่ทางด้านทิศใต้ของจังหวัดเชียงใหม่ ระยะทางประมาณ ๖๐ กิโลเมตร จากตัวเมืองประกอบด้วยกลุ่มพื้นที่อำเภอจอมทอง อำเภอแม่แจ่ม อำเภอสันป่าตอง อำเภอฮอด เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้แก่ วัดพระธาตุศรีจอมทอง พระมหาธาตุุนภเมทนีดลและพระมหาธาตุุนภพลภูมิศิริ น้ำตกแม่กลาง น้ำตกสิริภูมิ ยอดดอยอินทนนท์ (สฎปอินทวิชยานนท์) บ่อน้ำพุร้อนเทพพนม จุดชมวิวกม.ที่ ๔๑ น้ำตกอีกกว่า ๑๔ แห่ง หมู่บ้านชาวเขาอีกกว่า ๔ แห่ง น้ำตกแม่ยะ น้ำตกวชิรธาร น้ำตกแม่ปาน บ้านแม่สุรินภูมิ หมู่บ้านแม่วทอผ้าขึ้นตีนจก ออบหลวง

๙) กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวดอยเต่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ อยู่ในระยะเริ่มแรกของการพัฒนา ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวดอยอินทนนท์ สถานที่สำคัญได้แก่ ทะเลสาบดอยเต่า และพระธาตุจอมเก็ง

สถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาของศูนย์เตือนภัยธุรกิจ ภาคเหนือ (Business Warning Center: BWC) คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า

ถนนคนเดิน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ถึงแม้ว่าจะมีการจัดงานเฉพาะวันเสาร์ และวันอาทิตย์เท่านั้น เนื่องจากถนนคนเดินมีความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นล้านนามาก ทั้งการแต่งกายพื้นเมืองของร้านค้า การจัดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกของล้านนาหรือของพื้นเมืองต่างๆ ประมาณร้อยละ ๗๐ และมีกิจกรรมที่น่าสนใจจำนวนมาก

ไนท์บาซาร์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ในเวลากลางคืนที่สำคัญของเชียงใหม่ โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แต่กำลังประสบปัญหาเรื่องภาพลักษณ์ที่ไม่สวยงาม มีแต่ภาพของแผงลอยริมถนนสองฝั่ง ซึ่งขณะนี้ทางภาครัฐ และศูนย์การค้าในบริเวณ ๗ แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าเดอะพลาซ่าเชียงใหม่ ศูนย์การค้ากาแลไนท์บาซาร์ ศูนย์การค้าเชียงใหม่ไนท์บาซาร์ ศูนย์การค้า ไอ.พี.เพลส เชียงใหม่ ศูนย์การค้าพาววิลเลียนไนท์บาซาร์ ตลาดอนุสาร และศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย มีความพยายามในการร่วมกันปรับปรุงภูมิทัศน์ แต่ติดปัญหาเรื่องนายทุนแผงลอยที่ไม่ยอม เพราะอาจสูญเสียรายได้ นอกจากนี้ยังประสบปัญหาเรื่องแรงงานต่าง

ตัวที่ถูกจ้างจากนายทุนแผงลอยขายสินค้า แสดงพฤติกรรมที่ไม่ดีแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เช่น ใช้วาจาที่ไม่สุภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจผิดว่าแรงงานดังกล่าวเป็นคนไทย และสร้างความเสื่อมเสียชื่อเสียงเป็นอย่างมาก

ร้านอาหารแบบล้านนา ซึ่งมีคุ้มขันโตก และขันโตกศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่เป็นร้านที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์อุทกภัยของประเทศ ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์ แต่ก็ได้รับการชดเชยจากลูกค้าที่อพยพมาจากสถานการณ์อุทกภัยบางส่วน

บ้านถวาย เป็นพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าที่เป็นศิลปหัตถกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์แบบล้านนา ที่โดดเด่นแตกต่างจากประเทศอื่น และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของเชียงใหม่ ปัจจุบันได้มีการรวมตัวจัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย เพื่อร่วมกันดูแลเกี่ยวกับเรื่องของผลิตภัณฑ์ เรื่องการท่องเที่ยว และช่วยสร้างชื่อเสียงของบ้านถวายให้คงอยู่ เพราะเชียงใหม่เป็นเมืองของศิลปหัตถกรรม ประเพณีวัฒนธรรม สินค้าของที่ระลึกของไม้แกะสลักที่อยู่คู่กับเชียงใหม่มาตลอด โดยสินค้าในปัจจุบันของบ้านถวายมี ๒ ลักษณะ คือ สินค้าแบบดั้งเดิม และสินค้าที่มีการพัฒนาใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือนักลงทุนให้กลับมาบ้านถวายอีก ทางสมาคมได้มีความพยายามในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย สังเกตเห็นได้จากการนำวัสดุประเภทอื่นเข้ามาทดแทนการใช้ไม้อย่างเดียว เช่น ไม้เหลื่อใช้ ไม้ยราบ ไม้ลอยนำมาใช้ซ้ำ ช่วยในเรื่องของสิ่งแวดล้อม สำหรับจากสถานการณ์อุทกภัย การท่องเที่ยวของบ้านถวายไม่ค่อยได้รับผลดีเท่าที่ควร เพราะบ้านถวายเป็นสินค้าหัตถกรรมของตกแต่งบ้านเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่อพยพมาจากสถานการณ์ดังกล่าวจะประหยัดค่าใช้จ่ายเพื่อใช้ในการปรับปรุงบ้านหลังสถานการณ์มากกว่า

๔.๑.๘ นักท่องเที่ยว

ในเขตชุมชนเมืองเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางธุรกิจของภาคเหนือ เศรษฐกิจสาขาหลักในชุมชนเมืองแบ่งออกเป็น ๖ สาขา ได้แก่ การบริการและการท่องเที่ยว การค้า การเงินการธนาคาร การก่อสร้าง ธุรกิจสิ่งทอหัตถกรรม และอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยว นับว่าเป็นสาขาที่มีความสำคัญกับชุมชนเมืองเชียงใหม่เป็นอย่างมาก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยการเดินทางมาท่องเที่ยวเอง และการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวโดยที่พักรับนักท่องเที่ยว นักทัศนจร และผู้มาเยือน ประกอบด้วย โรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกะโล รีสอร์ท บ้านญาติ/เพื่อน ที่พักในพื้นที่ธรรมชาติต่างๆ

ตารางที่ ๔.๒ แสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์จังหวัด
รายได้ต่อหัว จำนวนประชากร ระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๘-๒๕๕๒

รายการ	๒๕๔๘	๒๕๔๙	๒๕๕๐	๒๕๕๑	๒๕๕๒
จังหวัดเชียงใหม่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร(ล้านบาท)	๑๑,๐๓๗	๑๑,๐๓๗	๑๑,๐๓๗	๑๑,๐๓๗	๑๑,๐๓๗
ผลิตภัณฑ์จังหวัด Gross Provincial Product (GPP) (ล้านบาท)	๑๐๐,๗๙๐	๑๐๐,๗๙๐	๑๐๐,๗๙๐	๑๐๐,๗๙๐	๑๐๐,๗๙๐
รายได้ต่อหัว (บาท)	๖๔,๒๒๐	๖๔,๒๒๐	๖๔,๒๒๐	๖๔,๒๒๐	๖๔,๒๒๐
จำนวนประชากร (พันคน)	๑,๕๖๙	๑,๕๖๙	๑,๕๖๙	๑,๕๖๙	๑,๕๖๙

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (๒๕๕๒)

แม้ว่าในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก แต่จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาลจะมีความแตกต่างกัน โดยในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง มิถุนายน จะเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนค่อนข้างน้อย ซึ่งจะกระทบต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเชียงใหม่ได้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ไม่มีการจัดการด้านอุปสงค์ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว แต่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึง มกราคม จะมีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาสู่เชียงใหม่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ทรัพยากรท่องเที่ยวและสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวถูกใช้งานจนเกินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และอาจเสื่อมโทรมได้หากขาดการบริหารจัดการที่ดี

การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในบางฤดูกาล ดังกล่าวข้างต้น กอปรกับนโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ด้วยการให้ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขาย โดยไม่คำนึงถึงความพร้อมและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งทางกายและทางสังคมในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีถึง ๑๓ แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพ อุทยานแห่งชาติสุเทพ-ปุย ถ้ำเชียงดาว และวัดเจดีย์หลวง เป็นต้น นอกจากนี้ ในอนาคตยังมีโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่อาจก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น โครงการกระเช้าไฟฟ้าขึ้นดอยหลวงเชียงดาว ซึ่งในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ยาก ทำให้แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวยังคงความบริสุทธิ์อยู่ แต่การสร้างกระเช้าไฟฟ้าให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงโดยง่ายอาจทำให้ระบบนิเวศอันบอบบางในแหล่งท่องเที่ยวเสียหาย หากไม่มีระบบการจัดการที่ดี

๔.๑.๙ สภาพปัญหาการท่องเที่ยว

ปัญหาด้านการท่องเที่ยวสามารถแยกได้เป็น ๕ ประเด็นหลัก คือ ปัญหาด้านอุปทานทางการท่องเที่ยว ปัญหาการพัฒนาสถานที่และสินค้าของการท่องเที่ยว ปัญหาด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ปัญหาสภาพแวดล้อม และปัญหาด้านนโยบายการท่องเที่ยว ดังนี้

๑) ปัญหาด้านอุปทานทางการท่องเที่ยว

๑.๑) ผู้ประกอบการมีการเพิ่มจำนวนมากเกินไปโดยเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้เกิดปัญหาอุปทานส่วนเกิน และไม่มีการควบคุม

๑.๒) การขาดการทำการตลาดสำหรับช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ทั้งการประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความต่อเนื่องของอุปสงค์

๑.๓) การแข่งขันทางด้านราคาระหว่างผู้ประกอบการ การแข่งขันทางด้านราคาของที่พัก โดยการลดราคาของห้องพักมากเกินไป อีกทั้งมีการนำเอาสถานการณ์การท่องเที่ยวมาจัดโปรแกรมลดราคา จนทำให้เสียมาตรฐานของด้านราคาของระบบการท่องเที่ยว

๒) ปัญหาการพัฒนาสถานที่และสินค้าของการท่องเที่ยว

๒.๑) การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมล้านนาที่เกิดจากการประยุกต์วัฒนธรรมไปตามกระแสของตลาดหรือวัฒนธรรมตะวันตกมากเกินไป ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ซึ่งเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน

๒.๒) การขาดการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัด โบราณสถาน รวมถึงหมู่บ้านชาวเขา หรือชนเผ่าต่างๆ เนื่องจากคนในพื้นที่ไม่ช่วยกันรักษาเอกลักษณ์ของความเป็นล้านนา แต่กลับนำเอกลักษณ์ดังกล่าวมาเป็นจุดขาย เพราะตอนนี้เสน่ห์ของความเป็นล้านนาเริ่มหายไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบการตกแต่งอาคาร สถานที่การแต่งกายพนักงานของทางตะวันตกมาใช้ จนมองไม่เห็นความเป็นล้านนา

๒.๓) การประชาสัมพันธ์เรื่องสถานที่ท่องเที่ยว เทศกาลหรืองานแสดงต่างๆ ที่ไม่ต่อเนื่องและจริงจัง เช่น ไนท์บาซาร์ขาดการประชาสัมพันธ์ ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งจำหน่ายสินค้า ของที่ระลึก ที่มีการจัดจำหน่ายทุกวัน เป็นต้น

๒.๔) ข้อมูลการท่องเที่ยวกระจัดกระจายไม่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

๒.๕) ขาดการจัดการเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ สำหรับการจัดกิจกรรมหรือมหกรรมการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ และสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับรวมทั้งไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศได้ในเวลาเดียวกัน ส่งผลทำให้สูญเสียกลุ่มนักท่องเที่ยวบางกลุ่มไป

๒.๖) เรื่องโลจิสติกส์ (Logistics) ทางด้านรถไฟยังไม่ดี เพราะรถไฟยังคงเป็นระบบเก่า ซึ่งขาดประสิทธิภาพในการขนส่ง

๓) ปัญหาด้านบุคลากรการท่องเที่ยว

๓.๑) ขาดแคลนบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะมัคคุเทศก์

๓.๒) มัคคุเทศก์ที่สามารถพูดภาษาต่างประเทศที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดได้ เช่น ภาษาเกาหลี ภาษาจีน ภาษาสเปน ภาษารัสเซีย เป็นต้น มีจำนวนไม่เพียงพอ

๓.๓) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้เกิดความขาดแคลนมัคคุเทศก์ที่มีความสามารถในจังหวัดอื่นๆ

๓.๔) บุคลากรของศูนย์ท่องเที่ยวของบางจังหวัดไม่เข้าใจเรื่องการท่องเที่ยว

๔) ปัญหาสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน

๔.๑) ปัญหาควันไฟจากการเผาป่าทำให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศยกเลิกการมาท่องเที่ยวจำนวนมาก

๔.๒) ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจากความเจริญทางวัตถุ ทำให้เสน่ห์ของกลุ่มวัฒนธรรมล้านนาเสื่อมถอยลง ทั้งมลภาวะทางอากาศ ทางน้ำ และขยะมูลฝอย

๔.๔) ขาดการดูแลเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

๔.๕) ระบบการคมนาคมและระบบขนส่งมวลชนยังไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕) ปัญหาด้านนโยบายการท่องเที่ยว

๕.๑) ความไม่ต่อเนื่องของนโยบาย และการไม่สานต่อของนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดเป็นประโยชน์อย่างแท้จริง

๕.๒) ความไม่ร่วมมือกันในการทำงานของทั้งภาครัฐทั้งในส่วนกลาง และส่วนท้องถิ่น สมาคมธุรกิจ และผู้ประกอบการ ทำให้ไม่สามารถแก้ปัญหาการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕.๓) การจัดสรรและการใช้งบประมาณของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบางพื้นที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการ ไม่สามารถบูรณาการเพื่อทำให้เกิดผลในภาพรวมได้

๕.๔) มีการระดมความคิดเห็น จัดประชุมสัมมนา ด้านการท่องเที่ยวบ่อยครั้ง แต่ไม่ได้รับการสนับสนุนตามที่ได้เสนอแนะ หรือตามที่ได้ร่วมหารือกัน ทำให้ขาดความเชื่อมั่นจากทุกภาคส่วน และทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือในการทำงาน

๔.๑.๑๐ ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

๑) ระยะสั้น

๑.๑) การปรับปรุงภูมิทัศน์ของเมืองให้มีความสวยงามอยู่ตลอด

๑.๒) การสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรื่องความมั่นคงของประเทศ และความปลอดภัยจากสถานการณ์ทางธรรมชาติ

๑.๓) การเตรียมความพร้อมในการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ให้กับทุกภาคส่วนไม่ใช่เฉพาะภาคการท่องเที่ยวเท่านั้น เช่น การวางแผน การบริหารความเสี่ยง การตลาด เป็นต้น

๑.๔) การพัฒนาและอบรมเจ้าหน้าที่ทางการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมทั้งทางด้านภาษา กิริยามารยาท และเรื่องการบริหาร

๑.๕) การสร้างเสริม และบ่มเพาะให้คนภายในพื้นที่ปรับเปลี่ยนทัศนคติให้ร่วมกันในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของจังหวัด

๒) ระยะยาว

๒.๑) การจัดการเรื่องระบบขนส่งมวลชนทั้งระดับมหภาคและจุลภาค โดยระดับมหภาคควรมีการขยายสนามบิน การสร้างรถไฟความเร็วสูง หรือรถไฟรางคู่ เพื่อใช้ในการคมนาคมขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพ และในระดับจุลภาค ควรมีการแก้ไขปัญหาจราจร ลดมลภาวะ รักษาโบราณสถานและสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต เช่น การทารถรางสำหรับการท่องเที่ยวและสัญจรภายในคูเมือง การจัดการระบบของรถสี่ล้อแดง รถบัส รถทัวร์ เป็นต้น

๒.๒) การเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น เพราะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อที่สูง ขยายระยะเวลาการพักให้นานมากขึ้นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ โดยอาจมีการจัดกิจกรรมที่สนับสนุนเรื่องธรรมชาติและวัฒนธรรม

๒.๓) การจัดการอย่างความต่อเนื่อง และระบบการจัดการที่ดีในเชิงนโยบาย และโครงการต่างๆ จากทางภาครัฐ มีโครงการที่เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง โดยเฉพาะการบริการจัดการศูนย์ประชุมนานาชาติที่กำลังจะเกิดขึ้น เพราะจะช่วยเสริมสร้างสภาพเศรษฐกิจของเชียงใหม่ และประเทศในภาพรวม รวมถึงความร่วมมือในการทำงานทั้งภาครัฐและเอกชน

๔.๑.๑๑ แนวโน้มของการท่องเที่ยว

๑) การจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก เฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ ๒๕๕๔ ช่วง ๑๔ ธันวาคม ๒๕๕๔ – ๑๔ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๕ จะส่งผลดีต่อภาคการท่องเที่ยวของเชียงใหม่

๒) หลังจากช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. ๒๕๕๕ เป็นต้นไป หรือหลังจากสถานการณ์น้ำท่วมของประเทศ ทางภาครัฐน่าจะมีการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศมากขึ้น

๓) จากสถานการณ์อุทกภัยทำให้เกิดการยกเลิกการจองห้องพัก และ/หรือเลื่อนกำหนดการออกไปเป็นช่วงต้นปี พ.ศ. ๒๕๕๕ แต่ยอดการจองห้องพักของปี พ.ศ. ๒๕๕๕ ก็ไม่ได้มีจำนวนการยกเลิก หรือเลื่อนออกไปมาก ซึ่งอาจทำให้ช่วงต้นปี พ.ศ. ๒๕๕๕ เกิดปัญหาความต้องการห้องพักขาดแคลนได้

๔) ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ประเทศไทยจะเป็นส่วนหนึ่งในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ขณะนี้มีการเตรียมความพร้อมจากเครือข่ายโรงแรมหลายเครือข่ายที่มีการเข้ามาลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น เช่น โรงแรมแมนดาริน โอเรียลเต็ล ดาราเทวี โรงแรมเลอ เมอริเดียน โรงแรมแชงกรีลา โรงแรมโฟรซีซั่น เป็นต้น และสายการบินที่บินตรงถึงเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น

๕) การท่องเที่ยวในเส้นทางของประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงกำลังเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งทางภาคเหนือตอนบนมีเส้นทางเชื่อมหลายประเทศ เพราะสามารถเดินทางทั้งทางรถ ทางเรือ และต่อด้วยทางเครื่องบิน ซึ่งประหยัดค่าใช้จ่ายโดยนักท่องเที่ยวมาเชียงใหม่ หรือแม่ฮ่องสอน สามารถเชื่อมโยงต่อไปยังประเทศลาวทางเรือ นอกจากนี้ยังมีเส้นทางแบบเส้นทางระยะยาว โดยอาจทำการเดินทางไปลาว บินหรือเดินทางด้วยรถไปยังกัมพูชา แล้วบินต่อไปเวียดนามได้

๖) ตลาด MICE (MICE: Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) คือการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะเพื่อจัดประชุมสัมมนาที่ต่างออกไปจากทั่วๆไป เพราะมีการใช้จ่ายในการประชุม สัมมนา

๔.๒ ความพึงพอใจของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ ๔.๓ จำนวนและร้อยละจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

N=๔๐๐

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	๑๘๔	๔๖.๐
หญิง	๒๑๖	๕๔.๐
อายุ		
๑๑ – ๒๐ ปี	๒๔.๘	๒๔.๘
๒๑- ๓๐ ปี	๓๐.๘	๓๐.๘
๓๑ – ๔๐ ปี	๑๒.๓	๑๒.๓
๔๑ – ๕๐ ปี	๑๔.๓	๑๔.๓
๕๐ – ๖๐ ปี	๑๓.๐	๑๓.๐
มากกว่า ๖๐ ปี	๕.๐	๕.๐

ตารางที่ ๔.๓ (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ถิ่นที่อยู่		
ประเทศไทย	๒๐๐	๕๐.๐
- ภาคเหนือ	๖๔	๑๖.๐
- ภาคกลาง	๕๖	๑๔.๐
- ภาคใต้	๓๙	๙.๘
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	๔๑	๑๐.๓
เอเชีย/ออสเตรเลีย	๔๐	๑๐.๐
- ยุโรป	๖๖	๑๖.๕
- อเมริกาเหนือ	๖๕	๑๖.๓
- อเมริกาใต้	๑๗	๔.๓
การศึกษา		
ประถมศึกษา	๓๐	๗.๕
มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา	๑๓๔	๓๓.๕
ปริญญาตรี	๑๔๓	๓๕.๘
ปริญญาโทขึ้นไป	๖๓	๑๕.๘
อื่นๆ	๓๐	๗.๕
อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	๕๑	๑๒.๘
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	๗๘	๑๙.๕
พนักงานบริษัทเอกชน	๗๕	๑๘.๘
รับจ้างทั่วไป	๒๖	๖.๕
แม่บ้าน	๓๓	๘.๓
เกษตรกรรวม	๑๗	๔.๓
นักเรียน/นักศึกษา	๖๓	๑๕.๘

ตารางที่ ๔.๓ (ต่อ)

N=๔๐๐		
คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท	๒๔	๖.๐
๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท	๑๐๗	๒๖.๘
๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท	๑๐๓	๒๕.๘
๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท	๘๓	๒๐.๘
๒๕,๐๐๐ บาทขึ้นไป	๘๓	๒๐.๘
เหตุผลในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว		
ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	๖๔	๑๖.๐
ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว	๗๕	๑๘.๘
ความสะดวกสบายของสถานที่ท่องเที่ยว	๔๔	๑๑.๐
ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	๓๕	๘.๘
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทางไปเที่ยว	๘๕	๒๑.๓
ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง	๒๕	๖.๓
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	๔๘	๑๒.๐
ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง	๒๔	๖.๐

จากตารางที่ ๔.๓ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ ๕๔.๐ เพศชาย ร้อยละ ๔๖.๐ มีอายุ ๒๑- ๓๐ ปี ร้อยละ ๓๐.๘ รองลงมาคือ ๑๑ - ๒๐ ปี ร้อยละ ๒๔.๘ และ ๔๑ - ๕๐ ปี ร้อยละ ๑๔.๓ ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวประเทศไทย ภาคเหนือ ร้อยละ ๑๖ .๐ รองลงมาคือ ภาคกลาง ร้อยละ ๑๔.๐ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป ร้อยละ ๑๖.๕ และมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเหนือ ร้อยละ ๑๖.๓

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ ๓๕.๘ รองลงมาคือ มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา ร้อยละ ๓๓.๕

ประกอบอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ ร้อยละ ๑๙.๕ รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ ๑๘.๘ และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ ๑๕.๘

รายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑ – ๑๕,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๒๖.๘ รองลงมาคือ ๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๒๕.๘ ๒๐,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท และ ๒๕,๐๐๐ บาทขึ้นไป ร้อยละ ๒๐ .๘ เท่ากัน

เหตุผลในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว มีความเห็นว่า ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทางไปเที่ยว ร้อยละ ๒๑.๓ รองลงมาคือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ ๑๘ .๘ และความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ ๑๖.๐ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๔ จำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุผลที่มาท่องเที่ยว

N=๔๐๐		
เหตุผลที่มาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลหลักที่มาเที่ยวในวัด		
- ทำกิจกรรมทางศาสนา (ทำบุญ/บริจาคทาน/สวดมนต์ไหว้พระ/บูชาศาสนสถาน)	๑๐๕	๒๖.๓
- พบพระภิกษุสามเณรหรือบุคคลในวัด	๔๓	๑๐.๘
- เที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ	๖๓	๑๕.๘
- พักผ่อนหย่อนใจ	๙๑	๒๒.๘
- สนใจศึกษาประวัติศาสตร์และความสำคัญของวัด	๗๓	๑๘.๓
- อื่นๆ	๕	๑.๓
รู้จักวัดที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อ		
- เป็นคนในพื้นที่	๖๗	๑๖.๘
- รับรู้จากบุคคลอื่น (เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก)	๕๕	๑๓.๘
- สื่อวิทยุ/สื่อโทรทัศน์	๗๖	๑๙.๐
- อินเทอร์เน็ต	๕๘	๑๔.๕
- ใบโฆษณา	๒๖	๖.๕
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	๕๙	๑๔.๘
- บริษัทท่องเที่ยว	๕๐	๑๒.๕
- อื่นๆ	๙	๒.๓

ตารางที่ ๔.๔ (ต่อ)

เหตุผลที่มาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ศาสนสถานและศาสนวัตถุของวัดที่พึงพอใจ		
- พระพุทธรูป	๑๐๔	๒๖.๐
- เจดีย์	๑๑๖	๒๙.๐
- โบสถ์-วิหาร	๘๔	๒๑.๐
- จิตรกรรมฝาผนัง	๖๓	๑๕.๘
- อื่นๆ	๓๓	๘.๓
ประสบการณ์การมาเที่ยวที่วัด		
- ครั้งแรก	๒๕๖	๖๔.๐
- ๒ - ๕ ครั้ง	๑๑๙	๒๙.๘
- ๕ - ๑๐ ครั้ง	๑๓	๓.๓
- มากกว่า ๑๐ ครั้ง	๑๒	๓.๐
ความรู้สึกในการกลับมาเที่ยวชมอีกครั้ง		
- มา	๒๔๖	๖๑.๕
- ไม่แน่ใจ	๑๔๒	๓๕.๕
- ไม่มา	๑๒	๓.๐

จากตารางที่ ๔.๔ พบว่า เหตุผลหลักที่มาเที่ยวในวัด คือ ทำกิจกรรมทางศาสนา (ทำบุญ/บริจาคทาน/สวดมนต์ไหว้พระ/บูชาศาสนสถาน) ร้อยละ ๒๖ .๓ รองลงมาคือ มีพักผ่อนหย่อนใจร้อยละ ๒๒.๘ และสนใจศึกษาประวัติศาสตร์และความสำคัญของวัด ร้อยละ ๑๘.๓

รู้จักวัดที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อ คือ เป็นคนในพื้นที่ ร้อยละ ๑๖ .๘ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ/สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ ๑๙ .๐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ ๑๔ .๘ และมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ ๑๔.๕

ศาสนสถานและศาสนวัตถุของวัดที่พึงพอใจ คือ เจดีย์ ร้อยละ ๒๙ .๐ รองลงมาคือ พระพุทธรูป ร้อยละ ๒๖.๐ และโบสถ์-วิหาร ร้อยละ ๒๑.๐

ประสบการณ์การมาเที่ยวที่วัด คือ มาครั้งแรก ร้อยละ ๖๔.๐ รองลงมาคือ ๒ - ๕ ครั้ง ร้อยละ ๒๙.๘

ความรู้สึกในการกลับมาเที่ยวชมอีกครั้ง คือ มา ร้อยละ ๖๑.๕ รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ ร้อยละ ๓๕.๕ และไม่มา ร้อยละ ๓.๐

ตารางที่ ๔.๕ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว
และการจัดการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

N = ๔๐๐

ที่	ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
๑	วัดได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์	๓.๖๙	๐.๘๘	มาก	๔
๒	การจัดภูมิทัศน์ของวัดมีความสวยงาม ร่มรื่น	๓.๗๓	๐.๘๕	มาก	๓
๓	บรรยากาศภายในวัด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	๓.๓๒	๑.๔๔	ปานกลาง	๗
๔	สถานที่ต่างๆ ในวัดมีประวัติความเป็นมาให้ศึกษาเป็นอย่างดี	๓.๕๒	๑.๒๖	มาก	๕
๕	การจัดสถานที่ที่เหมาะสมกับความเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์	๓.๔๒	๑.๓๙	มาก	๖
๖	การจัดสถานที่ที่มีความปลอดภัยทั้งด้านโครงสร้างศาสนสถานและผู้เที่ยวชม	๓.๙๙	๐.๖๙	มาก	๑
๗	เป็นสถานที่ๆ น่าประทับใจ และมีความรู้สึกต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง	๓.๙๕	๐.๙๓	มาก	๒
รวม		๓.๖๖	๐.๕๙	มาก	

จากตารางที่ ๔.๕ พบว่า ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๖๖ เรียงตามลำดับ ๓ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การจัดสถานที่ที่มีความปลอดภัยทั้งด้านโครงสร้างศาสนสถานและผู้เที่ยวชม ค่าเฉลี่ย ๓.๙๙ เป็นสถานที่ๆ น่าประทับใจ และมีความรู้สึกต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง ค่าเฉลี่ย ๓.๙๕ การจัดภูมิทัศน์ของวัดมีความสวยงาม ร่มรื่น ค่าเฉลี่ย ๓.๗๓ และบรรยากาศภายในวัด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ๓.๓๒

ตารางที่ ๔.๖ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว
และการจัดการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม

N = ๔๐๐

ที่	ด้านสิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
๑	มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว	๓.๘๓	๐.๙๑	มาก	๒
๒	ห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอสำหรับ นักท่องเที่ยว	๓.๔๓	๑.๑๐	มาก	๖
๓	การคมนาคมสะดวกสบายและเพียงพอ	๓.๘๖	๐.๙๖	มาก	๑
๔	มีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่างๆ	๓.๓๖	๑.๑๕	ปานกลาง	๗
๕	ป้ายบอกทางมีความโดดเด่น อ่านง่าย	๓.๒๔	๑.๔๒	ปานกลาง	๘
๖	มีแผนที่บอกสถานที่ต่างๆ อย่างชัดเจน	๓.๗๑	๐.๙๘	มาก	๓
๗	มีร้านอาหารถูกสุขลักษณะ	๓.๐๓	๑.๒๐	ปานกลาง	๑๐
๘	ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคมีความยุติธรรม	๓.๔๔	๑.๓๗	มาก	๕
๙	มีความปลอดภัยของทรัพย์สิน	๓.๖๑	๑.๑๑	มาก	๔
๑๐	มีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว	๓.๑๙	๑.๓๖	ปานกลาง	๙
รวม		๓.๔๗	๐.๖๕	มาก	

จากตารางที่ ๔.๖ พบว่า ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๗ เรียงตามลำดับ ๓ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การคมนาคมสะดวกสบายและเพียงพอ ค่าเฉลี่ย ๓.๘๖ มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ๓.๘๓ และ มีแผนที่บอกสถานที่ต่างๆ อย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย ๓.๗๑

ส่วนความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ๓ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ป้ายบอกทางมีความโดดเด่น อ่านง่าย ร้อยละ ๓.๒๔ มีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ร้อยละ ๓.๑๙ และมีร้านอาหารถูกสุขลักษณะ อยู่ ค่าเฉลี่ย ๓.๐๓

**ตารางที่ ๔.๗ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว
และการจัดการท่องเที่ยวด้านบุคลากร**

N = ๔๐๐

ที่	ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
๑	มีผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	๓.๑๑	๑.๕๖	ปานกลาง	๔
๒	มีผู้แนะนำข้อปฏิบัติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเยี่ยมชมศาสนสถาน	๓.๓๑	๑.๓๙	ปานกลาง	๓
๓	มีการรับฟังข้อเสนอแนะ นำไปปรับปรุงแก้ไข	๓.๐๓	๑.๔๖	ปานกลาง	๕
๔	มีผู้ให้ความรู้ธิบายความเชื่อเกี่ยวกับ ศาสนสถานและประเพณีพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง	๒.๙๔	๐.๙๐	ปานกลาง	๖
๕	มีผู้ให้ความรู้ธิบายหลักธรรมทางศาสนาให้เข้าใจได้ง่าย	๓.๗๐	๐.๘๓	มาก	๑
๖	ผู้นำเที่ยวไม่มีการแนะนำไปสู่การท่องเที่ยวในแหล่งอบายมุขหรือทางเสื่อมเสียในขณะที่นำเที่ยวในวัด	๓.๕๕	๑.๑๗	มาก	๒
รวม		๓.๒๗	๐.๗๑	ปานกลาง	

จากตารางที่ ๔.๗ พบว่า ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ๓.๒๗ เรียงตามลำดับ ๒ ลำดับจากมากไปหาน้อยในระดับมาก ดังนี้ มีผู้ให้ความรู้ธิบายหลักธรรมทางศาสนาให้เข้าใจได้ง่าย ค่าเฉลี่ย ๓.๗๐ และ ผู้นำเที่ยวไม่มีการแนะนำไปสู่การท่องเที่ยวในแหล่งอบายมุขหรือทางเสื่อมเสียในขณะที่นำเที่ยวในวัด ค่าเฉลี่ย ๓.๕๕

ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ๔ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีผู้แนะนำข้อปฏิบัติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเยี่ยมชมศาสนสถาน ค่าเฉลี่ย ๓.๓๑ มีผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย ๓.๑๑ มีการรับฟังข้อเสนอแนะ นำไปปรับปรุงแก้ไข ค่าเฉลี่ย ๓.๐๓ มีผู้ให้ความรู้ธิบายความเชื่อเกี่ยวกับ ศาสนสถานและประเพณีพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง ค่าเฉลี่ย ๒.๙๔

ตารางที่ ๔.๘ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว
และการจัดการท่องเที่ยวด้านประชาสัมพันธ์

N = ๔๐๐

ที่	ด้านประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
๑	มีการประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ	๓.๒๙	๑.๓๓	ปานกลาง	๑
๒	ความสะดวกในการติดต่อกับฝ่ายประชาสัมพันธ์	๒.๔๔	๑.๐๕	น้อย	๒
รวม		๒.๘๗	๐.๙๐	ปานกลาง	

จากตารางที่ ๓.๘ พบว่า ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวด้านประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ๒.๘๗ เรียงตามลำดับ ๒ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ ค่าเฉลี่ย ๓.๒๙ และความสะดวกในการติดต่อกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย ๒.๔๔

ตารางที่ ๔.๙ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว
และการจัดการท่องเที่ยวด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว

N = ๔๐๐

ที่	ด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
๑	วิธีการนำเสนอข้อมูลมีความแปลกใหม่และน่าสนใจ	๓.๔๗	๐.๙๘	มาก	๑
๒	มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	๓.๒๐	๑.๒๙	ปานกลาง	๒
รวม		๓.๓๔	๑.๐๓	ปานกลาง	

จากตารางที่ ๓.๙ พบว่า ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ๓.๓๔ เรียงตามลำดับ ๒ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ วิธีการนำเสนอข้อมูลมีความแปลกใหม่และน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย ๓.๔๗ และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย ๓.๒๐

ตารางที่ ๔.๑๐ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว
และการจัดการท่องเที่ยวรวมด้าน

N = ๔๐๐

ที่	สถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
๑	ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	๓.๖๖	๐.๕๙	มาก	๑
๒	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	๓.๔๗	๐.๖๕	มาก	๒
๓	ด้านบุคลากร	๓.๒๗	๐.๗๑	ปานกลาง	๔
๔	ด้านประชาสัมพันธ์	๒.๘๗	๐.๙๐	ปานกลาง	๕
๕	ด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว	๓.๓๔	๑.๐๓	ปานกลาง	๓
รวม		๓.๔๒	๐.๕๘	มาก	

จากตารางที่ ๔.๑๐ พบว่า ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวรวมด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๒ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๖๖ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๗

ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้าน กลยุทธ์การท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ๓.๓๔ ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย ๓.๒๗ และด้านประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ๒.๘๗

ตารางที่ ๔.๑๑ จำนวนและร้อยละจำแนกตามสิ่งที่วัดควรปรับปรุง

ที่	สิ่งที่ควรปรับปรุง	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ
๑	การดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยในบริเวณวัด	๒๒๐	๕๕.๐	๖
๒	ศาสนสถาน	๒๓๕	๕๘.๘	๔
๓	ศาสนวัตถุ	๘๒	๒๐.๕	๑๓
๔	การจัดหาถังขยะและจัดระเบียบสถานที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ	๓๑๙	๗๙.๘	๑
๕	จัดบริการสถานที่จอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย	๒๐๕	๕๑.๓	๑๐
๖	จัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	๒๓๐	๕๗.๕	๙
๗	จัดกิจกรรมส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรู้จักเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยว	๘๗	๒๑.๘	๑๒
๘	การดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำ	๒๙๖	๗๔.๐	๒
๙	การจัดจำนวนห้องน้ำให้เพียงพอ	๒๓๔	๕๘.๕	๕
๑๐	ควรมีร้านอาหารและเครื่องดื่มบริการที่สะอาดและเพียงพอ	๒๑๗	๕๔.๓	๘
๑๑	ควรมีเอกสาร/หนังสือแนะนำวัด ข่ายหรือแจกแก่นักท่องเที่ยว	๒๑๙	๕๔.๘	๗
๑๒	ควรเพิ่มจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	๑๓๗	๓๔.๓	๑๑
๑๓	ควรมีแผนผังแสดงแหล่งท่องเที่ยวในวัด	๒๔๒	๖๐.๓	๓
๑๔	อื่นๆ	๒๐	๕.๐	๑๔

จากตารางที่ ๔.๑๑ พบว่า สิ่งที่วัดควรปรับปรุง เรียงตามลำดับ ๓ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การจัดหาถังขยะและจัดระเบียบสถานที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ ร้อยละ ๗๙.๘ การดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำ ร้อยละ ๗๔.๐ และ ควรมีแผนผังแสดงแหล่งท่องเที่ยวในวัด ร้อยละ ๖๐.๓

ข้อเสนอแนะที่วัดควรปรับปรุง

ปัญหาสำคัญของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการประมวลสรุปจำแนกได้เป็นประเด็นใหญ่ๆ มีรายละเอียดดังนี้ได้ดังนี้

๑) ปัญหาความเสื่อมโทรมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่มีปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านกายภาพ และสภาพแวดล้อม อันเนื่องมาจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนมีจำนวนมากจนเกินไป ทำให้วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น สงกรานต์ และปีใหม่ สำหรับประเด็นปัญหาทางด้านกายภาพที่สำคัญของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาทัศนอัปลักษณ์ อันเกิดจากสถาปัตยกรรมแปลกปลอม หรือมีสิ่งปลูกสร้างบดบังทัศนียภาพของศาสนสถาน ซึ่งเป็นสถานที่ประวัติศาสตร์ที่ปะปนกัน โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากการขาดการใช้บังคับผังวัดอย่างเคร่งครัดและถูกต้อง ทำให้พื้นที่ในวัดมีสภาพไร้ระเบียบ และเกิดความแออัด จนเป็นผลเสียต่อทัศนียภาพของความเป็นโบราณสถานสำคัญ นอกจากนี้ ความเสื่อมโทรมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ยังเกิดขึ้นจากการดัดแปลงสภาพดั้งเดิมของศาสนสถานด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ และการขาดระบบการจัดการมลภาวะ

ตารางที่ ๔.๑๒ แสดงประเด็นปัญหาของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

แหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม	ประเด็นปัญหา
วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพ	ปัญหาขยะ ภูมิทัศน์ น้ำเสีย ดินทรุด
วัดเชียงใหม่	ระบบสื่อความหมาย การจัดการมัคคุเทศก์
วัดพระสิงห์วราวิหาร	ระบบสื่อความหมาย การจัดการมัคคุเทศก์
วัดเจดีย์หลวง	ระบบสื่อความหมาย การจัดการมัคคุเทศก์
วัดเจ็ดยอด	ระบบสื่อความหมาย การจัดการมัคคุเทศก์
วัดสวนดอก	ระบบสื่อความหมาย การจัดการมัคคุเทศก์
วัดถ้ำเชียงดาว	ระบบสื่อความหมาย มัคคุเทศก์ ขยะ
โบราณสถานและวัดร้าง	การบูรณการ การจัดการ

๒) ปัญหาด้านสาธารณูปโภคและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการเอดนทางและจราจรที่คับคั่ง ซึ่งมีสาเหตุใหญ่มาจากการขาดระบบขนส่งมวลชนในเขตเมือง นอกจากนี้ ยังมีขยะซึ่งเป็นปัญหาที่เรื้อรังมายาวนาน โดยเฉพาะในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เนื่องจากมีปริมาณขยะเกิดขึ้นในชุมชนกว่า ๒๘๐ ตันต่อวัน ซึ่งมากกว่าขีดความสามารถในการเก็บ

รวบรวมของเทศบาล ทำให้ในแต่ละวัดจะมีขยะตกค้างอยู่จำนวนมาก รวมทั้งปัญหาพื้นที่ฝังกลบและเครื่องมือกำจัดขยะที่มีจำกัด นอกจากนี้ ความปลอดภัยของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น พาหนะเดินทางก็มีความสำคัญต่อสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการเดินทางในเมืองเชียงใหม่ซึ่งขาดระบบขนส่งมวลชนที่ดี รวมทั้งทางเดินเท้าและทางจักรยานที่ยังขาดความปลอดภัย รวมไปถึงปัญหาด้านสุขอนามัย เช่น จำนวนห้องน้ำไม่เพียงพอ และความสะอาดของห้องน้ำของวัดที่บางแห่งยังขาดการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ทำให้เสียภาพลักษณ์ของการเป็นศาสนสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ได้

๓) ปัญหาการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์นับว่าเป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชียงใหม่ แต่ปัจจุบันวัดในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในสภาวะล่อแหลมต่อการสูญเสียเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ได้ทำลายศาสนสถานและสถาปัตยกรรมแบบล้านนาดั้งเดิม ทำให้ขาดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และสูญเสียเสน่ห์ของตนเอง เพราะเป็นวัฒนธรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตแต่ดั้งเดิม และบิดเบือนความหมายอันดีงามที่มีมาแต่เก่าก่อน เช่น การก่อสร้างพระอุโบสถด้วยสถาปัตยกรรมแบบภาคกลาง การจัดสร้างอาคารด้วยสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ ดังนั้น การอนุรักษ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นได้ยาก หากวัดยังขาดความเข้าใจและความภูมิใจ หรือไม่มีจิตสำนึกที่จะรักษามรดกทางวัฒนธรรมของตน

๔) ปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ ยังขาดความเข้าใจเรื่องความสามารถในการรองรับของพื้นที่ โดยเฉพาะในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล จะมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมจำนวนมาก จนก่อให้เกิดความแออัดทั้งจำนวนนักท่องเที่ยว ยานพาหนะ และมีผู้ประกอบการค้าขายจำนวนมาก ตั้งอยู่ไม่เป็นสัดส่วน ขาดการบริหารจัดการทั้งในด้านความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความมีสุขอนามัย รวมไปถึงการบำบัดน้ำเสีย ทำให้วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพเป็นแหล่งเสื่อมโทรมได้

๕) ปัญหาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการโดยท้องถิ่น ความพยายามที่จะกระจายการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไปให้แก่ท้องถิ่น ในขณะที่ศักยภาพและความพร้อมของท้องถิ่นยังไม่เป็นที่ประจักษ์ชัด ส่งผลให้การจัดการของหน่วยงานท้องถิ่นขาดประสิทธิภาพ ไม่สามารถยับยั้งความเสื่อมโทรมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีปัญหาการสื่อความหมายทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความรู้ หรือความรู้ที่บิดเบือนจากความเป็นจริงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ความพอใจของนักท่องเที่ยวลดต่ำลง อีกทั้งการจัดการท่องเที่ยวในวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบที่คาบเกี่ยวของหลายหน่วยงาน การขาดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานจึงเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้การจัดการ และบำรุงรักษาไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

๔.๓ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด

จากผลการศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะนำไปสู่การนำเสนอรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด สามารถประมวลสรุปได้ดังนี้

๔.๓.๑ รูปแบบการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของวัด มีประเด็นดังต่อไปนี้

๑) การจัดทำผังการใช้สอยพื้นที่ของวัดตามบทบาทหน้าที่ เป็น ๓ เขต คือ

๑.๑) เขตพุทธาวาส เป็นพื้นที่ตั้งของศาสนสถานสำคัญ ซึ่งเป็นที่ประกอบ

พิธีกรรมทางศาสนาของพระสงฆ์และฆราวาส ได้แก่ พระวิหาร พระอุโบสถ พระเจดีย์ หอไตร เป็นต้น ซึ่งสามารถจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้ตามช่วงเวลาและบริเวณพื้นที่ที่เหมาะสม

๑.๒) เขตสังฆาวาส เป็นพื้นที่พักอาศัยของพระภิกษุสามเณร ควรเป็นพื้นที่ส่วนบุคคล สงบร่มรื่น อาคารสถานที่ส่วนนี้ ได้แก่ กุฏิ หอฉัน อาคารที่ประชุมสงฆ์ และอาคารสถานที่ก่อสร้างอื่นๆ ที่เป็นสถานที่ทำกิจกรรมเพื่อกิจของสงฆ์โดยเฉพาะ ไม่ดึงดูดให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวเข้าชม

๑.๓) เขตธรณีสงฆ์เพื่อให้การบริการชุมชนหรือเขตสาธารณะ เป็นพื้นที่ที่ใช้เป็นสถานที่ตั้งของอาคารสิ่งก่อสร้างและกิจกรรมที่ให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว เช่น เป็นที่ตั้งของศาสนสถานสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ให้ประชาชนเข้ากราบไหว้หรือปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา เป็นพื้นที่จัดงานประเพณีพิธีกรรมต่างๆ เช่น บริเวณลานวัด ศาลาศพ และเป็นพื้นที่ร้านค้า พื้นที่จัดตลาดนัดขายของ พื้นที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย พื้นที่ให้บริการอื่นๆ เช่น บริการนวด บริการยาสมุนไพร บริการขายดอกไม้ธูปเทียน บริการอาหารเครื่องดื่ม เป็นต้น

โดยทั่วไป เขตธรณีสงฆ์หรือเขตบริการชุมชน ควรตั้งอยู่บริเวณทางเข้าด้านหน้าของวัด เพราะเป็นเขตที่คึกคักมีเสียงรบกวน และมีเขตพุทธาวาสตั้งอยู่ตรงกลาง เป็นพื้นที่คั่นระหว่างเขตธรณีสงฆ์และเขตสังฆาวาส ซึ่งเป็นพื้นที่รโหฐาน ซึ่งจากการสำรวจ พบว่า วัดจำนวนมากไม่มีการจัดแบ่งพื้นที่ใช้สอยตามที่กล่าวมานี้อย่างชัดเจน ทำให้การก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างปะปนกัน ก่อให้เกิดความสับสนแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป และเป็นเหตุให้ทำลายทัศนียภาพของวัดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว

ดังนั้น การใช้ที่ดินและอาคารสิ่งก่อสร้างที่ตั้งผิดเขต ควรมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของแต่ละเขต เช่น การปรับเปลี่ยนให้กุฏิที่พักของพระสงฆ์ที่อยู่ในเขตบริการชุมชน ให้เป็นพิพิธภัณฑสถานหรืออาคารห้องสมุดของวัด อาคารประชาสัมพันธ์ ร้านค้า เป็นต้น สำหรับการจัดแบ่งเขตพื้นที่ระหว่างเขตต่างๆ ควรมีการก่อสร้างถนน ทางเท้า แนวไม้พุ่มหรือไม้ยืนต้น แปลงดอกไม้ คุน้ำ ร้วโปร่งทรงเตี้ย หรือมีการใช้ป้ายแบ่งเขตให้ชัดเจน เป็นต้น

๒) การจัดทำแผนพัฒนาวัดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

๒.๑) การจัดทำแผนพัฒนาสิ่งก่อสร้างและการใช้ที่ดินในอนาคต โดยเฉพาะการจัดสร้างอาคารสถานที่ใหม่ ควรมีแผนการพัฒนารองรับการก่อสร้างให้สอดคล้องกับพื้นที่ใช้สอยตามเขตต่างๆ หรือการปรับขยายเขตพื้นที่ให้เหมาะสมและเป็นสัดส่วนไว้ล่วงหน้า

๒.๒) การวางแผนการก่อสร้างสถาปัตยกรรมใหม่ ควรมีการวางแผนการก่อสร้างในตำแหน่งหรือขนาดความสูงที่ไม่บดบังทัศนียภาพหรือลดทอนคุณค่าของศาสนสถานในเขตพุทธาวาส ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญของวัด และต้องมีรูปร่างทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมของสิ่งปลูกสร้างเดิม โดยเฉพาะศาสนสถานในเขตพุทธาวาส

๒.๓) การวางแผนพัฒนาสิ่งบริการที่จัดสร้างใหม่ ควรมีการวางแผนพัฒนาที่เหมาะสม เช่น วัดที่มีนักท่องเที่ยวเข้าชมเป็นจำนวนมาก ก็ควรมีสถานที่บริการที่เหมาะสมทั้งในด้านขนาด ปริมาณ หรือการจำกัดจำนวนผู้เข้าชม เช่น จำนวนห้องน้ำ พื้นที่ทางเดิน ลานจอดรถ เป็นต้น

๒.๔) การวางแผนจัดสภาพแวดล้อมของวัดใหม่ เช่น การเขียนป้ายชื่อวัดและป้ายบอกเส้นทางภายในวัด รวมไปถึงการจัดทำป้ายแสดงประวัติความเป็นมาและความสำคัญของอาคารสถานที่สำคัญของวัด ซึ่งควรมีการเขียนด้วยภาษาไทย ภาษาล้านนา และภาษาสากล โดยจัดทำให้มีลักษณะและขนาดที่เหมาะสม การจัดสร้างสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่น เช่น การปลูกไม้ยืนต้น ไม้ประดับ ลานหญ้า การจัดทำที่นั่งพัก การจัดระบบความเรียบร้อยของร้านค้า ถังขยะ รวมไปถึงการบริหารจัดการเรื่องการค้าจัดขยะที่เป็นระเบียบและถูกต้อง เป็นต้น

๒.๕) การจัดระเบียบของที่ตั้งให้บริการและกิจกรรมอื่นๆ เช่น การวางผังพื้นที่ร้านค้า ร้านอาหาร แผงขายบูชาดอกไม้ธูปเทียน แผงขายสลากกินแบ่งรัฐบาล แผงเช่าบูชาพระเครื่อง พระพุทธรูป และวัตถุมงคลต่างๆ แผงขายหนังสือธรรมะ ควรจัดให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม ไม่เกะกะตามทางเท้าหรือลานจอดรถ หรือรูกล้ำเข้าไปในเขตพุทธาวาสอย่างไม่เหมาะสม รวมไปถึงการจัดตั้งตู้บริจาค ควรอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม มีการบอกวัตถุประสงค์และที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ชัดเจน นอกจากนี้ ควรจัดทำเอกสารเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาให้ชัดเจน โดยวางอยู่ใกล้กับตู้บริจาค

๓) การจัดทำแผนพัฒนาฟื้นฟูโบราณสถานหรือวัดร้างในจังหวัดเชียงใหม่

จากข้อมูลสถิติของสำนักพระพุทธศาสนาจังหวัดเชียงใหม่ปี ๒๕๕๑ พบว่า ในปัจจุบันมีวัดร้างที่ขึ้นทะเบียนแต่ยังไม่ได้รับการบูรณะทั้งสิ้นกว่า ๙๔๘ วัด จากจำนวนวัดทั้งหมด ๒,๒๐๑ วัด นอกจากนี้ที่ผ่านมา ยังพบการสร้างตึกกรมบ้านช่องเบียดบังทับซ้อนและบุกรุกพื้นที่วัดร้างเพื่อสร้างศูนย์การค้า อาคารพาณิชย์ และบ้านจัดสรรเป็นจำนวนมาก จนทำให้มหาเถรสมาคมกำหนดนโยบายนำพื้นที่วัดมาจัดสรรประโยชน์โดยให้ประชาชนเช่าในราคาถูกเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ และให้นำเงินที่จัดเก็บได้มาบำรุงพระพุทธศาสนาเพื่อเป็นการป้องกันการบุกรุกพื้นที่วัดร้างไปใช้ประโยชน์ส่วนตัว ในส่วนของการดูแลรักษาพื้นที่วัดร้างและจัดสรรประโยชน์ในการเช่าพื้นที่แล้ว ที่ผ่านมาสำนักพระพุทธศาสนา จ.เชียงใหม่ ยังสนับสนุนการบูรณะวัดร้างกลับมาเป็นวัดที่มีพระสงฆ์จำพรรษา

เหมือนวัดทั่วไป เหมือนเช่นวัดร้างที่บูรณะไปก่อนหน้านี้คือ วัดโลกโมฬี วัดอินทิล วัดหนองเจ็ดลิน วัดเชียงโฉม วัดดอยเก็ง อ.ดอยเต่า และวัดดอยสัพพัญญู อ.แม่วาง

นายจำลอง กิตติศรี กล่าวว่า “ยอมรับว่าการบูรณะวัดร้างใน จ.เชียงใหม่ อีก ๙๔๘ วัดที่เหลือนั้น เป็นเรื่องยากที่จะบูรณะวัดร้างให้กลับมาเป็นวัดที่มีพระสงฆ์จำพรรษาได้ตามเดิม เนื่องจากประชาชนในพื้นที่จะต้องเป็นตัวตั้งตัวตีในการบูรณะไม่ใช่ปล่อยให้หน่วยงานส่วนราชการเป็นผู้ดำเนินการแต่เพียงฝ่ายเดียว เพราะไม่เช่นนั้นแล้วหากมีการบูรณะเสร็จแต่ประชาชนไม่ให้ความร่วมมือ วัดที่บูรณะก็จะกลับไปเป็นวัดร้างอีกเช่นเดิม แต่หากประชาชนต้องการจะยกวัดร้างขึ้นมาบูรณะให้เป็นวัดที่มีพระสงฆ์จำพรรษานั้นมีข้อกำหนดหลักๆ ดังนี้คือ จะต้องมีการประชาชนจำนวนไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ คน หรือมากกว่า ๒๐๐ ครัวเรือนขึ้นไปให้การสนับสนุนการทำงานบำรุงวัด ต้องมีระยะทางห่างจากวัดอื่นไม่น้อยกว่า ๒ กิโลเมตร และจะต้องมีพระสงฆ์เข้ามาจำพรรษาอย่างน้อย ๔ รูปขึ้นไปด้วย”

อย่างไรก็ตาม ทางคณะสงฆ์ก็ได้ดำเนินการบูรณะปฏิสังขรณ์และฟื้นฟูให้เป็นวัดแล้วส่วนหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม จำนวนวัดร้างในเมืองเชียงใหม่ ยังมีอยู่จำนวนมาก ดังที่ พระเทพวรสิทธาจารย์ เจ้าอาวาสวัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร กล่าวว่า “จากจำนวนวัดที่มีทั้งหมดกว่า ๒,๐๐๐ วัด เป็นเครื่องพิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าในอดีต จ.เชียงใหม่ มีความเจริญทางพระพุทธศาสนามากเพียงใด แต่เมื่อกาลเวลาผ่านพ้นไปวัดหลายแห่งถูกละเลยกลายเป็นวัดร้างขาดการเหลียวแล ในฐานะที่อาตมาเป็นผู้ที่อยู่ภายใต้ร่มเงาของพระพุทธศาสนา จึงมีแนวความคิดบูรณะวัดร้างในที่ถูกละเลยให้กลับคืนมาเป็นวัดที่มีพระสงฆ์จำพรรษาเหมือนอดีต เพื่อเตือนสติให้คนในปัจจุบันที่หลงลืมและปล่อยปละละเลยสิ่งที่บรรพบุรุษสร้างไว้เพื่อเป็นที่เคารพบูชาตราบนิจถึงลูกถึงหลาน โดยเบื้องต้นเตรียมสร้างศาลาที่วัดอินทิล หรือวัดสะตือเมือง ขึ้นมาใหม่ เพื่อใช้ต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองและประกอบพิธีกรรมสำคัญทางศาสนาของชาวล้านนาเหมือนในอดีต ในการที่จะบูรณะวัดร้างนั้น เราควรเรียงลำดับว่าวัดใดสำคัญทางประวัติศาสตร์มากกว่ากัน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเมืองเชียงใหม่หรือเจ้าผู้ครองเมืองเชียงใหม่ในอดีตก็จะได้รับเลือกให้ดำเนินการบูรณะก่อน ทั้งนี้เนื่องจากงบประมาณที่ใช้บูรณะวัดร้างได้มาจากเงินบริจาคของประชาชนที่มีจิตศรัทธา ซึ่งต้องทำตามกำลังที่ทำได้”

พระเทพวรสิทธาจารย์ กล่าวว่า “อาตมารู้สึกเป็นห่วงและเสียดายโบราณสถานหรือวัดร้างใน จ.เชียงใหม่ ที่บรรพชนของเราเคยก่อสร้างไว้ถูกบุกรุกทำลายจนแทบไม่หลงเหลือเค้าโครงเดิมของความเจริญทางพระพุทธศาสนาไว้ให้คนรุ่นหลังมีโอกาสชื่นชม ดังนั้นในฐานะที่อาตมาเป็นผู้ทำหน้าที่ดำรงไว้ซึ่งพระพุทธศาสนาจึงจำเป็นต้องกระตุ้นให้เกิดการบูรณะวัดร้าง โดยหวังว่าสักวันหนึ่งวัดร้างที่มีเป็นจำนวนมากจะกลับมามีพระสงฆ์จำพรรษาและเจริญรุ่งเรืองอีกครั้ง ” พระเทพวรสิทธาจารย์ กล่าว ที่ผ่านมาบูรณะวัดร้างไม่ต่ำกว่า ๑๐ วัด อาทิ วัดดอยสัพพัญญู อ.แม่วาง วัดป็อกป่ายาง และวัดพระธาตุดอยสบบาง อ.แม่สาย วัดโลกโมฬี วัดหนองเจ็ดลิน และวัดเชียงโฉม ส่วนวัดที่อยู่

ระหว่างการบูรณะขณะนี้คือ วัดยางทอง และวัดเชียงโฉม ซึ่งที่ผ่านมาบูรณะวิหารไปแล้ว ส่วนวัดที่จะบูรณะต่อไปนั้น ได้แก่ วัดอินทิล วัดพันเสา วัดแสนตา วัดสันคยอม อ.แม่วาง วัดทับเตือ อ.แมริม และวัดป่าอ้อย อ.แมริม ตามลำดับ”

พระมหาชัยวิชิต ชยาภินนโท (โสภาราช) มหาบັນชิตพุทธศาสนตรบัณฑิต กล่าวว่า แนวทางการฟื้นฟูวัดร้างของพระเทพวรสิทธิธารจารย์ (ธงชัย สุวณฺณสิริ) ได้ข้อสรุปประเด็นแนวทางการฟื้นฟูวัดร้าง ดังนี้

๑. สนับสนุนในการจัดสรรงบประมาณเพื่อการบูรณปฏิสังขรณ์วัดร้างให้เป็นศูนย์กลางของชุมชน
๒. ส่งเสริมสนับสนุนด้านการบูรณะปฏิสังขรณ์วัดที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม ให้มีความมั่นคงแข็งแรงสวยงาม เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ของประชาชนทั่วไป
๓. ให้คำแนะนำ ประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ชุมชนที่ตั้งบ้านอยู่บริเวณวัด ให้ย้ายออก เพราะการฟื้นฟูวัดร้างทั้งหมด เป็นวัดที่ควรอนุรักษ์ เพราะเกิดจากความพยายามของชนรุ่นเก่า
๔. บริหารงานการจัดประชุมเชิงวิชาการแก่เจ้าอาวาสตามโครงการต่าง ๆ เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญและคุณค่าของการพัฒนา ฟื้นฟูวัดร้างให้มีพระสงฆ์อยู่จำพรรษา
๕. ติดตามประเมินผลการบูรณะ ฟื้นฟู ปฏิสังขรณ์วัดร้างอยู่เสมอ
๖. ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

๔.๓.๒ รูปแบบการจัดการด้านระบบสื่อความหมาย

- ๑) การจัดทำข้อมูลและฐานข้อมูลของวัดที่ถูกต้องในการเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยว บริษัทท่องเที่ยว และการเผยแพร่ในฐานข้อมูลสารสนเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายทั้งในด้านวัฒนธรรม ศาสนาและความเชื่อ รวมไปถึงทัศนคติส่วนตัว ทำให้ยังไม่มีความเข้าใจในวัฒนธรรมประเพณีที่ถูกต้องและลึกซึ้ง ปัญหาเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องผู้บริหารจัดการวัดจะต้องแสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาไปพร้อมกับการพัฒนาวัดด้วยในอนาคต ซึ่งถ้าหากวัดต่างๆ ได้ดำเนินการพัฒนาวัดอย่างถูกต้องและมีทิศทางแล้ว นอกจากจะเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับพระพุทธศาสนา การสร้างโอกาสในการเผยแผ่ศาสนาเพื่อปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมแก่ประชาชนแล้ว การท่องเที่ยวก็ยังเป็นผลพลอยได้จากการพัฒนาวัดอีกด้วย และการท่องเที่ยวเองก็จะเอื้อประโยชน์แก่วัดมากมาย
- ๒) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดในวันสำคัญหรือเทศกาลสำคัญต่างๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นที่มาของรายได้ เงินรายได้เมื่อไหลเข้าสู่กระแสเศรษฐกิจ ก็เกิดการกระจาย เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวชมวัด วัดก็จะได้รับประโยชน์ในรูปแบบของรายได้จากการประกอบธุรกิจต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น รายได้จากการให้เช่าบูชาพระเครื่อง การขาย

ดอกไม้ธูปเทียนเครื่องสักการบูชา การเก็บค่าที่จอดรถ เงินรายได้จากการบริจาคทรัพย์สินสิ่งของ และ การทำบุญในโอกาสพิเศษต่างๆ เงินและสิ่งของเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการเสริมงบประมาณแผ่นดินให้มีพอที่จะปฏิสังขรณ์ศาสนสถานให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ควรแก่การเป็นที่สักการะสถานต่อไป อีก ประการหนึ่งวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา มาก ย่อมกระตุ้นให้เกิดธุรกิจต่างๆ เป็นทางให้คนในท้องถิ่นมีรายได้เพื่อการยังชีพ เมื่อคนเหล่านี้มี เศรษฐกิจดีขึ้นย่อมจะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาเมื่อถึงเวลาและโอกาส เช่น การทำบุญตักบาตรในวันสำคัญทางศาสนาและเทศกาลสำคัญ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมและยังช่วยทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาให้ดำรงคงอยู่สืบทอดได้อีกทางหนึ่ง

๔.๓.๓ รูปแบบการจัดการด้านบุคลากรการท่องเที่ยวของวัด มีประเด็นดังต่อไปนี้

๑) การพัฒนาบุคลากรของวัดในด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับ มัคคุเทศก์แก่พระสงฆ์หรือบุคลากรภายในวัด เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สะท้อนให้วัดดำเนินไปในทิศทางบวก นั่นก็คือ นักท่องเที่ยวบางคนอาจเป็นนักเขียน นักข่าว เมื่อได้ไปเที่ยววัดได้พบเห็นสิ่งใดเกิดความประทับใจ หรือสิ่งบกพร่องเกิดความคับข้องใจ ก็จะกลับไปเขียนข่าว บทความหรือสารคดีเผยแพร่ให้ประชาชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบก็จะเป็นหนทางให้มีการแก้ไขปัญหานั้นทันที โดยเฉพาะการเรียกร้องให้หน่วยราชการเข้าไปดูแลปฏิสังขรณ์ให้อยู่ในสถานที่เหมาะสม และในบางกรณี การถ่ายภาพศิลปวัตถุสถาน อาจกลายเป็นหลักฐานสำคัญทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ แม้นักท่องเที่ยวธรรมดา เมื่อเห็นข้อดีและข้อด้อยของการไปเที่ยวชมวัดแล้ว ก็อดไม่ได้ที่จะชื่นชมหรือวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งเป็นข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องได้เช่นกัน ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสพบเห็นศิลปกรรมของวัดต่างๆ จะเป็นเครื่องยืนยันว่าคนไทยนั้นมีความเจริญรุ่งเรืองมาแต่อดีต โดยมีศิลปกรรมตามวัดเป็นหลักฐานทางวัตถุที่สำคัญและเป็นสิ่งกระตุ้นให้มีการตื่นตัวที่จะอนุรักษ์พัฒนาให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม หากมีการกระทำใดๆ ที่ไม่ถูกไม่ควร ก็จะมีคนคอยเป็นผู้ดูแล รวมทั้งต่อสู้ ขัดขวางการทำลายศิลปวัตถุอันเป็นสมบัติส่วนรวมของคนทั้งชาติ และการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสพบเห็นความวิจิตรตระการตาโอ่อ่าสง่างามของศาสนสถาน ได้พบเห็นจริยวัตรอันงดงามของพระสงฆ์ ก็อาจเกิดความเลื่อมใส สนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา หรือมีความตั้งใจจะทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาต่อไป

๒) การพัฒนาจริยธรรมการท่องเที่ยวในวัด โดยยึดหลักกัลยาณมิตร ๗ เพื่อการปรับปรุงแก้ไขใช้ในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว คือ

๒.๑) ปิโย ทำตนให้เป็นมิตร คือ การเป็นบุคลากรการท่องเที่ยวที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นที่รักของนักท่องเที่ยว

๒.๒) ครุ ทำตนให้เป็นที่น่าเคารพ คือ การปฏิบัติตนให้เป็นที่น่าเคารพนับถือ วางตนเหมาะสมกับความเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และสร้างความปลอดภัยทั้งด้านศาสนสถานและนักท่องเที่ยวผู้มาเที่ยวชม

๒.๓) ภาวนีโย นำเจริญใจชวนให้ระลึกถึง คือ เป็นบุคคลที่น่าประทับใจ และทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกต้องการกลับมาเยือนอีก

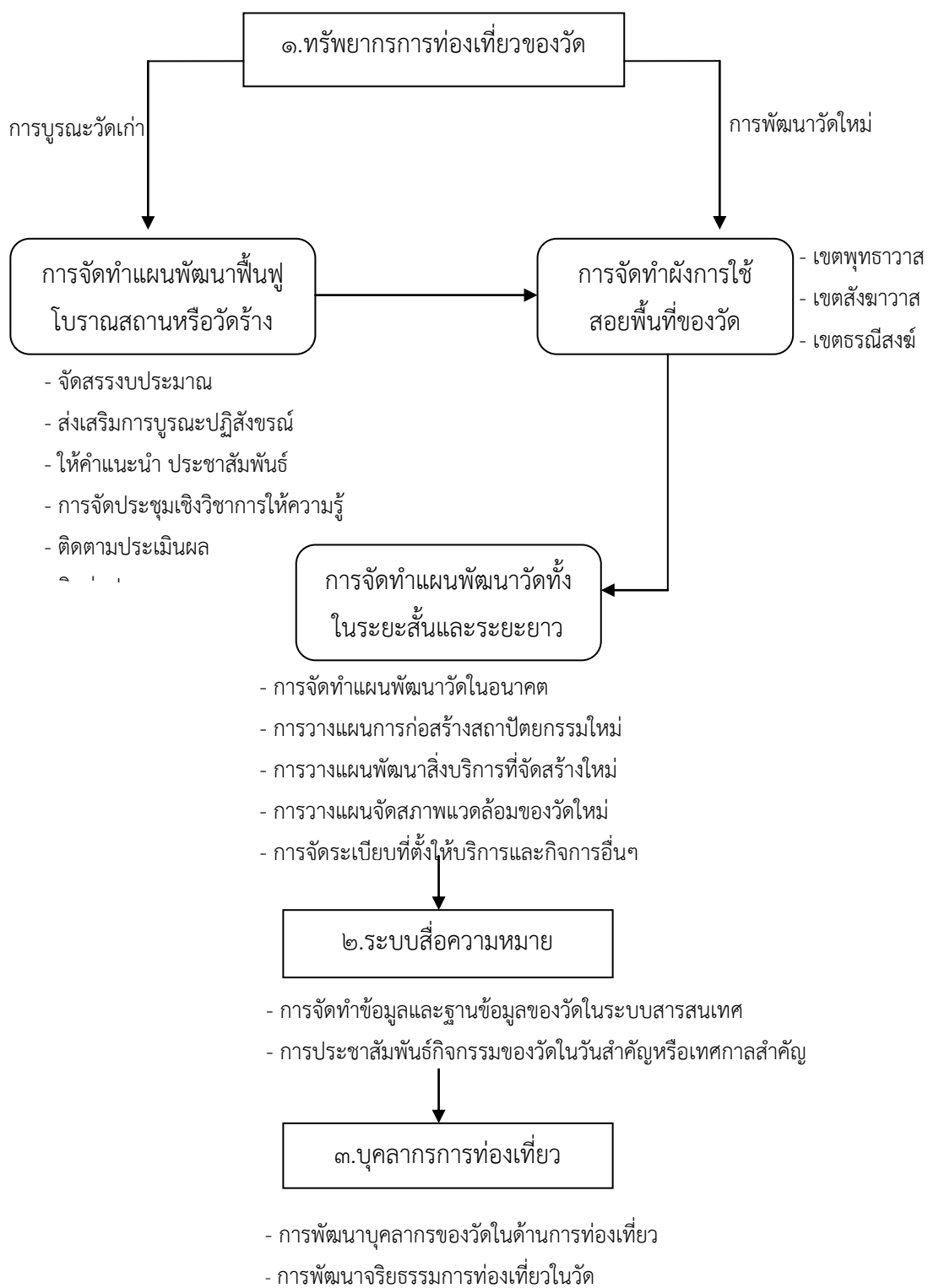
๒.๔) วัดตา จ รู้จักพูดและให้คำแนะนำที่ดี คือ บุคลากรทางศาสนาหรือมัคคุเทศก์มีความสามารถในการสื่อสารคำพูดและคำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับศาสนสถานและข้อปฏิบัติที่ถูกต้อง

๒.๕) วรณัณหมโน อดทนต่อถ้อยคำตำหนิพร้อมที่จะรับฟังและนำไปปฏิบัติ คือ บุคลากรทางศาสนาหรือมัคคุเทศก์ที่จะรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะ พร้อมกับการนำมาปรับปรุงแก้ไข

๒.๖) คัมภีร์ัญจ กถัง กัตตา สามารถอธิบายเรื่องราวที่ยุ่งยากลุ่มลึกให้เข้าใจอย่างง่ายดาย คือ บุคลากรทางศาสนาหรือมัคคุเทศก์สามารถอธิบายความเชื่อเกี่ยวกับศาสนสถานและประเพณีพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง ตลอดถึงหลักธรรมทางศาสนาได้อย่างลุ่มลึก

๒.๗) โน จัญฐานเน นิโยชเย ไม่ชักนำหรือชักจูงในทางเสื่อมเสีย คือ บุคลากรทางศาสนาหรือมัคคุเทศก์สามารถให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศีลธรรมจริยธรรมที่ดั่งามของประเทศไทย ไม่ชักนำไปสู่การท่องเที่ยวในแหล่งอบายมุขอย่างเดียว

ผังรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด



บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาสภาพและความพึงพอใจของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ และการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยภาคสนาม (Survey Research) โดยใช้วิธีการแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๔๐๐ คน การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการสังเกตการณ์ (Observation) พื้นที่วัดท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสภาพการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลักษณะพิเศษของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะในเขตเมือง มีความเจริญทางธุรกิจการค้า การศึกษา และการบริการต่างๆ เป็นอันดับที่สองรองจากกรุงเทพมหานคร นอกจากนั้นเมืองเชียงใหม่ยังมีความเป็นมายาวนานนับแต่มีการก่อสร้างเมืองเมื่อ ปี พ.ศ.๑๘๓๙ เชียงใหม่เป็นเมืองหลักและศูนย์กลางความเจริญของภาคเหนือตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมาโดยตลอดจนถึงปัจจุบัน มีความเป็นศูนย์กลางทั้งทางด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจการค้า การอุตสาหกรรม การคมนาคมขนส่ง การศึกษา ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรมล้านนา โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ทำรายได้ไม่ต่ำกว่าปีละ ๖ ,๐๐๐ ล้านบาท และมีแนวโน้มในการเชื่อมโยงสู่ประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ จีน ลาว พม่า เวียดนาม และเขมร

จังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สำคัญของภาคเหนือ โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในส่วนของโรงแรมและภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์จังหวัดของเชียงใหม่ รายได้ต่อหัว จำนวนประชากร ระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๘ –๒๕๕๒ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และผลิตภัณฑ์จังหวัดของจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๒ ยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น ๑๓๒ ,๐๙๘ ล้านบาท และรายได้ต่อหัวเป็น ๘๒ ,๗๕๒ บาทต่อหัว จากข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถึงสถานการณ์การท่องเที่ยว ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. ๒๕๕๓ พบว่า มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น หากเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๕๒ โดยเพิ่มขึ้น

ร้อยละ ๑๖.๐๗ ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งมีสัดส่วน ๗๐:๓๐

จังหวัดเชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยเฉพาะ กลุ่มแหล่งท่องเที่ยววัดในตัวเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ คือ วัดต่างๆ รวม ๘๖ วัด วัดที่สำคัญ คือ วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรมหาวิหาร วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร วัดเจดีย์หลวง วัดสวนดอก วัดเจ็ดยอด วัดเชียงยืน วัดชัยศรีภูมิ วัดบุพผาราม วัดชัยมงคล วัดนันทาราม วัดร่ำเปิง (ตโปทาราม) วัดแสนฝาง วัดพันเตา วัดพันอ้น และวัดที่มีชื่อเป็นมงคลตามคติความเชื่อ เช่น วัดหมื่นล้าน วัดหมื่นเงินกอง วัดหม้อคำตวง วัดดวงดี วัดลอยเคราะห์ วัดดัมภักย์ วัดชัยพระเกียรติ

ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในบางฤดูกาลดังกล่าวข้างต้น กอปรกับนโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ด้วยการใช้ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขาย โดยไม่คำนึงถึงความพร้อมและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งทางกายและทางสังคมในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีถึง ๑๓ แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรมหาวิหาร อุทยานแห่งชาติสุเทพ-ปุย ถ้ำเชียงดาว และวัดเจดีย์หลวง เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบทำให้เกิด ปัญหาด้านการท่องเที่ยว ๕ ประเด็นหลัก คือ ปัญหาด้านอุปทานทางการท่องเที่ยว ปัญหาการพัฒนาสถานที่และสินค้าของการท่องเที่ยว ปัญหาด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ปัญหาสภาพแวดล้อม และปัญหาด้านนโยบายการท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจความพึงพอใจการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ ๕๔.๐ เพศชาย ร้อยละ ๔๖.๐ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุน้อย คือ อายุระหว่าง ๒๑ - ๓๐ ปี ร้อยละ ๓๐.๘ รองลงมาคือ ๑๑ - ๒๐ ปี ร้อยละ ๒๔.๘ เป็นนักท่องเที่ยวประเทศไทย ภาคเหนือ ร้อยละ ๑๖ .๐ รองลงมาคือ ภาคกลาง ร้อยละ ๑๔.๐ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป ร้อยละ ๑๖ .๕ และชาวอเมริกาเหนือ ร้อยละ ๑๖.๓ ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ ๓๕.๘ รองลงมาคือ มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา ร้อยละ ๓๓ .๕ ประกอบอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ ร้อยละ ๑๙ .๕ รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ ๑๘ .๘ และเป็นนักเรียน /นักศึกษา ร้อยละ ๑๕ .๘ มีรายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๒๖.๘ รองลงมาคือ ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๒๕.๘ เหตุผลในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทางไปเที่ยว ร้อยละ ๒๑.๓ รองลงมาคือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ ๑๘.๘ และความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ ๑๖.๐ ตามลำดับ

เหตุผลหลักที่มาเที่ยวในวัด คือ ทำกิจกรรมทางศาสนา (ทำบุญ/บริจาคทาน/สวดมนต์ ไหว้พระ/บูชาศาสนสถาน) ร้อยละ ๒๖.๓ รองลงมาคือ มีพักผ่อนหย่อนใจร้อยละ ๒๒.๘ และสนใจ

ศึกษาประวัติศาสตร์และความสำคัญของวัด ร้อยละ ๑๘.๓ โดยรู้จักผ่านสื่อ คือ เป็นคนในพื้นที่ ร้อยละ ๑๖.๘ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ/สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ ๑๙.๐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ ๑๔.๘ และมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ ๑๔.๕ มีความพึงพอใจศาสนสถานและศาสนวัตถุ คือ เจดีย์ ร้อยละ ๒๙.๐ รองลงมาคือ พระพุทธรูป ร้อยละ ๒๖.๐ และโบสถ์-วิหาร ร้อยละ ๒๑.๐ มีประสบการณ์การมาเที่ยวที่วัด คือ มาครั้งแรก ร้อยละ ๖๔.๐ รองลงมาคือ ๒ - ๕ ครั้ง ร้อยละ ๒๙.๘ และความรู้สึกลงในการกลับมาเที่ยวชมอีกครั้ง ร้อยละ ๖๑.๕ รองลงมาคือ ไม่น่าใจ ร้อยละ ๓๕.๕ และไม่มา ร้อยละ ๓.๐

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวรวมด้าน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๒ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๖๖ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๗ ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ๓.๓๔ ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย ๓.๒๗ และด้านประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ๒.๘๗

นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าสิ่งที่วัดควรปรับปรุง เรียงตามลำดับ ๓ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การจัดหาถังขยะและจัดระเบียบสถานที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ ร้อยละ ๗๙.๘ การดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำ ร้อยละ ๗๔.๐ และ ควรมีแผนผังแสดงแหล่งท่องเที่ยวในวัด ร้อยละ ๖๐.๓

ข้อเสนอแนะที่วัดควรปรับปรุง จากการประมวลสรุปจำแนกได้เป็นประเด็นใหญ่ๆ คือ

- ๑) ปัญหาความเสื่อมโทรมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว
- ๒) ปัญหาด้านสาธารณูปโภคและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว
- ๓) ปัญหาการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม
- ๔) ปัญหาด้านการจัดการท่องเที่ยว
- ๕) ปัญหาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการโดยท้องถิ่น

จากผลการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด สามารถประมวลสรุปได้ดังนี้

- ๑) รูปแบบการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของวัด ได้แก่

๑.๑) การจัดทำผังการใช้สอยพื้นที่ของวัดตามบทบาทหน้าที่ เป็น ๓ เขต คือ เขต(๑) พุทธาวาส เป็นพื้นที่ตั้งของศาสนสถานสำคัญ (๒) เขตสังฆาวาส เป็นพื้นที่พักอาศัยของพระภิกษุสามเณร และ (๓) เขตธรณีสงฆ์เพื่อให้การบริการชุมชนหรือเขตสาธารณะ เป็นพื้นที่ที่ใช้เป็นสถานที่ตั้งของอาคารสิ่งก่อสร้างและกิจกรรมที่ให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว

๑.๒) การจัดทำแผนพัฒนาวัดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ในเรื่องต่อไปนี้ (๑) การจัดทำแผนพัฒนาสิ่งก่อสร้างและการใช้ที่ดินในอนาคต (๒) การวางแผนการก่อสร้างสถาปัตยกรรมใหม่ (๓) การวางแผนพัฒนาสิ่งบริการที่จัดสร้างใหม่ (๔) การวางแผนจัดสภาพแวดล้อมของวัดใหม่ และ (๕) การจัดระเบียบของที่ตั้งให้บริการและกิจกรรมอื่นๆ

๑.๓) การจัดทำแผนพัฒนาฟื้นฟูโบราณสถานหรือวัดร้างในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อสรุปประเด็นแนวทางการฟื้นฟูวัดร้าง ดังนี้ (๑) การสนับสนุนในการจัดสรรงบประมาณเพื่อการบูรณปฏิสังขรณ์วัดร้าง (๒) ส่งเสริมสนับสนุนด้านการบูรณะปฏิสังขรณ์วัดที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม (๓) ให้คำแนะนำ ประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ชุมชน (๔) บริหารงานการจัดประชุมเชิงวิชาการแก่เจ้าอาวาสตามโครงการต่าง ๆ เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญและคุณค่าของการพัฒนาฟื้นฟูวัดร้าง (๕) ติดตามประเมินผลการบูรณะ ฟื้นฟู ปฏิสังขรณ์วัดร้าง และ (๖) ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

๒) รูปแบบการจัดการด้านระบบสื่อความหมาย

๒.๑) การจัดทำข้อมูลและฐานข้อมูลของวัดที่ถูกต้องในการเผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยว บริษัทท่องเที่ยว และการเผยแพร่ในฐานข้อมูลสารสนเทศ

๒.๒) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดในวันสำคัญหรือเทศกาลสำคัญต่างๆ

๓) รูปแบบการจัดการด้านบุคลากรการท่องเที่ยวของวัด มีประเด็นดังต่อไปนี้

๓.๑) การพัฒนาบุคลากรของวัดในด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับมรดกโลกแก่พระสงฆ์หรือบุคลากรภายในวัด

๓.๒) การพัฒนาจริยธรรมการท่องเที่ยวในวัด โดยยึดหลักกัลยาณมิตร ๗ เพื่อการปรับประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) ทำตนให้เป็นที่รัก (๒) ทำตนให้เป็นที่น่าเคารพ (๓) นำเจริญใจชวนให้ระลึกถึง (๔) รู้จักพูดและให้คำแนะนำที่ดี (๕) อดทนต่อถ้อยคำตำหนิพร้อมที่จะรับฟังและนำไปปฏิบัติ (๖) สามารถอธิบายเรื่องราวที่ยุ่งยากกลุ่มเล็กให้เข้าใจอย่างง่ายดาย และ (๗) ไม่ชักนำหรือชักจูงในทางเสื่อมเสีย

๕.๒ อภิปรายผล

จังหวัดเชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยเฉพาะ กลุ่มแหล่งท่องเที่ยววัดในตัวเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์จำนวนมาก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรายได้ในส่วนของโรงแรมและภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในจังหวัด ซึ่งในปี พ.ศ.๒๕๕๒ ยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น ๑๓๒ ,๐๙๘ ล้านบาท มีรายได้ต่อหัวประชากร เป็น ๘๒,๗๕๒ บาท นอกจากนั้นแล้ว ยังก่อให้เกิดรายได้กับธุรกิจขนาดย่อยต่างๆ ภายในวัดจำนวนมาก ดังที่ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (๒๕๓๑) กล่าวว่า การท่องเที่ยวในวัดก่อให้เกิดธุรกิจเพื่อการบริการต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่ของวัดหรือพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ที่จอดรถ ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านขายสินค้าของที่ระลึก ร้านขายดอกไม้ธูปเทียน เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวก็ก่อให้เกิดผลกระทบมากมายตามมา เช่น ปัญหาความเสื่อมโทรมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านสาธารณูปโภคและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ปัญหาด้านการจัดการท่องเที่ยว และปัญหาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการโดยท้องถิ่น ดังเช่นในงานศึกษาของ ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย (๒๕๕๔) พบว่า สภาพปัญหาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแยกได้เป็น ๕ ประเด็นหลัก ได้แก่ ๑) ปัญหาด้านอุปทานการท่องเที่ยว ๒) ปัญหาการพัฒนาสถานที่และสินค้าของการท่องเที่ยว ๓) ปัญหาด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ๔) ปัญหาสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และ ๕) ปัญหาด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่ขาดความต่อเนื่อง และในงานศึกษาของ มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (๒๕๔๘) พบว่า การจัดการท่องเที่ยวที่คาบเกี่ยวกันหลายหน่วยงาน เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพ การขาดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานจึงปัญหาในการการจัดการและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยให้มีการหารือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะเป็นกระบวนการพัฒนาที่จำเป็นในการสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมให้มีความเข้มแข็งและเกิดประโยชน์ต่อสังคมอย่างยั่งยืนตลอดไป

ดังนั้น จากผลการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด จึงข้อสรุปว่า การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ควรมีการจัดทำผังการใช้สอยพื้นที่ของวัด การจัดทำแผนพัฒนาวัดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และการจัดทำแผนพัฒนาฟื้นฟูโบราณสถานหรือวัดร้าง การจัดการระบบสื่อความหมาย ได้แก่ การจัดทำข้อมูลและฐานข้อมูลของวัดในระบบสารสนเทศ และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดในวันสำคัญหรือเทศกาลสำคัญ และการจัดการบุคลากรการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรของวัดในด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาจริยธรรมการท่องเที่ยวในวัด ดังเช่นในงานศึกษาของ วรสิกา อังกูร และคณะ (๒๕๔๓) ซึ่งเสนอว่า ในการจัดการแหล่งเรียนรู้ คือ การจัดการด้านข้อมูล บุคลากร ทักษะและเทคนิควิธีในการถ่ายทอด การดูแลรักษาองค์ความรู้ที่จารีกอยู่ตามโบราณสถาน และด้านสถานที่ โดยเฉพาะพระสงฆ์ที่ดูแลรับผิดชอบต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องอนุรักษ์พุทธศิลป์ตรงกับนักวิชาการศิลปะ และนักวิชาการศิลปะมีความเห็นว่า วัดต้องใช้พุทธศิลป์ให้เกิดคุณค่าทางธรรมปฏิบัติแก่ผู้มาเที่ยวชมให้มากที่สุด

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

๑) ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยววัดในระดับภูมิภาคและจังหวัด โดยมีแผนการดำเนินงานร่วมกันหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น คณะสงฆ์ หน่วยงานการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา และบริษัทท่องเที่ยวเอกชน รวมไปถึงองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและชาวบ้านในชุมชน

๒) ควรมีการจัดทำการประเมินการท่องเที่ยววัดในด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม รวมไปถึงการควบคุมการก่อสร้างสถาปัตยกรรมที่ขัดแย้งกับวัฒนธรรมท้องถิ่น การอบรมให้ความรู้แก่พระสงฆ์และมัคคุเทศก์เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและปัญหาความขัดแย้งทางวัฒนธรรม

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะในการวิจัย

๑) ควรมีการศึกษาวิจัยการท่องเที่ยววัดในระดับภูมิภาคและระดับประเทศเพื่อประเมินผลการท่องเที่ยวด้านศาสนาและวัฒนธรรมในภาพรวม

๒) ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาวัดต้นแบบที่จัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม

บรรณานุกรม

๑. ภาษาบาลี – ไทย:

๑.๑ ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย. พระไตรปิฎกภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ๒๕๐๐.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๕.

_____. พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร :

โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๓๕.

กฎกระทรวง ฉบับที่ ๑ พ.ศ.๒๕๐๗ ออกตามความในพ.ร.บ.คณะสงฆ์ พ.ศ.๒๕๐๕.

ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการยกวัดราษฎร์ขึ้นเป็นพระอารามหลวง พ.ศ.๒๕๑๘.

ราชกิจจานุเบกษา. ประกาศกระทรวงธรรมการ แผนกรมสังฆการี เรื่อง จัดระเบียบ

พระอารามหลวง. เล่ม ๓๒, ตอน ก, ๓ ตุลาคม พ.ศ.๒๔๕๘.

๑.๒ ข้อมูลทุติยภูมิ

๑.๒.๑ หนังสือ

กรมศิลปากร. วรรณกรรมพุทธสถานไทย. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์ พรินต์ติ้ง จำกัด, ๒๕๓๓.

_____. วัดหลวงสมัยรัตนโกสินทร์. กรุงเทพมหานคร : เอ.พี. กราฟิคดีไซน์และการพิมพ์,

๒๕๔๐.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๒.

ชูวิทย์ สุขฉายา. คู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางด้านกายภาพประเภทวัดและวัดในภาคเหนือ.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๐.

ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยา. ตำนานพระพุทธเจดีย์. พระนคร:

ศิลปาบรรณาคาร, ๒๕๑๓.

ตุ้ย ชุมสาย และอุทัยพร พรหมโยธี. ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์

ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๒๗.

นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์

กรมการศาสนา, ๒๕๓๕.

_____. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ โอ. เอส. พรินติ้ง เฮาส์, ๒๕๔๔.

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ ๑๑.

กรุงเทพมหานคร: บริษัท สหธรรมิก จำกัด, ๒๕๔๕.

พระมหาประยุทธ์ ปยุตโต. **พระพุทธศาสนากับสังคมไทยในปัจจุบัน**. กรุงเทพมหานคร:

สยามสมาคม. ๒๕๑๓.

พระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา. ฉบับพันจันทนุมาศ(เจิม)กับพระจักรพรรดิพงศ์(จาด). พระนคร :

สำนักพิมพ์คลังวิทยา, ๒๕๐๗.

พระราชธรรมนิเทศ (ระแบบ จิตฺตญาณ). **พระวินัยปิฎกย่อ เล่ม ๑**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร :

โรงพิมพ์พิมพ์มหาจุฬาราชวิทยาลัย, ๒๕๓๖.

มนัส สุวรรณ และคณะ. **คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การ**

บริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.), (ม.ป.ท., ๒๕๔๑).

มัลลิกา ต้นสอน. **กลยุทธ์ธุรกิจ (Business Strategy)**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : บริษัท

เอ็กซ์เพอร์เน็ท, ๒๕๔๔.

วรรณ วาษ์วานิช. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร : อีระฟิล์มและ

ไซเท็กซ์, ๒๕๔๑.

สมคิด จิระทัศน์กุล. **วัด : พุทธสถานสถาปัตยกรรมไทย**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓.

เสรี วงศ์มณฑา. **กลยุทธ์ทางการตลาด : การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : อีระฟิล์มและ

ไซเท็กซ์, ๒๕๔๓.

อดุลย์ จาตรตกุล. **การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓.

๑.๒.๒ เอกสารรายงานวิจัย

มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. “โครงการมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ

ประเทศไทย”. **รายงานวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

(สกว.), ๒๕๔๘.

รสิกา อังกูร และคณะ. “รูปแบบการจัดการศึกษาและการเผยแผ่ศาสนาธรรมของวัดใน

พระพุทธศาสนา กรณีศึกษาแหล่งการเรียนรู้ของวัดเชตุพนวิมลมังคลาราม

ราชวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร”. **รายงานวิจัย**. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา

แห่งชาติ (สกศ.), ๒๕๔๖.

วรสิกา อังกูร และคณะวิจัย. “รูปแบบการจัดการศึกษาและการเผยแผ่ศาสนาของวัดใน
พระพุทธรูปศาสนา: กรณีศึกษาแหล่งการเรียนรู้ของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราช
วรมหาวิหาร”. **รายงานวิจัย**. กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์
พับลิชชิ่ง, ๒๕๕๗.

๑.๒.๓ บทความ

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. “วัดกับการท่องเที่ยว”. **จุลสารการท่องเที่ยว**. (๑๑ (๓)๒๕๓๕) : ๔๓.

สมเด็จพระธีรญาณมุนี. “คุณวัด”. **วารสารใบลาน**. (ฉบับที่ ๕, ๒๕๒๘) : ๑๐.

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. “วัด : จำเป็นอย่างไรรจะต้องมีคู่มือพัฒนา”. **จุลสารการท่องเที่ยว**. (๗ (๑) ๗๓-
๗๗, ๒๕๓๑) : ๗๔-๗๕.

๒. ภาษาอังกฤษ:

๒.๑ Books

Alastair M. Morrison. **Hospitality and Travel Marketing**. New York: Delmar Publisher,
1989.

Bulter R.W.. “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evaluation : Implication for
Management of Resources”. (Canadian Geographer, 1980): pp. 5-12.

Coltman, Michael M.. **Tourism Marketing**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1989.

Davison, Rob. **Tourism**. Singapore: Longman, 1995.

Gunn, Clare A.. **Tourism Planning**. 3rd ed. Washington DC: Taylor & Francis, 1994.

Holloway J. Christopher. **The Business of Tourism**. Plymouth: Macdonald
and Even \ Ltd, 1983.

Kotler Philip & Armstrong Gary. **Principles of marketing**. Prentice Hall (Englewood
Cliffs, N.J., 1994.

Mcintosh. **Tourism-Principles, Practices, Philosophies**. Fifth edition. New York :
Wiley and son, Inc., 1986.

Mill, Robert Christie. **Tourism the International Business**. New Jersey: Prentice Hall,
1990.

Stanley C. Plog. “Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity”. **The Cornell
Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, (14 (February 1974) :
pp. 13 – 16.

ภาคผนวก ก บทความการวิจัย
รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด
Tourism Management Model of Religious and
Cultural in Buddhist Temple

นายภัสกร ฤทธิเต็ม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและความพึงพอใจของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัดในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยภาคสนาม (Survey Research) โดยใช้วิธีการแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๔๐๐ คน การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการสังเกตการณ์ (Observation) พื้นที่วัดท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า

จังหวัดเชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยเฉพาะกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวในตัวเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ คือ วัดต่างๆ รวม ๘๖ วัด มีวัดที่สำคัญและมีชื่อเสียง เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร วัดเจดีย์หลวง วัดสวนดอก วัดเจ็ดยอด วัดเชียงยืน เป็นต้น ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีถึง ๑๓ แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวง วัดล้านช้างดาว เป็นต้น ทำให้เกิด ปัญหาด้านการท่องเที่ยว ๕ ประเด็นหลัก คือ ปัญหาด้านอุปทานทางการท่องเที่ยว ปัญหาการพัฒนาสถานที่และสินค้าของการท่องเที่ยว ปัญหาด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ปัญหาสภาพแวดล้อม และปัญหาด้านนโยบายการท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๒ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๖๖ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๗ ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ๓.๓๔ ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย ๓.๒๗ และด้านประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ๒.๘๗

นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าสิ่งที่วัดควรปรับปรุง เรียงตามลำดับ ๓ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การจัดหาถังขยะและจัดระเบียบสถานที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ ร้อยละ ๗๙.๘ การดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำ ร้อยละ ๗๔.๐ และ ควรมีแผนผังแสดงแหล่งท่องเที่ยวในวัด ร้อยละ ๖๐.๓

จากผลการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด สรุปได้ดังนี้

๑. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดทำผังการใช้สอยพื้นที่ของวัด การจัดทำแผนพัฒนาวัดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และการจัดทำแผนพัฒนาฟื้นฟูโบราณสถานหรือวัดร้าง

๒. การจัดการระบบสื่อความหมาย ได้แก่ การจัดทำข้อมูลและฐานข้อมูลของวัดในระบบสารสนเทศ และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดในวันสำคัญหรือเทศกาลสำคัญ

๓. การจัดการบุคลากรการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรของวัดในด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาจริยธรรมการท่องเที่ยวในวัด

ABSTRACT

The aims of this research aims were to study an environment and the tourist satisfaction of the temple and management of the tourist in Chiang Mai province. This research was documentary research and survey research by using the questionnaire with the samples 400 people, the interviews and observation of the environment of the temple in Chiangmai province. The data analysis was frequency, percentage, mean and standard Deviation. The results of analysis data were found as the following:

The ancient places, the antiquities in Chiangmai province and especially, the place of tourist attraction the temple in Chiangmai, consisted of the important place in the history. There are 86 temples ; such as ; Wat Phrathat Doi Suthep, Wat Phrasing Waramahavihan, Wat Chedi Luang, Wat Suandok, Wat Jedyod, and ChiangYuen etc. thus, there are many tourist in Chiangmai. There were 13 temples of the declined areas, such as Wat Phrathat Doisuthep, Wat Chedi Luang, Wat ThamChaingDao etc. There were 5 main problems for the tourist. 1) The problem in the supply of tourist, 2) the problem of the management and products, 3) the problem of the tourist, 4) the problem of environment, 5) the problem of the policy in tourism.

The results of the tourist satisfaction of the temple in Chiangmai, were founded; the tourist satisfy to the tourist attraction place and management of the tourist showed at 3.42 percent which put them in order to least; the Tourist resources showed at 3.66. The Facilities showed at 3.47. The Strategy of the tourist showed 3.34. The Personnel of Tourist showed at 3.27 and the Advertisement showed at 2.87.

The tourists give an opinion that should improve, provide of trash and garbage showed at 78.8 The Maintaining the cleanliness of the bathroom showed at 74.0 and the map of the temple should be provided at 60.3.

The results of study tourist management were founded;

1. The tourist resource management was the proportional management and the development the temple area which is considered in short and long term. This is included the reparation of Archaeological site or abandoned temple.

2. The meaningful management system was the preparation of the temple information and data base information systems and publicity for the important day in Buddhism.

3. The Personnel Management, the development of the tourist sectors were improved in the tourism and moral development of the tourism.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันพระพุทธศาสนาได้มีบทบาทอันสำคัญยิ่งต่อสังคมไทยมานานนับพันปี เพราะวัดเป็นศูนย์กลางของสังคม และพระสงฆ์ซึ่งเป็นตัวแทนของวัดเป็นผู้นำของจิตใจของประชาชนเป็นศูนย์รวมแห่งความเชื่อถือการร่วมมือกัน เป็นที่ประกอบพิธีกรรม เป็นบำเพ็ญหลอมวิถีชีวิตชาวพุทธไทย^๑ วัดเป็นแหล่งรวมของศิลปกรรมอันล้ำค่าทั้งด้านสถาปัตยกรรม ปฎิมากรรมและจิตรกรรม ที่ศิลปินได้ถ่ายทอดลักษณะเด่นของคำสอนทางพระพุทธศาสนาออกมาในงานศิลปอย่างกลมกลืนน่าชื่นชมเป็นพุทธศิลป์ที่ให้คุณค่าทั้งด้านความงามและทั้งเป็นสื่อให้คนได้เข้าถึงธรรมปฏิบัติซึ่งช่วยกล่อมเกล่าจิตใจมนุษย์ให้อ่อนโยนและสะอาดบริสุทธิ์ขึ้น พุทธศิลป์ที่ปรากฏในวัดจึงเป็นศิลปะแห่งอุดมคติที่ให้คุณค่าและความหมายเชิงจริยธรรมอย่างสูง

^๑ พระมหาประยูร ปยุตโต, พระพุทธศาสนากับสังคมไทยในปัจจุบัน, (กรุงเทพมหานคร: สยามสมาคม, ๒๕๑๓), หน้า ๔๕.

ด้วยความเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าเช่นนี้ วัดจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมาตั้งแต่อดีตนับตั้งแต่ชนชั้นกษัตริย์ลงมาจนถึงสามัญชนนิยมที่เดินทางไปนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ยังศาสนสถานต่างๆ ด้วยถือว่าเป็นบุญ เป็นกุศล เป็นสิริมงคลในชีวิต เป็นประเพณีกษัตริย์ผู้ขึ้นครองราชย์ในสมัยอยุธยา จะต้องเสด็จไปนมัสการศาสนสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนาในฐานะพุทธมามกะ กษัตริย์ เช่น สมเด็จพระเอกาทศรถ เสด็จไปนมัสการพระพุทธชินราช ใน พ.ศ. ๒๑๓๘^๒ และการเสด็จไปนมัสการพระพุทธบาทที่สระบุรีของสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง ในปี พ.ศ. ๒๑๗๕^๓ เป็นต้น ส่วนสามัญชนก็พากันไปทำบุญที่วัดในโอกาสต่างๆ และพาลูกหลานไปวิ่งเล่นในลานวัด

มูลเหตุการมีวัด ในสมัยพุทธกาลระยะเริ่มแรกนั้นพระสงฆ์ยังไม่มีที่อยู่อาศัยประจำ ได้จาริกไปเพื่อเผยแผ่หลักธรรมศาสนา การเกิดวัดขึ้นครั้งแรกนั้น เรื่องมีอยู่ว่า เมื่อพระพุทธเจ้าตรัสรู้แล้วและได้เริ่มบำเพ็ญพุทธกิจก็ได้เสด็จไปสู่กรุงราชคฤห์ พระเจ้าพิมพิสารทราบข่าวก็ได้เสด็จมาเข้าเฝ้าพร้อมทั้งข้าราชการบริพาร พระพุทธเจ้าจึงแสดงธรรมโปรดจนพระเจ้าพิมพิสารและข้าราชการบริพารได้ดวงตาเห็นธรรม ซึ่งนับเป็นการยังความปรารถนาของพระองค์ให้สำเร็จ และพระองค์ได้ทรงเลื่อมใส และได้ประกาศเป็นอุบาสก

ครั้งนั้นพระเจ้าพิมพิสาร ได้ถวายสวนไผ่ซึ่งเป็นพระราชอุทยานแห่งหนึ่งของพระองค์ให้เป็นปฐมอารามคือวัดแห่งแรกในพระพุทธศาสนา เพื่อเป็นที่ประทับของพระพุทธเจ้าพร้อมทั้งพระสงฆ์สาวก ด้วยพระดำรัสว่า “ข้าแต่พระองค์ผู้เจริญ ข้าพระองค์ขอถวายสวนเวฬุวันนั้นแด่พระสงฆ์ มีพระพุทธเจ้าเป็นประมุขพระเจ้าข้า ” พระพุทธองค์ทรงรับอารามนั้นแล้วทรงแสดงธรรมมีกถาให้พระเจ้าพิมพิสารสมาทานอภิญญารุ่งเรืองแล้วทรงรับสั่งกับภิกษุทั้งหลายว่า “ดูกรภิกษุทั้งหลาย เราอนุญาตอาราม ”^๔ จึงถือได้ว่าสวนเวฬุวันเป็นวัดแห่งแรกในทางพุทธศาสนาและเป็นต้นเหตุให้พระพุทธเจ้าทรงอนุญาตการมีวัดเป็นที่อยู่อาศัยแก่พระสงฆ์สืบต่อมา ซึ่งลักษณะดั้งเดิมของวัดนั้นปรากฏอยู่ในพระดำริของพระเจ้าพิมพิสารก่อนที่จะถวายพระราชอุทยานเวฬุวันแก่พระพุทธเจ้าว่า

“พระผู้มีพระภาคพึงประทับที่ไหนหนอแล จึงจะเป็นสถานที่ไม่ไกลจากหมู่บ้านมีการคมนาคมสะดวกแก่ประชาชนผู้มีความประสงค์จะไปเฝ้าได้ กลางวันไม่พลุกพลาบ กลางคืนเงียบสงัด เสียงไม่กึกก้อง ปราศจากลมจากคนผู้เดินเข้าออก ควรเป็นที่ประกอบกิจของผู้ต้องการที่สงบ และควรเป็นที่หลีกเร้นอยู่ตามสมณวิสัย”^๕

^๒ พระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา ฉบับพันจันทนุมาศ (เจิม) กับพระจักรพรรดิพงศ์ (จาต), (พระนคร : สำนักพิมพ์คลังวิทยา, ๒๕๐๗), หน้า ๓๐๑.

^๓ เรื่องเดียวกัน, หน้า ๔๑๓.

^๔ วิ.มหา. (ไทย) ๔/๖๓/๕๕.

^๕ วิ.มหา. (ไทย) ๔/๖๓/๕๕.

ต่อมาได้มีการสร้างวัดอีกหลายวัด โดยนางวิสาขามหาอุบาสิกา สร้างวัดบุพพารามที่เมืองสาวัตถี มีปราสาท เป็นที่ประทับของพระพุทธเจ้าเสนาสนะสิ่งก่อสร้างอื่นๆ ภายในวัดอยู่ภายใต้การควบคุมการก่อสร้างโดยพระโมคคัลลานะ นอกจากนี้ในครั้งพุทธกาล ยังมีวัดสำคัญๆ ที่ปรากฏในคัมภีร์อีกหลายวัด คือ วัดชีวกัมพวัน ที่เมืองราชคฤห์ ถวายโดยหมอชีวกโกมารภัจจ์ วัดโฆษิตาราม ที่เมืองโกสัมพี ถวายโดยโฆสกเศรษฐี วัดนิโครธาราม ที่เมืองกบิลพัสดุ์ ถวายโดยพวกเจ้าศากยวงศ์ วัดอัมพปาลีวัน ที่เมืองเวสาลี ถวายโดยหญิงโสเภณีชื่ออัมพปาลี เป็นต้น

บทบาทของวัดในการท่องเที่ยวมีปรากฏมาตั้งแต่ครั้งพุทธกาล ในพระวินัยปิฎก เล่มที่ ๑ มหาวิภังค์ เตรสกันท์ ว่าด้วยอาบัติสังฆาทิเสส ลิกขาบทที่ ๒ เรื่องเล่าว่า พระพุทธเจ้าทรงประทับอยู่ที่พระเชตวันมหาวิหาร กล่าวถึงวิหารของพระอุทายีว่ามีความงดงาม และสะอาดเรียบร้อย มักมีผู้คนเดินทางมาชมวิหารเป็นอันมาก พราหมณ์ผู้หนึ่งก็พาภริยามาเที่ยวชม พระอุทายีเป็นมคฺคเทศก์พาเที่ยวชม ให้พราหมณ์เดินนำหน้า ภริยาเดินตามหลัง พระอุทายีเลยถือโอกาสจับต้องกายของภริยา พราหมณ์ นางจึงบอกแก่พราหมณ์ พราหมณ์โกรธไปกราบทูลพระพุทธเจ้า พระพุทธเจ้าจึงทรงบัญญัติลิกขาบทห้ามภิกษุจับต้องกายหญิง ปรับอาบัติสังฆาทิเสสแก่ผู้ล่วงละเมิด นับเป็นหลักฐานชิ้นหนึ่งที่แสดงร่องรอยว่าวัดเริ่มมีบทบาทในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชน

หลังจากที่พระพุทธศาสนาเผยแผ่เข้าสู่ดินแดนประเทศไทย อาจนับได้ตั้งแต่ที่ชาวชมพูทวีปเรียกขานดินแดนแห่งนี้ว่า “สุวรรณภูมิ” การเข้ามาของพระพุทธศาสนามาตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ ๓ ครั้งพระเจ้าอโศกมหาราชทรงส่งสมณทูตจำนวน ๙ สาย สายหนึ่งนั้นได้ส่งพระโสณะและพระอุตตระมาสู่ดินแดนสุวรรณภูมิ และปรากฏความรุ่งเรืองเรื่อยมา ปรากฏมีเจดีย์สถานอันเก่าแก่เป็นจำนวนมากมีอายุเกินกว่า ๑,๐๐๐ ปี เช่น พระปฐมเจดีย์ พระธาตุนม พระธาตุไชยา เป็นต้น เป็นหลักฐานชี้ว่า พระพุทธศาสนารุ่งเรืองในดินแดนแห่งนี้มานานนับพันปีแล้ว บรรพบุรุษไทยนับถือพระพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำชาติ ได้ใช้ภูมิปัญญาอันชาญฉลาดความเชี่ยวชาญในศาสตร์ต่างๆ ในรอบแห่งพุทธธรรม สร้างสรรค์งานศิลปวัฒนธรรมอันล้ำค่าให้ตกทอดเป็นมรดกทรัพย์สินทางปัญญา และเป็นเอกลักษณ์ของชาติที่ยังปรากฏเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาจิตใจพัฒนาสังคมและประเทศชาติให้เจริญรุ่งเรืองตราบนานทุกวันนี้

วัดในปัจจุบันจึงเป็นศูนย์รวมของมรดกวัฒนธรรมและสรรพวิชาอันหลากหลายนับตั้งแต่โบราณกาล มีพระสงฆ์เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้อนุรักษ์สืบสาน และใช้ประโยชน์ในการประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนา และกิจกรรมอื่นๆ ของชุมชน ปัจจุบันสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป บทบาทของวัดและพระสงฆ์ลดลงไปจากเดิม แต่กระนั้น วัดและพระสงฆ์ก็ยังปรับเปลี่ยนบทบาทให้สอดคล้องกับสภาพสังคม โดยบทบาทหลักของวัดก็ยังคงเป็นสถานที่พำนักของพระสงฆ์สามเณร เป็นสถานที่ศึกษาเล่าเรียน ประพฤติปฏิบัติธรรม สืบทอดและเผยแผ่หลักธรรมคำสั่งสอน และยังมีฐานะเป็นแหล่งประดิษฐานและรวบรวมของมรดกทางศิลปวัฒนธรรมทั้งที่เป็นโบราณสถานโบราณวัตถุ

และศิลปวัตถุ ตลอดจนการเป็นศูนย์กลางในการประกอบประเพณีวัฒนธรรมของชุมชน ดังนั้น วัดจึงมีบทบาทอีกอย่างหนึ่งคือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งนี่เป็นอีกบทบาทหนึ่งของวัดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาบทบาทของวัดตั้งแต่สมัยพุทธกาลจนถึงบทบาทของวัดในปัจจุบันในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม และการศึกษาวิจัยบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจัดการท่องเที่ยววัดนั้นเป็นอย่างไร ในฐานะวัดเป็นศาสนสถานที่สำคัญคู่กับสังคมไทยมาช้านาน เป็นที่รวบรวมศิลปวัฒนธรรมอันเป็นวิถีชีวิตของพุทธศาสนิกชนชาวไทย วัดมีบทบาทที่สำคัญในการมีส่วนร่วมช่วยสร้างสรรค์สังคมไทยให้เจริญงอกงามและมีความสุข วิวัฒนาการบทบาทของวัดเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการของสังคม และในปัจจุบันบทบาทหนึ่งที่เพิ่มขึ้นมาคือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยบางวัดมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ บางวัดมีพุทธศิลป์เป็นโบราณวัตถุสถานที่มีความคุณค่าทางศิลปะ บางวัดเป็นแหล่งอำนวยความสะดวกแก่การประกอบพิธีกรรม ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เข้ามาเยือน จึงก่อให้เกิดกิจกรรมเพื่อการบริการต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ของวัดหรือพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ที่จอดรถ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายดอกไม้ธูปเทียน เป็นต้น ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา^๖ ตลอดจนการศึกษาวิจัยเพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวในวัดให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมและประเพณีที่งดงามของสังคมไทย ไม่ใช่เพียงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อทำรายได้ให้กับประเทศหรือท้องถิ่นจำนวนมากเท่านั้น จากความพยายามในการพัฒนาและส่งเสริมกิจการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติหรือต่างถิ่นเดินทางเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ที่พึงได้จากการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวของประเทศไทยจะต้องไม่พึ่งหวังผลประโยชน์จากการเก็บเกี่ยวรายได้มหาศาลเข้าสู่ประเทศเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับไปด้วย ซึ่งคงไม่ใช่เพียงแค่การที่ได้เที่ยวชม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและความพึงพอใจของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยภาคสนาม (Survey Research) โดยใช้วิธีการแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๔๐๐ คน การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการสังเกตการณ์ (Observation) พื้นที่วัดท่องเที่ยว

^๖ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, “วัด : จำเป็นอย่างไรจะต้องมีคู่มือพัฒนา”, จุลสารการท่องเที่ยว, (๗) (๑) ๗๓-๗๗.๒๕๓๑) : หน้า ๗๔-๗๕.

ในจังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการพรรณนาบรรยายสภาพการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสภาพการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลักษณะพิเศษของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะในเขตเมือง มีความเจริญทางธุรกิจการค้า การศึกษา และการบริการต่างๆ เป็นอันดับที่สองรองจากกรุงเทพมหานคร นอกจากนั้นเมืองเชียงใหม่ยังมีความเป็นมายาวนานนับแต่มีการก่อสร้างเมืองเมื่อ ปี พ.ศ.๑๘๓๙ เชียงใหม่เป็นเมืองหลักและศูนย์กลางความเจริญของภาคเหนือตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมาโดยตลอดจนถึงปัจจุบัน มีความเป็นศูนย์กลางทั้งทางด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจการค้า การอุตสาหกรรม การคมนาคมขนส่ง การศึกษา ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรมล้านนา โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวทำรายได้ไม่ต่ำกว่าปีละ ๖ ,๐๐๐ ล้านบาท และมีแนวโน้มในการเชื่อมโยงสู่ประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ จีน ลาว พม่า เวียดนาม และเขมร

จังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สำคัญของภาคเหนือ โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในส่วนของโรงแรมและภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์จังหวัดของเชียงใหม่ รายได้ต่อหัว จำนวนประชากร ระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๘ –๒๕๕๒ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และผลิตภัณฑ์จังหวัดของจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๒ ยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น ๑๓๒ ,๐๙๘ ล้านบาท และรายได้ต่อหัวเป็น ๘๒ ,๗๕๒ บาทต่อหัว จากข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถึงสถานการณ์การท่องเที่ยว ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. ๒๕๕๓ พบว่า มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น หากเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๕๒ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๖.๐๗ ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งมีสัดส่วน ๗๐:๓๐

จังหวัดเชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยเฉพาะ กลุ่มแหล่งท่องเที่ยววัดในตัวเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ คือ วัดต่างๆ รวม ๘๖ วัด วัดที่สำคัญ คือ วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรมหาวิหาร วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร วัดเจดีย์หลวง วัดสวนดอก วัดเจ็ดยอด วัดเชียงยืน วัดชัยศรีภูมิ วัดบุพผาราม วัดชัยมงคล วัดนันทาราม วัดร่ำเปิง (ตโปทาราม) วัดแสนฝาง วัดพันเตา วัดพันอ้น และวัดที่มีชื่อเป็นมงคลตามคติความเชื่อ เช่น วัดหมื่นล้าน วัดหมื่นเงินกอง วัดหม้อคำตวง วัดดวงดี วัดลอยเคราะห์ วัดดบภัย วัดชัยพระเกียรติ ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในบางฤดูกาลดังกล่าวข้างต้น กอปรกับนโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ด้วยการใช้ทรัพยากรใน

แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขาย โดยไม่คำนึงถึงความพร้อมและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งทางกายและทางสังคมในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมี ถึง ๑๓ แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรมหาวิหาร อุทยานแห่งชาติสุเทพ-ปุย ถ้ำเชียงดาว และวัดเจดีย์หลวง เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบทำให้เกิดปัญหาด้านการท่องเที่ยว ๕ ประเด็นหลัก คือ ปัญหาด้านอุปทานทางการท่องเที่ยว ปัญหาการพัฒนาสถานที่และสินค้าของการท่องเที่ยว ปัญหาด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ปัญหาสภาพแวดล้อม และปัญหาด้านนโยบายการท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจความพึงพอใจการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ ๕๔.๐ เพศชาย ร้อยละ ๔๖.๐ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุน้อย คือ อายุระหว่าง ๒๑- ๓๐ ปี ร้อยละ ๓๐.๘ รองลงมาคือ ๑๑ - ๒๐ ปี ร้อยละ ๒๔.๘ เป็นนักท่องเที่ยวประเทศไทย ภาคเหนือ ร้อยละ ๑๖.๐ รองลงมาคือ ภาคกลาง ร้อยละ ๑๔.๐ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป ร้อยละ ๑๖.๕ และชาวอเมริกาเหนือ ร้อยละ ๑๖.๓ ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ ๓๕.๘ รองลงมาคือ มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา ร้อยละ ๓๓.๕ ประกอบอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ ร้อยละ ๑๙.๕ รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ ๑๘.๘ และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ ๑๕.๘ มีรายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๒๖.๘ รองลงมาคือ ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๒๕.๘ เหตุผลในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทางไปเที่ยว ร้อยละ ๒๑.๓ รองลงมาคือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ ๑๘.๘ และความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ ๑๖.๐ ตามลำดับ

เหตุผลหลักที่มาเที่ยวในวัด คือ ทำกิจกรรมทางศาสนา (ทำบุญ/บริจาคทาน/สวดมนต์ ไหว้พระ/บูชาศาสนสถาน) ร้อยละ ๒๖.๓ รองลงมาคือ มีพักผ่อนหย่อนใจร้อยละ ๒๒.๘ และสนใจศึกษาประวัติศาสตร์และความสำคัญของวัด ร้อยละ ๑๘.๓ โดยรู้จักผ่านสื่อ คือ เป็นคนในพื้นที่ ร้อยละ ๑๖.๘ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ/สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ ๑๙.๐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ ๑๔.๘ และมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ ๑๔.๕ มีความพึงพอใจศาสนสถานและศาสนวัตถุ คือ เจดีย์ ร้อยละ ๒๙.๐ รองลงมาคือ พระพุทธรูป ร้อยละ ๒๖.๐ และโบสถ์-วิหาร ร้อยละ ๒๑.๐ มีประสบการณ์การมาเที่ยวที่วัด คือ มาครั้งแรก ร้อยละ ๖๔.๐ รองลงมาคือ ๒ - ๕ ครั้ง ร้อยละ ๒๙.๘ และความรู้สึกในการกลับมาเที่ยวชมอีกครั้ง ร้อยละ ๖๑.๕ รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ ร้อยละ ๓๕.๕ และไม่มา ร้อยละ ๓.๐

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวรวมด้าน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๒ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๓.๖๖ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ย ๓.๔๗ ส่วนความพึงพอใจใน

ระดับปานกลาง เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ๓.๓๔ ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย ๓.๒๗ และด้านประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ๒.๘๗

นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าสิ่งที่วัดควรปรับปรุง เรียงตามลำดับ ๓ ลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การจัดหาถังขยะและจัดระเบียบสถานที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ ร้อยละ ๗๙.๘ การดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำ ร้อยละ ๗๔.๐ และ ควรมีแผนผังแสดงแหล่งท่องเที่ยวในวัด ร้อยละ ๖๐.๓ ข้อเสนอแนะที่วัดควรปรับปรุง จากการประมวลสรุปจำแนกได้เป็นประเด็นใหญ่ๆ คือ

- ๑) ปัญหาความเสื่อมโทรมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว
- ๒) ปัญหาด้านสาธารณูปโภคและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว
- ๓) ปัญหาการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม
- ๔) ปัญหาด้านการจัดการท่องเที่ยว
- ๕) ปัญหาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการโดยท้องถิ่น

จากผลการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด สามารถประมวลสรุปได้ดังนี้

- ๑) รูปแบบการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของวัด ได้แก่

๑.๑) การจัดทำผังการใช้สอยพื้นที่ของวัดตามบทบาทหน้าที่ เป็น ๓ เขต คือ เขต(๑) พุทธาวาส เป็นพื้นที่ตั้งของศาสนสถานสำคัญ (๒) เขตสังฆาวาส เป็นพื้นที่พักอาศัยของพระภิกษุสามเณร และ (๓) เขตธรณีสงฆ์เพื่อให้การบริการชุมชนหรือเขตสาธารณะ เป็นพื้นที่ที่ใช้เป็นสถานที่ตั้งของอาคารสิ่งก่อสร้างและกิจกรรมที่ให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว

๑.๒) การจัดทำแผนพัฒนาวัดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ในเรื่องต่อไปนี้ (๑) การจัดทำแผนพัฒนาสิ่งก่อสร้างและการใช้ที่ดินในอนาคต (๒) การวางแผนการก่อสร้างสถาปัตยกรรมใหม่ (๓) การวางแผนพัฒนาสิ่งบริการที่จัดสร้างใหม่ (๔) การวางแผนจัดสภาพแวดล้อมของวัดใหม่ และ (๕) การจัดระเบียบของที่ตั้งให้บริการและกิจกรรมอื่นๆ

๑.๓) การจัดทำแผนพัฒนาฟื้นฟูโบราณสถานหรือวัดร้างในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อสรุปประเด็นแนวทางการฟื้นฟูวัดร้าง ดังนี้ (๑) การสนับสนุนในการจัดสรรงบประมาณเพื่อการบูรณปฏิสังขรณ์วัดร้าง (๒) ส่งเสริมสนับสนุนด้านการบูรณะปฏิสังขรณ์วัดที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม (๓) ให้คำแนะนำ ประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ชุมชน (๔) บริหารงานการจัดประชุมเชิงวิชาการแก่เจ้าอาวาสตามโครงการต่าง ๆ เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญและคุณค่าของการพัฒนาฟื้นฟูวัดร้าง (๕) ติดตามประเมินผลการบูรณะ ฟื้นฟู ปฏิสังขรณ์วัดร้าง และ (๖) ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

- ๒) รูปแบบการจัดการด้านระบบสื่อความหมาย

๒.๑) การจัดทำข้อมูลและฐานข้อมูลของวัดที่ถูกต้องในการเผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยว บริษัทท่องเที่ยว และการเผยแพร่ในฐานข้อมูลสารสนเทศ

๒.๒) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดในวันสำคัญหรือเทศกาลสำคัญต่างๆ

๓) รูปแบบการจัดการด้านบุคลากรการท่องเที่ยวของวัด มีประเด็นดังต่อไปนี้

๓.๑) การพัฒนาบุคลากรของวัดในด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับมัคคุเทศก์แก่พระสงฆ์หรือบุคลากรภายในวัด

๓.๒) การพัฒนาจริยธรรมการท่องเที่ยวในวัด โดยยึดหลักกัลยาณมิตร ๗ เพื่อการปรับประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) ทำตนให้เป็นที่รัก (๒) ทำตนให้เป็นที่น่าเคารพ (๓) นำเจริญใจชวนให้ระลึกถึง (๔) รู้จักพูดและให้คำแนะนำที่ดี (๕) อดทนต่อถ้อยคำตำหนิพร้อมที่จะรับฟังและนำไปปฏิบัติ (๖) สามารถอธิบายเรื่องราวที่ยุกยากลุ่มลึกให้เข้าใจอย่างง่ายดาย และ (๗) ไม่ชักนำหรือชักจูงในทางเสื่อมเสีย

วิจารณ์

จังหวัดเชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยเฉพาะ กลุ่มแหล่งท่องเที่ยววัดในตัวเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์จำนวนมาก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรายได้ในส่วนของโรงแรมและภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในจังหวัด ซึ่งในปี พ.ศ.๒๕๕๒ ยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น ๑๓๒ ,๐๙๘ ล้านบาท มีรายได้ต่อหัวประชากร เป็น ๘๒,๗๕๒ บาท นอกจากนั้นแล้ว ยังก่อให้เกิดรายได้กับธุรกิจขนาดย่อยต่างๆ ภายในวัดจำนวนมาก ดังที่ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (๒๕๓๑) กล่าวว่า การท่องเที่ยวในวัดก่อให้เกิดธุรกิจเพื่อการบริการต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่ของวัดหรือพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ที่จอดรถ ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านขายสินค้าของที่ระลึก ร้านขายดอกไม้ธูปเทียน เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวก็ก่อให้เกิดผลกระทบมากมายตามมา เช่น ปัญหาความเสื่อมโทรมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านสาธารณสุขและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว ปัญหาการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ปัญหาด้านการจัดการท่องเที่ยว และปัญหาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการโดยท้องถิ่น ดังเช่นในงานศึกษาของ ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย (๒๕๕๔) พบว่า สภาพปัญหาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแยกได้เป็น ๕ ประเด็นหลัก ได้แก่ ๑) ปัญหาด้านอุปทานการท่องเที่ยว ๒) ปัญหาการพัฒนาสถานที่และสินค้าของการท่องเที่ยว ๓) ปัญหาด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ๔) ปัญหาสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และ ๕) ปัญหาด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่ขาดความต่อเนื่อง และในงานศึกษาของ มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (๒๕๔๘) พบว่า การจัดการท่องเที่ยวที่คาบเกี่ยวกันหลายหน่วยงาน เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพ การขาดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานจึงปัญหาในการการจัดการและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยให้มีการหารือระหว่างผู้มี

ส่วนได้ส่วนเสีย จะเป็นกระบวนการพัฒนาที่จำเป็นในการสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมให้มีความเข้มแข็งและเกิดประโยชน์ต่อสังคมอย่างยั่งยืนตลอดไป

ดังนั้น จากผลการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในวัด จึงข้อสรุปว่า การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ควรมีการจัดทำผังการใช้สอยพื้นที่ของวัด การจัดทำแผนพัฒนาวัดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และการจัดทำแผนพัฒนาฟื้นฟูโบราณสถานหรือวัดร้าง การจัดการระบบสื่อความหมาย ได้แก่ การจัดทำข้อมูลและฐานข้อมูลของวัดในระบบสารสนเทศ และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดในวันสำคัญหรือเทศกาลสำคัญ และการจัดการบุคลากรการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรของวัดในด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาจริยธรรมการท่องเที่ยวในวัด ดังเช่นในงานศึกษาของ วรสิกา อังกูร และคณะ (๒๕๔๓) ซึ่งเสนอว่า ในการจัดการแหล่งเรียนรู้ คือ การจัดการด้านข้อมูล บุคลากร ทักษะและเทคนิควิธีในการถ่ายทอด การดูแลรักษาองค์ความรู้ที่จารีกอยู่ตามโบราณสถาน และด้านสถานที่ โดยเฉพาะพระสงฆ์ที่ดูแลรับผิดชอบต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องอนุรักษ์พุทธศิลป์ตรงกับนักวิชาการศิลปะ และนักวิชาการศิลปะมีความเห็นว่า วัดต้องใช้พุทธศิลป์ให้เกิดคุณค่าทางธรรมาปฏิบัติแก่ผู้มาเที่ยวชมให้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

๑. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

๑.๑ ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยววัดในระดับภูมิภาคและจังหวัด โดยมีแผนการดำเนินงานร่วมกันหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น คณะสงฆ์ หน่วยงานการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา และบริษัทท่องเที่ยวเอกชน รวมไปถึงองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและชาวบ้านในชุมชน

๑.๒ ควรมีการจัดทำการประเมินการท่องเที่ยววัดในด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม รวมไปถึงการควบคุมการก่อสร้างสถาปัตยกรรมที่ขัดแย้งกับวัฒนธรรมท้องถิ่น การอบรมให้ความรู้แก่พระสงฆ์และมัคคุเทศก์เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและปัญหาความขัดแย้งทางวัฒนธรรม

๒ ข้อเสนอแนะในการวิจัย

๒.๑ ควรมีการศึกษาวิจัยการท่องเที่ยววัดในระดับภูมิภาคและระดับประเทศเพื่อประเมินผลการท่องเที่ยวด้านศาสนาและวัฒนธรรมในภาพรวม

๒.๒ ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาวัดต้นแบบที่จัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม

กิตติกรรมประกาศ/คำขอบคุณ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารและคณะกรรมการวิจัยของสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ ที่ได้พิจารณาให้ทุนอุดหนุนการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณคณะที่ปรึกษาโครงการวิจัยและ

ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการดำเนินการวิจัยเป็นอย่างดี ตลอดจนนักท่องเที่ยวและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

๑. ภาษาบาลี – ไทย:

๑.๑ ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย. พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

๑.๒ ข้อมูลทุติยภูมิ

๑.๒.๑ หนังสือ

พระมหาประยุทธิ์ ปยุตโต. พระพุทธศาสนากับสังคมไทยในปัจจุบัน. กรุงเทพมหานคร: สยามสมาคม, ๒๕๑๓.

พระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา ฉบับพันจันทนุมาศ (เจิม) กับพระจักรพรรดิพงศ์ (จาด).

พระนคร : สำนักพิมพ์คลังวิทยา, ๒๕๐๗.

๑.๒.๒ เอกสารรายงานวิจัย

มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. “โครงการมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย”. รายงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), ๒๕๔๘.

รสิกา อังกูร และคณะ. “รูปแบบการจัดการศึกษาและการเผยแผ่ศาสนาธรรมของวัดในพระพุทธศาสนา กรณีศึกษาแหล่งการเรียนรู้ของวัดเขตพุนวมิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร”. รายงานวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (สกศ.), ๒๕๔๖.

วรสิกา อังกูร และคณะวิจัย. “รูปแบบการจัดการศึกษาและการเผยแผ่ศาสนาธรรมของวัดในพระพุทธศาสนา: กรณีศึกษาแหล่งการเรียนรู้ของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร”. รายงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, ๒๕๔๗.

๑.๒.๓ บทความ

วิวัฒน์ชัย บุญยักกิต, “วัด : จำเป็นอย่างไรรจะต้องมีคู่มือพัฒนา”, จุลสารการท่องเที่ยว, (๗ (๑) ๗๓-๗๗, ๒๕๓๑): หน้า ๗๔-๗๕.

ภาคผนวก ข

รายชื่อคณะกรรมการตรวจเครื่องมือวิจัย

คณะกรรมการตรวจเครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย

๑) ผศ.ดร.วิโรจน์ อินทนนท์ หัวหน้าสาขาวิชาปรัชญา

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๒) ดร.พิสิษฐ์ โคตรสุโพธิ์ อาจารย์ประจำภาควิชาปรัชญา

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๓) ผศ.(พิเศษ) เยื้อง ปั่นเหง่งเพชร อาจารย์พิเศษสาขาวิชาพระพุทธศาสนา (EP)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาเขตเชียงใหม่

ภาคผนวก ค แบบสอบถามภาษาไทย
แบบสอบถามโครงการวิจัยเรื่อง
“รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด”

ตอนที่ ๑ ข้อมูลลักษณะเชิงประชากรของนักท่องเที่ยว (กรุณาทำเครื่องหมายในช่องที่เลือก)

๑. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
๒. อายุ ☐ 11 – 20 ปี ☐ 21- 30 ปี ☐ 31 – 40 ปี
☐ 41 – 50 ปี ☐ 50 – 60 ปี ☐ มากกว่า 60 ปี
๓. ถิ่นที่อยู่ ☐ ประเทศไทย ภาค... ☐ เหนือ ☐ กลาง ☐ ใต้ ☐ ตะวันออกเฉียงเหนือ
๔. การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา
☐ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโทขึ้นไป
☐ อื่นๆ ระบุ.....
๕. อาชีพ ☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ ค้าขาย/เจ้าของกิจการ
☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ รับจ้างทั่วไป
☐ แม่บ้าน ☐ เกษตรกรรม
☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ อื่นๆ ระบุ.....
๖. รายได้ต่อเดือน ☐ ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท ☐ ๑๐,๐๐๑ – ๑๕,๐๐๐ บาท
☐ ๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท ☐ ๒๐,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท
☐ ๒๕,๐๐๐ บาทขึ้นไป

๗. ข้อใดมีความสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของท่าน (เลือกตอบเพียง ๑ ข้อ)

- ☐ ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว
- ☐ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว
- ☐ ความสะดวกสบายของสถานที่ท่องเที่ยว
- ☐ ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว
- ☐ ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทางไปเที่ยว
- ☐ ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง
- ☐ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ
- ☐ ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง

ตอนที่ ๒ เหตุผลที่มาท่องเที่ยว (กรุณาทำเครื่องหมายในช่องที่เลือก)

๑. เหตุผลหลักที่ท่านมาเที่ยวในวัด?

- ☐ ทำกิจกรรมทางศาสนา (ทำบุญ/บริจาคทาน/สวดมนต์ไหว้พระ/บูชาศาสนสถาน)
- ☐ พบพระภิกษุสามเณรหรือบุคคลในวัด
- ☐ เทียบชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ
- ☐ พักผ่อนหย่อนใจ
- ☐ สนใจศึกษาประวัติศาสตร์และความสำคัญของวัด
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

๒. ท่านรู้จักวัดที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยวผ่านสื่อใด

- ☐ เป็นคนในพื้นที่ ☐ รับรู้จากบุคคลอื่น (เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก)
- ☐ สื่อวิทยุ/สื่อโทรทัศน์ ☐ อินเทอร์เน็ต
- ☐ ใบโฆษณา ☐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ☐ บริษัทท่องเที่ยว ☐ อื่นๆ ระบุ.....

๓. ศาสนสถานและศาสนวัตถุของวัด ที่ท่านพึงพอใจสิ่งใดมากที่สุด ?

- ☐ พระพุทธรูป ☐ เจดีย์ ☐ โบสถ์-วิหาร
- ☐ จิตรกรรมฝาผนัง ☐ อื่นๆ ระบุ.....

๔. ท่านเคยมาเที่ยวที่วัดแล้วกี่ครั้ง ☐ ครั้งแรก ☐ หลายครั้ง จำนวน.....ครั้ง

๕. ท่านคิดว่าจะมาเที่ยวชมที่วัดอีกหรือไม่ ?

- ☐ มา ☐ ไม่แน่ใจ ☐ ไม่มา

เพราะ.....

ตอนที่ ๓ ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว (กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องที่เลือก)

ที่	รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
๑	ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว					
๑.๑	วัดได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์					
๑.๒	การจัดภูมิทัศน์ของวัดมีความสวยงาม ร่มรื่น					
๑.๓	บรรยากาศภายในวัด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย					
๑.๔	สถานที่ต่างๆ ในวัดมีประวัติความเป็นมาให้ศึกษาเป็นอย่างดี					

๑.๕	การจัดสถานที่ที่เหมาะสมกับความเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์					
๑.๖	การจัดสถานที่ที่มีความปลอดภัยทั้งด้านโครงสร้างศาสนสถานและผู้เกี่ยวข้อง					
๑.๗	เป็นสถานที่ๆ น่าประทับใจ และมีความรู้สึกต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง					

ที่	รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
๒	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
๒.๑	มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว					
๒.๒	ห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
๒.๓	การคมนาคมสะดวกสบายและเพียงพอ					
๒.๔	มีป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่างๆ					
๒.๕	ป้ายบอกทางมีความโดดเด่น อ่านง่าย					
๒.๖	มีแผนที่บอกสถานที่ต่างๆ อย่างชัดเจน					
๒.๗	มีร้านอาหารถูกสุขลักษณะ					
๒.๘	ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคมีความยุติธรรม					
๒.๙	มีความปลอดภัยของทรัพย์สิน					
๒.๑๐	มีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว					
๓.	ด้านบุคลากร					
๓.๑	มีผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี					
๓.๒	มีผู้แนะนำข้อปฏิบัติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเยี่ยมชมศาสนสถาน					
๓.๓	มีการรับฟังข้อเสนอแนะ นำไปปรับปรุงแก้ไข					
๓.๔	มีผู้ให้ความรู้อธิบายความเชื่อเกี่ยวกับศาสนสถานและประเพณีพิธีกรรมที่					

	เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง					
๓.๕	มีผู้ให้ความรู้อธิบายหลักธรรมทางศาสนาให้เข้าใจได้ง่าย					
๓.๖	ผู้นำเที่ยวไม่มีการแนะนำไปสู่การท่องเที่ยวในแหล่งอบายมุขหรือทางเสื่อมเสียในขณะที่น่าเที่ยวในวัด					

ที่	รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
๔.	ด้านประชาสัมพันธ์					
๔.๑	มีการประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ					
๔.๒	ความสะดวกในการติดต่อกับฝ่ายประชาสัมพันธ์					
๕	ด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว					
๕.๑	วิธีการนำเสนอข้อมูลมีความแปลกใหม่และน่าสนใจ					
๕.๒	มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย					

ตอนที่ ๔ ข้อเสนอแนะในสิ่งที่ต้องปรับปรุง (กรุณาทำเครื่องหมายในช่องที่เลือก)

๑. ท่านคิดว่าวัดนี้ควรปรับปรุงสิ่งใดมากที่สุด ?(ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- ☐ การดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยในบริเวณวัด
- ☐ ศาสนสถาน ระบุ.....
- ☐ ศาสนวัตถุ ระบุ.....
- ☐ การจัดหาถังขยะและจัดระเบียบสถานที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ
- ☐ จัดบริการสถานที่จอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย
- ☐ จัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว
- ☐ จัดกิจกรรมส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยว
- ☐ การดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำ
- ☐ การจัดจำนวนห้องน้ำให้เพียงพอ
- ☐ ควรมีร้านอาหารและเครื่องดื่มบริการที่สะอาดและเพียงพอ

- ☐ ควรมีเอกสาร/หนังสือแนะนำวัด ข่ายหรือแจกแก่นักท่องเที่ยว
- ☐ ควรเพิ่มจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
- ☐ ควรมีแผนผังแสดงแหล่งท่องเที่ยวในวัด
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

๒. ข้อเสนอแนะที่ท่านเห็นว่าวัดควรปรับปรุง

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการวิจัยครั้งนี้

ภาคผนวก ง แบบสอบถามภาษาอังกฤษ

Questionnaire On

Tourism Management Model of Religious and Cultural in Buddhist Temple

Part I : General Information of Interview (Please Mark / into the box)

1. Gender: ☐ Male ☐ Female ☐ Others
2. Age: ☐ 11 – 20 Yrs ☐ 21- 30 Yrs ☐ 31 – 40 Yrs
☐ 41 – 50 Yrs ☐ 50 – 60 Yrs ☐ Over sixty years
3. Country / Hometown
4. Educational Background ☐ Primary School ☐ Secondary / vocational education
☐ Bachelor Degree ☐ Master Degree or Higher
☐ Others (Please identify).....
5. Occupation
☐ Government officer/ enterprise state officer ☐ Business owner
☐ Private company officers ☐ General employee
☐ Housekeeper ☐ Agriculturist
☐ Student ☐ Others (Please identify).....
7. Income/month
☐ Less than 10,000 Baht ☐ 10,001 to 15,000 Baht
☐ 15,001 to 20,000 Baht ☐ 20,001 to 25,000 Baht
☐ 25,000 or more
๗. Which is the most important decision of your destination? (Please marks more than one)
- ☐ The attractiveness of the place
☐ The beauty of the place
☐ The convenience of the location
☐ Safety
☐ Value of money spent on the trip
☐ The appropriateness of the time
☐ Advertising

☐ The comments of the journey

Part 2: Reason to visit (Please check box in box given)

1. What is the main reason for visiting the Buddhist temple?

- ☐ Religious activities
☐ To visit monks and novices
☐ To visit archaeological site
☐ To relax
☐ Interesting in historical background of the temple
☐ Others

2. Of what media do you know the temple?

- ☐ The people in the area ☐ Relatives
☐ Mass media ☐ Internet
☐ Advertisement ☐ Tourism Authority of Thailand
☐ Travel agency ☐ Others

3. Which are the most of the satisfactory religious objects?

- ☐ Buddha image ☐ Pagoda
☐ Ubosot or Ordination Hall and Vihara or Assembly Hall
☐ Mural painting ☐ Others

4. How many times do visit the temple? ☐ First time ☐ Several times

5. Will you come to visit the temple again or not? ☐ Certainly ☐ not sure ☐ no

Because

Part 3: Satisfaction with attractions and tourism management. (Please mark / check box selected).

No.	Issue	Level of satisfaction				
		Most	More	Moderate	low	Lowest
1	Tourism resources					
1.1	Temple have been maintained in good condition					
1.2	Greenery landscaping					
1.3	The temple is clean and neat					

1.4	There are signs telling the story in the temple.					
1.5	The temple was provided as the sacred place					
1.6	The structures of the religious place are safe.					
No.	Issue	Level of satisfaction				
		Most	More	Moderate	low	Lowest
1.7	The locations are impressed and need to come back.					
2	Facilities					
2.1	Tourism promotion activities are provided.					
2.2	Toilets are enough provided for the tourists.					
2.3	Good transportation					
2.4	There are signs telling to the different locations					
2.5	Signs are outstanding and readability					
2.6	Maps are cleared provided					
2.7	The hygienic restaurants are provided					
2.8	Goods are reason prize					
2.9	Security of property					
2.10	Security to tourists					
3.	Personnel of Tourism					
3.1	The good tourist guides are provided for visitors.					
3.2	The tourist guide give a good suggestions on the right practices					

	of the temples					
3.3	Good suggestions are welcomed					
3.4	The tourist guide gives the right explains on religious rite.					
3.5	There is a person explain the dharma to the easy visitors.					
3.6	The tourist guide never led to the visitors to the source of vice.					

No.	Issue	Level of satisfaction				
		Most	More	Moderate	low	Lowest
4.	On the advertisement					
4.1	There are many forms of public relations.					
4.2	Easy to deal with the public relation unit.					
5	Strategy of tourism					
5.1	Presentation of information is interesting.					
5.2	There are a variety of tourism promotions.					

Part : 4 Suggestions for improving. (Please check box selected.)

၁. Do you think that this temple should improve the most? (You can answer more than 1)

- ☐ Maintaining a clean temple
- ☐ Religious place (identify)
- ☐ Religious artifacts (identify).....
- ☐ Provide of trash and garbage
- ☐ Provide for car park
- ☐ Provide the information service for visitors

- ☐ Promotion activities for visitors
- ☐ Maintaining the cleanliness of the bathroom
- ☐ Provide enough toilets
- ☐ Food and drink should be provided.
- ☐ Guide book should be provided for visitors
- ☐ The new tourist attractions should be added.
- ☐ The map of the temple should be provided.
- ☐ Others (Identify).....

2. Your suggestion that the temple should be improved.

.....

.....

.....

Thanks very much for your cooperation

ภาคผนวก จ

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการวิจัยไปใช้ประโยชน์

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการวิจัยไปใช้ประโยชน์

๑. กิจกรรมด้านการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา

๑.๑ สามารถนำกระบวนการศึกษาวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนในรายวิชา เช่น รายวิชาพระพุทธศาสนากับการพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม การจัดการและการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม การอนุรักษ์พุทธสถาปัตยกรรม ทั้งในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๑.๒ สามารถนำผลการศึกษาไปวิเคราะห์ร่วมกับนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดการอนุรักษ์โบราณวัตถุโบราณสถาน และศิลปกรรม ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยง โดยความร่วมมือของมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

๒. กิจกรรมด้านการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของวัดและชุมชน

๒.๑ สามารถพัฒนาโครงการสัมมนาทางพระพุทธศาสนาในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ และการท่องเที่ยววัดในเขตภาคเหนือตอนบน

๒.๒ สามารถพัฒนาและต่อยอดโครงการ ท่องเที่ยวทั่วไทยของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาค

๒.๓ สามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ ท่องเที่ยว ไปเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

3. กิจกรรมด้านวิชาการ

๓.๑ การจัดทำ แผนพัฒนาการท่องเที่ยววัดในจังหวัด เชียงใหม่ โดยมี การทำ แผนการดำเนินงานร่วมกันหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คณะสงฆ์ จังหวัดเชียงใหม่ หน่วยงานการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา และบริษัทท่องเที่ยวเอกชน รวมไปถึงองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและชาวบ้านในชุมชน

๓.๒ การจัดแผนการอนุรักษ์โบราณสถานโบราณวัตถุและการจัดภูมิทัศน์วัดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

๓.๓ การจัด ฝึกอบรมให้ความรู้แก่ พระนิสิต พระสงฆ์และมัคคุเทศก์เกี่ยวกับ การจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด

ภาคผนวก ฉ

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการมา
และผลที่ได้รับของโครงการ

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการมา
และผลที่ได้รับของโครงการ

กิจกรรม	ผลที่ได้รับ	บรรลु วัตถุประสงค์	โดยทำให้
ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยวและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา	๑.ทราบแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยวและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยววัดในพระพุทธศาสนา	ข้อ ๑	๑.การจัดสร้างเครื่องมือแบบสอบถามและแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
ศึกษาสภาพและความพึงพอใจของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้การศึกษาวิจัยภาคสนาม (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน ๔๐๐ คน แบ่งเป็นกลุ่มละ ๒๐๐ คน	๑.ทราบสภาพและระดับความพึงพอใจของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่	ข้อ ๑	๑.ทำให้ทราบสภาพและระดับความพึงพอใจของการท่องเที่ยววัดในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน ๘ แห่ง คือ (๑) วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพ (๒) วัดเชียงใหม่ (๓) วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร (๔) วัดเจดีย์หลวง (๕) วัดเจ็ดยอด (๖) วัดสวนดอก (๗) วัดถ้ำเชียงดาว (๘) โบราณสถานและวัดร้าง
การสัมภาษณ์ (Interview)	๒. ทราบรูปแบบการ	ข้อ ๒	๒.ทำให้ทราบรูปแบบ

และการสังเกตการณ์ (Observation) เจ้าอาวาสวัด หรือผู้ดูแลวัดที่ กำหนดเป็นวัดตัวอย่างใน การศึกษา ตลอดถึงผู้มีส่วน เกี่ยวข้องกับการจัดการ ท้องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งภาครัฐและเอกชน	จัดการท่องเที่ยววัดใน พระพุทธศาสนา		การจัดการท่องเที่ยววัด ในพระพุทธศาสนา
---	---------------------------------------	--	--

ภาคผนวก ข รูปภาพดำเนินกิจกรรมการวิจัย



ภาพที่ ๑ ภาพการศึกษาสำรวจวัดเจ็ดยอด อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ๒ ภาพการศึกษาสำรวจวัดเจ็ดยอด อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ๓ ภาพการศึกษาสำรวจวัดพระธาตุดอยสุเทพฯ อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ๔ ภาพการศึกษาสำรวจวัดพระสิงห์ฯ อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ๕ ภาพการศึกษาสำรวจวัดสวนดอก อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ๖ ภาพการศึกษาสำรวจวัดถ้ำเชียงดาว อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่

ประวัติผู้วิจัย

นายภัชรบด ฤทธิ์เต็ม หัวหน้าโครงการวิจัย
 ประวัติการศึกษา พธ.บ. (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา) เกียรตินิยมอันดับ ๑
 ร.บ. รัฐศาสตรบัณฑิต (ทฤษฎีและเทคนิคทางรัฐศาสตร์)
 พธ.ม. พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (พระพุทธศาสนา)

ตำแหน่งปัจจุบัน

เจ้าหน้าที่วิจัย ฝ่ายวิจัย สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยา
 เขตเชียงใหม่

โทร. ๐๕๓ - ๒๗๕๑๔๔ ต่อ ๒๑๑ มือถือ ๐๘๖ - ๙๑๓๕๙๘๒

ประสบการณ์การวิจัย

๑. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๐.
๒. ศักยภาพและบทเรียนของวัดในการดูแลสุขภาพชุมชนจังหวัดเชียงใหม่. เครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, ๒๕๕๑.
๓. การแก้ไขพื้นที่ฟูเยาชนผู้กระทำผิดในศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชน เขต ๗ เชียงใหม่ตามแนวสติปัญญา ๔. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๒.