



## รายงานผลการวิจัย

เรื่อง การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภท  
โบราณสถาน: กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

The Analysis of Tourist Satisfaction with Cultural Ancient Remains: The  
Case Study of Royal Temples in Muang District, Chiang Mai Province

ได้รับการจัดสรรงบประมาณวิจัย ประจำปี 2554

จำนวน 50,000 บาท

หัวหน้าโครงการ

นางสาวรอรุณชนก คำแก้ว

งานวิจัยเสร็จสิ้นสมบูรณ์

8 พฤศจิกายน 2555

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้สำเร็จลุล่วง โดยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประจำปีงบประมาณ 2554 ผู้วิจัยขอขอบคุณ นางสาวกชพร สุขจิตภิญโญ ผู้ช่วยนักวิจัย และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่อนุเคราะห์สถานที่และอุปกรณ์บางอย่างที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยให้เสร็จสิ้นสมบูรณ์

ผู้วิจัย

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| สารบัญตาราง                               | ข    |
| สารบัญภาพ                                 | ค    |
| บทคัดย่อ                                  | 1    |
| Abstract                                  | 2    |
| บทที่ 1 บทนำ                              |      |
| ความสำคัญของปัญหา                         | 3    |
| วัตถุประสงค์ของงานวิจัย                   | 5    |
| ขอบเขตของการวิจัย                         | 6    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                 | 6    |
| นิยามศัพท์                                | 7    |
| บทที่ 2 การตรวจเอกสาร                     |      |
| แนวคิดและทฤษฎี                            | 8    |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                     | 17   |
| กรอบแนวคิดของการวิจัย                     | 20   |
| บทที่ 3 วิธีการวิจัย                      |      |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง                   | 21   |
| ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา                    | 21   |
| วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล | 22   |
| บทที่ 4 ผลการวิจัย                        | 26   |
| บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ               |      |
| สรุปผลการวิจัย                            | 84   |
| ข้อจำกัดของการศึกษา                       | 85   |
| ข้อเสนอแนะ                                | 85   |
| เอกสารอ้างอิง                             | 87   |
| ภาคผนวก                                   | 89   |

## สารบัญตาราง

|             |   | หน้า |
|-------------|---|------|
| ตารางที่ 1  | ตารางการประเมินของคาโน  | 23   |
| ตารางที่ 2  | ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเชื่อมวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร  | 31   |
| ตารางที่ 3  | ผลการประเมินค่าความดีและสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร   | 34   |
| ตารางที่ 4  | ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเชื่อมวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร   | 45   |
| ตารางที่ 5  | ผลการประเมินค่าความดีและสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร            | 47   |
| ตารางที่ 6  | ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเชื่อมวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร  | 56   |
| ตารางที่ 7  | ผลการประเมินค่าความดีและสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร           | 58   |
| ตารางที่ 8  | ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเชื่อมวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)  | 67   |
| ตารางที่ 9  | ผลการประเมินค่าความดีและสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)         | 69   |
| ตารางที่ 10 | ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเชื่อมวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด)                                      | 78   |
| ตารางที่ 11 | ผลการประเมินค่าความดีและสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) | 80   |

## สารบัญภาพ

|             |  | หน้า |
|-------------|--|------|
| ภาพที่ 1    | คุณภาพแบบ 1 ทิศทาง และคุณภาพแบบ 2 ทิศทาง   | 13   |
| ภาพที่ 2    | แบบจำลองคาโน   | 14   |
| ภาพที่ 3    | ตัวอย่างคำถามและตารางคาโน  | 16   |
| ภาพที่ 4    | ขั้นตอนการแปลผลตามแบบจำลองคาโน   | 24   |
| ภาพที่ 5    | วัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร  | 27   |
| ภาพที่ 6-1  | บันไดทางขึ้นเขตพระบรมธาตุ  | 29   |
| ภาพที่ 6-2  | ด้านข้างองค์พระเจดีย์  | 30   |
| ภาพที่ 7    | ภาพถ่ายจากจุดชมวิวนวัดพระธาตุคอกยสุเทพ   | 30   |
| ภาพที่ 8    | กราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม<br>วัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร | 35   |
| ภาพที่ 9-1  | พระเจดีย์หลวงในบริเวณวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร  | 37   |
| ภาพที่ 9-2  | พระเจดีย์หลวงในบริเวณวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร  | 37   |
| ภาพที่ 10   | พระวิหารหลวงวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร   | 39   |
| ภาพที่ 11-1 | พระประธานในพระวิหารหลวง  | 39   |
| ภาพที่ 11-2 | พระประธานในพระวิหารหลวง  | 40   |
| ภาพที่ 12-1 | พระเจดีย์หลวง  | 41   |
| ภาพที่ 12-2 | พระเจดีย์หลวง  | 41   |
| ภาพที่ 13   | พระนอน   | 42   |
| ภาพที่ 14-1 | มหามกุฏราชวิทยาลัยในพระบรมราชูปถัมภ์ วิทยาเขตล้านนา  | 43   |
| ภาพที่ 14-2 | มหามกุฏราชวิทยาลัยในพระบรมราชูปถัมภ์ วิทยาเขตล้านนา  | 44   |
| ภาพที่ 15   | กราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม<br>วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร          | 48   |
| ภาพที่ 16   | วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร  | 50   |
| ภาพที่ 17-1 | วิหารลายคำ   | 53   |
| ภาพที่ 17-2 | วิหารลายคำ   | 53   |
| ภาพที่ 18-1 | พระพุทธสิหิงค์   | 54   |

## สารบัญภาพ (ต่อ)

|               |  | หน้า |
|---------------|--|------|
| ภาพที่ 18-2   | พระพุทธรูปสีหิงค์  | 54   |
| ภาพที่ 19     | พระธาตุเจดีย์วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร   | 55   |
| ภาพที่ 20     | กราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม<br>วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร           | 60   |
| ภาพที่ 21     | พระบรมธาตุเจดีย์วัดสวนดอก  | 63   |
| ภาพที่ 22     | พระเจ้าแก้วดี  | 64   |
| ภาพที่ 23     | พระพุทธรูปภูมิกำคิง  | 65   |
| ภาพที่ 24     | คู่เจ้านายฝ่ายเหนือ  | 66   |
| ภาพที่ 25     | กราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม<br>วัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)         | 71   |
| ภาพที่ 26     | วิหารภายในวัดเจ็ดยอด   | 73   |
| ภาพที่ 4.27   | ซุ้มประตูโขงหน้าวัดเจ็ดยอด   | 75   |
| ภาพที่ 4.28-1 | พระเจดีย์เจ็ดยอดในบริเวณวัดเจ็ดยอด   | 76   |
| ภาพที่ 4.28-2 | พระเจดีย์เจ็ดยอดในบริเวณวัดเจ็ดยอด   | 76   |
| ภาพที่ 29     | พระพุทธรูปในพระเจดีย์เจ็ดยอด   | 77   |
| ภาพที่ 30     | กราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม<br>วัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) | 82   |

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
ประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**The Analysis of Tourist Satisfaction with Cultural Ancient Remains: The Case  
Study of Royal Temples in Muang District, Chiang Mai Province**

ชรรณชนก คำแก้ว

Thanchanok Khamkaew

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จ.เชียงใหม่ 50290

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การรับรู้และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จ.เชียงใหม่ ทั้ง 5 วัด ได้แก่ วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร วัดพระสิงห์วรวิหาร วัดสวนดอก และวัดเจ็ดยอด ที่มีต่อศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และศักยภาพด้านการบริหารจัดการ แบบจำลองคาโนได้ถูกนำมาใช้เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและศักยภาพทั้งสามด้านดังกล่าว

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ในจำนวน 24 ประเด็นย่อยในศักยภาพทั้ง 3 ด้านตามแบบจำลองคาโนนั้น ความพึงพอใจในด้านคุณภาพที่น่าประทับใจและคุณภาพทิศทางเดียวกันเป็นคุณภาพที่พบในทั้ง 5 กรณีศึกษา คำนีการปรับปรุงด้านคุณภาพได้ถูกคำนวณขึ้นเพื่อชี้ให้เห็นถึงแนวทางการปรับปรุงและการเพิ่มคุณภาพในศักยภาพด้านต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 แห่งนี้ การกระจายตัวของค่านีการปรับปรุงด้านคุณภาพส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนของคุณภาพที่น่าประทับใจ

ผลการศึกษาพบว่า สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ ความมีเอกลักษณ์และความสวยงามของวัดและสถาปัตยกรรมต่างๆ เช่น อุโบสถ เจดีย์ ภาพจิตรกรรมฝาผนัง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ การรักษาความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากขึ้น หากทางวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว มีการรักษาโบราณสถานและสภาพแวดล้อมภายในวัดให้อยู่ในสภาพดี สวยงาม และสะอาดเรียบร้อย

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ แบบจำลองคาโน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พระอารามหลวง

### **Abstract**

This study mainly aims to analyze tourist perceptions and satisfaction evaluations in three product and service dimensions of five Royal temples in Chiang Mai province, namely Wat Phrathat Doi Suthep, Wat Chedi Luang, Wat Phra Singh, Wat Suan Dok, and Wat Jed Yod. The Kano model is used to illustrate the relationship between tourist satisfaction and product and service quality.

The results indicated that, among the 24 product or service quality items categorized according to the Kano model, the attractive quality element and one-dimensional element have the highest weights in all cases. The quality improvement index is calculated to provide clear guidance and indication to improve and enhance product and service quality of these five Royal temples. The quality improvement index analysis divides product and service quality factors into four quadrants which are attractive, one-dimensional, must-be requisional, and indifferent requisional. We found that based on the distribution of the 24 product and service quality items, the majority of those is in the “attractive” quadrant.

The results show that a unique identity of the temples, architectural items including Buddha images, buildings, pagoda, typically Thai mural, traditional Buddhism activities, security, and convenient and accessibility are the most attractive features. Having sufficient facilities in the temple, cultural and environmental conservation are highly concerned by tourists, and these improvements can enhance tourist satisfactions.

**Key words:** Satisfaction, Kano’s Model, Cultural Tourism, Royal Temple



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาเช่น ประเทศไทย ในหลายปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวแสดงบทบาทอย่างเด่นชัดในการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ จาก สถิติรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างปี 2548-2553 พบว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 367,380.36 ล้านบาท ในปี 2548 เป็น 585,961.80 ล้านบาท ในปี 2553 ซึ่ง เป็นรายได้จากการท่องเที่ยวที่สูงที่สุดของไทย หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยปีละ 11.90% (อาร์วาย ทีไนน์: ข่าวนานาชาติ, 2554) จึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรม เป้าหมายที่รัฐบาลส่งเสริมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยว ไม่ได้จำกัดแค่เป็นเพียงอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศเท่านั้น หากแต่อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวยังเป็นตัวนำที่ทำให้เกิดการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง โครงสร้างพื้นฐาน และการ ขยายตัวของอุตสาหกรรมเชื่อมโยงอื่นๆ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวนมาก ทำให้เกิดการจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ได้เป็นอย่างดี

“วัฒนธรรม” ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและมีบทบาทในการดึงดูด นักท่องเที่ยวจากดินแดนต่างๆ มาสู่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งได้ไม่น้อย โดยเหตุที่ชนชาติต่างๆ ทั่วโลกต่างก็มีวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งสมาชิกในชนชาตินั้นๆ ร่วมกัน สร้างขึ้นมาจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของชาติ ดังคำกล่าวทางมานุษยวิทยาว่า “ชนชาติที่ แตกต่างกันย่อมมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Different People, Different Culture)” ความแตกต่างและ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของแต่ละชนชาติจึงเป็นสิ่งที่ทำทลายให้เพื่อนมนุษย์ศึกษาใคร่รู้ ใคร่ เห็น ถึงความต่างต่างนั้นๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ชีวิตของตนเองนอกเหนือจากการเดินทางเพื่อ

พักผ่อนหย่อนใจ (จิราวรรณ กาวิละ, 2544) จึงเกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือ Cultural Tourism” ขึ้น

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและโดดเด่นแตกต่างจากชาติอื่นๆ ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นจะมีความหลากหลายแตกต่างกันออกไป อาทิเช่น วัดซึ่งเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนา และเป็นศูนย์กลางของชุมชนในสังคมไทยมาตั้งแต่อดีต อิทธิพลของพุทธศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิถีชีวิตของชาวไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นแหล่งที่รวบรวมงานศิลปวิทยาการและความรู้มากมายหลายสาขา ตลอดจนเป็นแหล่งรวมของศิลปกรรมที่มีค่า เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และจิตรกรรมฝาผนัง ซึ่งงานศิลปกรรมต่างๆ เหล่านี้นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าและเป็นเสมือนเอกลักษณ์ของความเป็นชาติไทย ปัจจุบันวัดมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม คือ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานที่สำคัญ เพราะภายในวัดประกอบไปด้วยศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นอารยธรรมและความเจริญของชาติอันเป็นแหล่งรวม ที่สามารถศึกษาย้อนกลับได้ในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งการเชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของชุมชน นอกจากนี้วัดยังเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม สงบ สันโดษตามหลักพระพุทธศาสนา (รติกา อังกูร, 2544)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความสำคัญและเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือตอนบน จากการสำรวจของนิตยสาร Travel & Leisure ในปี 2553 เชียงใหม่ได้รับการโหวตให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลกในลำดับที่ 2 นับได้ว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมแบบล้านนาไทย ซึ่งมีประวัติศาสตร์อันยาวนานมากกว่า 700 ปี เทศกาลต่างๆ อันเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ปี๋ใหม่เมือง (เทศกาลสงกรานต์) ยี่เป็ง (ลอยกระทง) ประเพณีเข้าอินทขิล ฯลฯ ตลอดจนวิถีชีวิตของคนพื้นเมือง และน้ำใจไมตรีของชาวเชียงใหม่ เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว

มาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ปีละหลายล้านคน ลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงใหม่สามารถสรุปได้ตามคำขวัญของจังหวัดที่ว่า “ดอยสุเทพเป็นศรี ประเพณีเป็นสง่า บุปผชาติล้วนงามตา นามล้ำค่านครพิงค์”

เชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีวัดเป็นจำนวนมากกว่าหนึ่งพันวัด แสดงให้เห็นถึงความเชื่อและความศรัทธาของชาวเชียงใหม่ที่มีต่อพระพุทธศาสนา วิถีชีวิตของคนเชียงใหม่ล้วนผูกพันกับวัดอย่างแยกออกจากกันไม่ได้ การประกอบกิจกรรมหลายๆ อย่าง ยังคงต้องอาศัยวัดเป็นศูนย์กลาง วัดสำหรับชาวเชียงใหม่จึงไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเท่านั้น แต่วัดได้กลายเป็นศูนย์รวมจิตใจและเป็นที่ยึดเหนี่ยวของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย นอกจากนี้วัดยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า เพราะเป็นแหล่งรวมวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และประวัติศาสตร์อันยาวนานโดยผ่านภาพจิตรกรรมฝาผนัง สถาปัตยกรรมต่างๆ ภายในวัด สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาของคนแต่ละยุคแต่ละสมัย ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีพระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เป็นกรณีศึกษา ทั้งนี้เพราะอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางการบริหาร ธุรกิจและวัฒนธรรมของจังหวัด ซึ่งมีจำนวนวัดมากถึง 120 วัด และมีวัดสำคัญๆ เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวง และวัดพระสิงห์ เป็นต้น ผลการวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพในการดึงดูดใจ ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน ในที่นี้คือพระอารามหลวง ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างถูกต้องเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมและสภาพแวดล้อมที่เป็นจริงของยุคสมัยปัจจุบัน เพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของพระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อพระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3. เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภท โบราณสถาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### ขอบเขตของการวิจัย

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภท โบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1) ด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตพื้นที่ที่ใช้ศึกษา คือ วัดที่เป็นพระอารามหลวงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ วัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร วัดพระสิงห์วรวิหาร วัดบุปผาราม (วัดสวนดอก) และวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด)

2) ด้านเนื้อหา แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ลักษณะสภาพทั่วไปของวัด ได้แก่ ประวัติความเป็นมา ทรัพยากรภายในวัด ระบบการจัดการด้านต่างๆ ของวัด เป็นต้น

ด้านนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดทั้ง 5 วัด

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของพระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถานที่สำคัญ

2. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อศักยภาพในการดึงดูดใจ ด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการของพระอารามหลวง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3. ได้ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถานในจังหวัดเชียงใหม่

#### นิยามศัพท์

1. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของคนจากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแห่งเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือหาความรู้ ซึ่งครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจ การค้า การศึกษา การพักผ่อน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่น่าสนใจ การเดินทางยังมีได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทาง

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

3. พระอารามหลวง หมายถึง วัดที่พระมหากษัตริย์ หรือพระบรมวงศานุวงศ์ ทรงสร้างหรือทรงบูรณปฏิสังขรณ์ หรือมีผู้สร้างน้อมเกล้าฯน้อมกระหม่อมถวายเป็นวัดหลวง และวัดที่ราษฎรสร้างหรือบูรณปฏิสังขรณ์ และขอพระราชทานให้ทรงรับไว้เป็นพระอารามหลวง ในที่นี้ประกอบด้วยวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร และวัดพระสิงห์วรวิหาร ซึ่งเป็นพระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความสำคัญต่อจังหวัดเชียงใหม่

4. นักท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่มาเยี่ยมชมวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร และวัดพระสิงห์วรวิหาร ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถานที่มีความสำคัญต่อจังหวัดเชียงใหม่

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร

#### แนวคิดและทฤษฎี

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีแนวคิดและเอกสารที่ใช้ประกอบในการศึกษา ดังนี้

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) สรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรหมายถึงการเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังท้องถิ่นอื่น เพื่อชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่น ทั้งนี้จะต้องเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้งตรึงใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ อีกทั้งต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดต่อบุคคลและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นให้น้อยที่สุด ในขณะที่เดียวกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านการสร้างรายได้ และการจ้างงาน อันนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) สรุปไว้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น และเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม เป็นการท่องเที่ยวในเชิงการให้ความรู้ และความภาคภูมิใจ”

Pigram ได้ให้ความหมายของว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” เป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่เน้นวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ที่สะท้อนความเป็นไทยที่แท้จริงเพื่อให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสสิ่งจูงใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็คือ ความลึกซึ้งในความแตกต่างของวิถีชีวิต และการได้แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดซึ่งกันละกัน

World Tourism Organization (อ้างใน วาฬิกา แสนคำ, 2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเอาไว้ว่า เป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล การเข้าเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา

The European Center for Traditional and Religious Culture หรือ ECTARC (อ้างใน วาฬิกา แสนคำ, 2545) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอันได้แก่

- 1) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ต่างๆ
- 2) สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง รวมถึงซากฝังเมืองในอดีต
- 3) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่างๆ
- 4) ความน่าสนใจทางคนครี
- 5) การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ
- 6) ภาษาและวรรณกรรม
- 7) ประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา
- 8) วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย

Coltman ได้ให้แนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 9 ประการสรุปได้ดังนี้

- 1) ส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม
- 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความต้องการของชุมชนว่าจะต้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนมากน้อยเพียงใด
- 3) วิธีการและความดีในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวควรได้รับความเห็นชอบจากประชาชนในท้องถิ่น เพราะจะเป็นเครื่องวัดว่าท้องถิ่นนั้นๆ ต้องการนักท่องเที่ยวประเภทใด และจำนวนเท่าไร

- 4) ควรมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการพยายามที่จะทำให้ท้องถิ่น เป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพ
- 5) ในการวางแผนการท่องเที่ยว ไม่ควรให้มีผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่นผู้ที่ เกี่ยวข้องในการวางแผนจึงต้องมีความระมัดระวัง และต้องวางแผนรองรับในเรื่อง นี้เอาไว้ด้วยเพื่อที่จะรักษาวัฒนธรรมและค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่
- 6) เงินลงทุน แรงงาน รวมทั้งนักบริหารทางการท่องเที่ยว ควรมาจากชุมชนเจ้าของ ดินเพื่อที่ท้องถิ่นจะสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้เป็นไปในทิศทางที่ ต้องการได้
- 7) ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและงานเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อ นักท่องเที่ยว
- 8) เรื่องราว และงานเทศกาลที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว จะต้องสะท้อนให้เห็นถึง ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น
- 9) ก่อนที่จะลงมือพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพยายามขจัดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นใน ชุมชนให้เรียบร้อย

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทาง ของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัสการชื่นชมกับ เอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา และจารีตประเพณี ในขณะที่เดียวกันก็เปิด โอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วน ร่วมในกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547: 62) ให้ความหมายของความพร้อมของแหล่ง ท่องเที่ยวว่า หมายถึง สิ่งหรือส่วนประกอบของสถานที่แห่งนั้นที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือช่วย



ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมาสู่สถานที่แห่งนั้น ซึ่งแม้ว่าความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ใช่ว่าสิ่งดึงดูดใจหรือตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้นๆ

#### องค์ประกอบของความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

องค์ประกอบของความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อย คือ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว โดยในแต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547: 63-64)

1) สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลาง การท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โคจรยนต์ เรือ หรือการเดินเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกกรง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และคำว่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว นั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะ ไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียง ได้ยากง่ายเพียงใด

3) สภาพแวดล้อม หมายถึง สิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่รวมถึงแต่สภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ เช่น สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่นเสียง ควัน สภาพน้ำตามแหล่งน้ำขุนชัน หรือ ใต้อาณา และความสะดวกอื่น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ทั้งใน

บริเวณแหล่งท่องเที่ยวเอง และบริเวณข้างเคียง หากสภาพแวดล้อมเกิดเป็นปัญหาจนเป็นไปได้ในลักษณะมลภาวะย่อมจะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดสภาพเสื่อมโทรม ลดคุณค่า และลดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

4) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว หมายถึง อุปสรรคหรือข้อขัดข้องในการใช้สถานที่แห่งนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละไม่มาก ถ้ามีนักท่องเที่ยวมากในที่พัก น้ำประปา ไฟฟ้า จะบริการได้ไม่เพียงพอ ปัญหาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ปัญหาผู้ก่อการร้าย ข้อจำกัดเป็นเขตหวงห้ามของราชการหรือเอกชน เป็นต้น

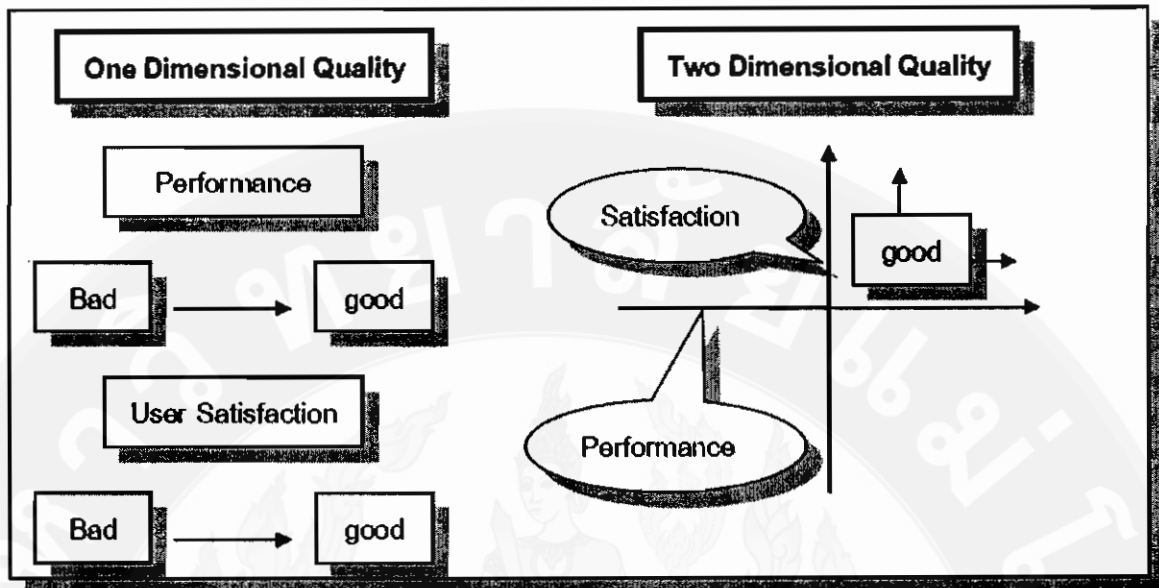
5) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปในปัจจุบัน ซึ่งได้จากการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และวัดจากปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

### 3. แบบจำลองคานโน (Kano's Model)

แบบจำลองของคานโน (Kano's Model) ได้รับการพัฒนามาจากศาสตราจารย์โนริอากิ คานโน (Professor Noriaki Kano) ซึ่งเป็นเทคนิคหนึ่งที่ใช้ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีหลักการว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งต้องให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยที่จะต้องมีความบกพร่องที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจน้อยที่สุด

แบบจำลองคานโนมีรูปแบบของการมองคุณลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิมที่มองเพียงด้านเดียว คือ คุณภาพที่ดี (Good Quality) และคุณภาพที่ไม่ดี (Bad Quality) ซึ่งศาสตราจารย์คานโนได้บูรณาการคุณภาพออกเป็น 2 ทิศทาง (ดังแสดงในภาพที่ 1) คือ

- 1) ระดับการแสดงออกของคุณภาพภายในผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Performance Quality)
- 2) ระดับความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction)



ภาพที่ 1 คุณภาพแบบ 1 ทิศทาง และคุณภาพแบบ 2 ทิศทาง

สามารถจำแนกคุณสมบัติออกเป็น 3 ประเภท (ดังแสดงในภาพที่ 2) ได้แก่

1) คุณสมบัติที่จำเป็นต้องมี (Basic/Must-be features) เป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่ผลิตภัณฑ์ต้องมี ซึ่งหากความต้องการด้านนี้ไม่ถูกเติมเต็ม ผู้บริโภคจะเกิดความไม่พึงพอใจทันที แม้ว่าผู้บริโภคจะได้รับเติมเต็มในความต้องการด้านนี้แล้วก็ได้ไม่ได้หมายความว่าความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

ตัวอย่างเช่น ในร้านอาหาร ลูกค้าคาดหวังว่าเมื่อเข้ามาในร้านแล้ว จะต้องมีจำนวนโต๊ะรองรับลูกค้าได้ทันที ซึ่งแม้จะมีจำนวนโต๊ะมากเพียงใดก็ไม่ได้ทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น ในทางกลับกันหากลูกค้าเข้ามาในร้านแล้วพบว่าสถานที่ไม่เพียงพอ ลูกค้าก็อาจจะรู้สึกไม่พอใจในการบริการของร้านได้

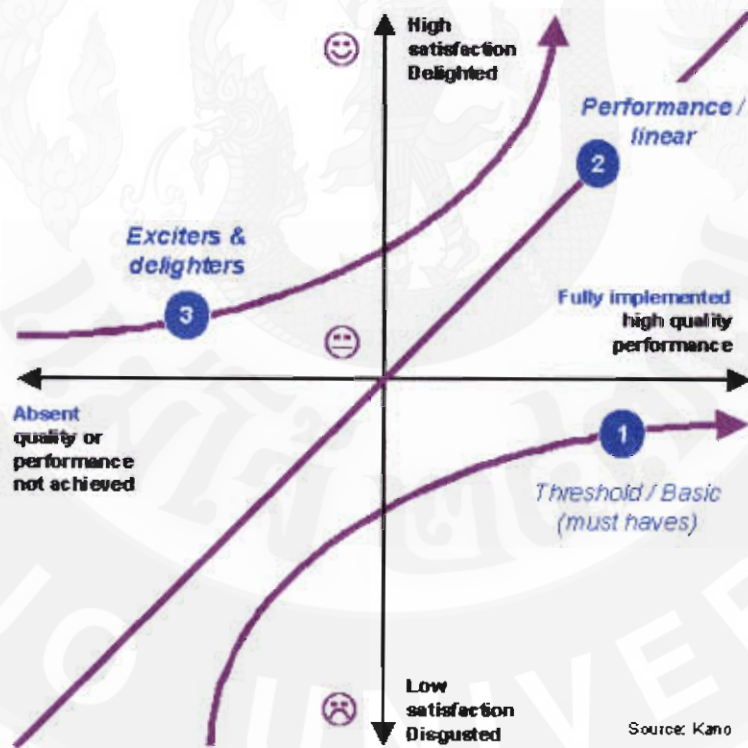
2) คุณสมบัติที่มีประสิทธิภาพ (Performance features) เป็นคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค หากมีการเติมเต็มความต้องการด้านนี้ให้สูงขึ้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะสูงขึ้นด้วย

ตัวอย่างเช่น ในร้านอาหาร ลูกค้าคาดหวังว่า เมื่อเข้ามาในร้านแล้วจะได้รับการบริการในการสั่ง/ส่งอาหารที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ซึ่งหากร้านอาหารมีการบริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง และ

แม่นยำมากก็จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก แต่หากลูกค้าไม่ได้รับการบริการตามที่คาดหวังไว้ก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่พึงพอใจได้

3) คุณสมบัติที่น่าตื่นเต้น (Excitement features) เป็นคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นจากความคาดหวังของผู้บริโภค อยู่นอกเหนือสิ่งที่คาดการณ์ไว้ การเติมเต็มความต้องการด้านนี้ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและดีใจ

ตัวอย่างเช่น ในร้านอาหาร ลูกค้าไม่ได้คาดหวังว่าเมื่อเข้ามารับประทานอาหารในร้านแล้วจะได้รับของขวัญชิ้นเล็กๆ เป็นที่ระลึก แต่หากร้านอาหารนั้น ได้มอบของขวัญให้กับลูกค้าหลังจากรับประทานอาหารเสร็จก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ รวมทั้งยังเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเป็นอย่างมากอีกด้วย



ภาพที่ 2 แบบจำลองคาโน

### วิธีการดำเนินงานตามแบบจำลองของคาโน มีขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาคุณลักษณะที่สำคัญ ในขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาคุณลักษณะที่สำคัญต่าง ๆ ที่สามารถพบได้ในผลผลิตหรือบริการ เพื่อใช้ในการศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ และใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
- 2) สร้างแบบสอบถาม จุดประสงค์ในการสร้างแบบสอบถามมีเพื่อสร้างความเข้าใจว่าผู้รับบริการรู้สึกอย่างไรหากพบ หรือไม่พบคุณลักษณะนั้น ๆ ที่อยู่ในผลผลิตหรือบริการ ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามที่ตรงกันข้ามกับคุณลักษณะหรือคุณภาพ ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามแบบ Function (Functional Question) คือคำถามที่ถามความรู้สึกเมื่อพบคุณลักษณะหรือคุณลักษณะนั้น และคำถามแบบ Dysfunction (Dysfunctional Question) คือคำถามที่ถามความรู้สึกเมื่อไม่พบคุณลักษณะหรือคุณลักษณะนั้น ตัวอย่างคำถาม แสดงดังภาพที่ 2.2
- 3) แจกและรวบรวมแบบสอบถาม เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงถึงขั้นตอนการแจกแบบสอบถามเพื่อถามกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายที่ต้องการ และมีจำนวนเพียงพอต่อการวิเคราะห์แบบสอบถาม
- 4) ระบุกลุ่มของคุณลักษณะแต่ละแบบ ขั้นตอนนี้เป็นการนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ผลและจัดกลุ่มของคุณลักษณะต่าง ๆ โดยใช้รูปแบบตารางวิเคราะห์แบบ Kano Chart แสดงดังภาพที่ 3

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| If the <u>gas mileage</u> of a car is good, how do you feel? (Functional Form)    | 1. I like it that way.               |
|   | 2. I am expecting it to be that way. |
|   | 3. I am neutral.                     |
|   | 4. I can accept it to be that way.   |
|   | 5. I dislike it that way.            |
| If the <u>gas mileage</u> of a car is poor, how do you feel? (Dysfunctional Form) | 1. I like it that way.               |
|   | 2. I am expecting it to be that way. |
|   | 3. I am neutral.                     |
|   | 4. I can accept it to be that way.   |
|   | 5. I dislike it that way.            |

| Consumer Requirements |            | Dysfunctional |           |            |           |            |
|-----------------------|------------|---------------|-----------|------------|-----------|------------|
|                       |            | 1. Like       | 2. Expect | 3. Neutral | 4. Accept | 5. Dislike |
| Functional            | 1. Like    | Q             | A         | A          | A         | O          |
|                       | 2. Expect  | R             | I         | I          | I         | M          |
|                       | 3. Neutral | R             | I         | I          | I         | M          |
|                       | 4. Accept  | R             | I         | I          | I         | M          |
|                       | 5. Dislike | R             | R         | R          | R         | Q          |

Table 1. Kano evaluation table.

A=Attractive      M=Must-be      O=One-dimensional  
I=indifferent      R=Reversal      Q=Questionable

### ภาพที่ 3 ตัวอย่างคำถามและตารางคาโน

ในแง่มุมมองของการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นสิ่งที่ทุกหน่วยงานต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะการทำให้ลูกค้าพอใจในสินค้าหรือบริการจะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จะใช้แบบจำลองคาโนในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน ภูมิศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบมุมมองของนักท่องเที่ยวว่าพอใจหรือไม่พอใจอะไรในงานบริการของแหล่งท่องเที่ยว อันจะเป็นแนวทางไปสู่การปรับปรุงการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งเทคนิคคาโนนี้มีวิธีการและหลักในการสร้างแบบวัดอย่างเหมาะสมและสะท้อนถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ดีวิธีหนึ่ง

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยส่วนใหญ่มีการศึกษาไว้หลากหลายแนวทาง ซึ่งตัวอย่างงานวิจัยแสดงได้ดังนี้

ประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2545) ได้ศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนริมกว๊านพะเยา: กรณีศึกษาชุมชนบ้านร่องไฮ ตำบลแม่ใส อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่าชุมชนมีองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจและการเข้าถึง ส่วนองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกยังต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาต่อไป กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก และมีความต้องการในการพัฒนาชุมชนเพื่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่ต้องการในด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย และด้านการบริหารจัดการภายในชุมชนที่ทำให้เกิดความสะดวก จากการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยว สำหรับแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านร่องไฮ ได้เสนอแนะไว้ 6 แผน คือ แผนงานการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แผนงานพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน แผนงานพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งแวดลอมในแหล่งท่องเที่ยว แผนงานพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน แผนงานรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว และแผนงานพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วันชาติ ศรีสุวรรณ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนคาปี ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนลุ่มน้ำคาปีมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวทั้งในแง่ประวัติศาสตร์ กลุ่มชาติพันธุ์ ภาษา วรรณกรรม การละเล่นพื้นบ้านศาสนา พิธีกรรมและความเชื่อ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและสภาพภูมิประเทศทางธรรมชาติ

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำคาปี ประกอบด้วย 1) ผนวกรงศ์สร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้มีความรู้สึกรักในการเป็นเจ้าของ มีความรับผิดชอบร่วมกันในการดูแลรักษาสิ่งแวดลอม ความสะอาดของสถานที่ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 2) สร้างคุณค่าให้แก่ชุมชน โดยร่วมกันศึกษาค้นคว้าหาสิ่งที่ดีและมีประโยชน์เพื่อ

นำมาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งความมีอริยาศัยไมตรีของชุมชน 3) มีการวางแผนรับผิดชอบร่วมกันในการดำเนินงานและการแบ่งปันผลประโยชน์ และ 4) จัดเตรียมความพร้อมด้าน โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านศูนย์ข้อมูล เส้นทางการท่องเที่ยว ด้านอาหาร เครื่องดื่ม ห้องน้ำ จุดชมวิว การสื่อสาร และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว

พระมหานุกูลพิเชษฐ์ จันทร์เมือง (2553) ศึกษา การจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอก ในเกาะรัตนโกสินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจและประเมินศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวของพระอารามหลวงชั้นเอกในเกาะรัตนโกสินทร์ 7 วัด 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว และ 3) นำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอกในเกาะรัตนโกสินทร์ พระอารามหลวง 7 วัด ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ราชวรมหาวิหาร วัดราชประดิษฐ์สถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร วัดราชบพิธสถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร และวัดบวรนิเวศราชวรวิหาร ผลจากการศึกษาพบว่า ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในพระอารามหลวงชั้นเอกทุกวัด มีศักยภาพโดดเด่น ซึ่งทางภาครัฐพร้อมให้การสนับสนุน ภาคเอกชนมีความสนใจร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวยังปลาบปลื้มในความงดงามของพระอาราม แต่ในด้านการบริการการท่องเที่ยวของพระอาราม 5 วัดยังไม่ได้มาตรฐาน ยกเว้นวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เนื่องจากความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบและผู้เกี่ยวข้องยังไม่สามารถหาข้อสรุปที่เหมาะสมในทิศทางเดียวกันได้ ระหว่างแนวคิดการอนุรักษ์กับแนวคิดเพื่อการพัฒนาวัดเพื่อบริการการท่องเที่ยว รวมถึงการใช้อำนาจบริหารสั่งการต่าง ๆ ของวัด ในส่วนของแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวภายในพระอารามหลวงนั้น ควรเน้น 1) การขึ้นชมศิลปกรรมต่าง ๆ 2) การนมัสการไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 3) การฝึกสมาธิภาวนาในวันหยุดและวันหยุดก่อน 4) สิ่งที่นักท่องเที่ยวควรได้รับในการมาท่องเที่ยวคือความเพลิดเพลิน คติธรรม เกร็ดความรู้ทางศาสนาที่ประกอบด้วยประวัติศาสตร์ที่ละเอียดลึกซึ้ง และ 5) ควรปรับปรุงด้านการบริการท่องเที่ยวของวัดที่ยังไม่เป็นที่ดึงดูดใจเพื่อมาตรฐานแรงจูงใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการสาธารณูปโภค



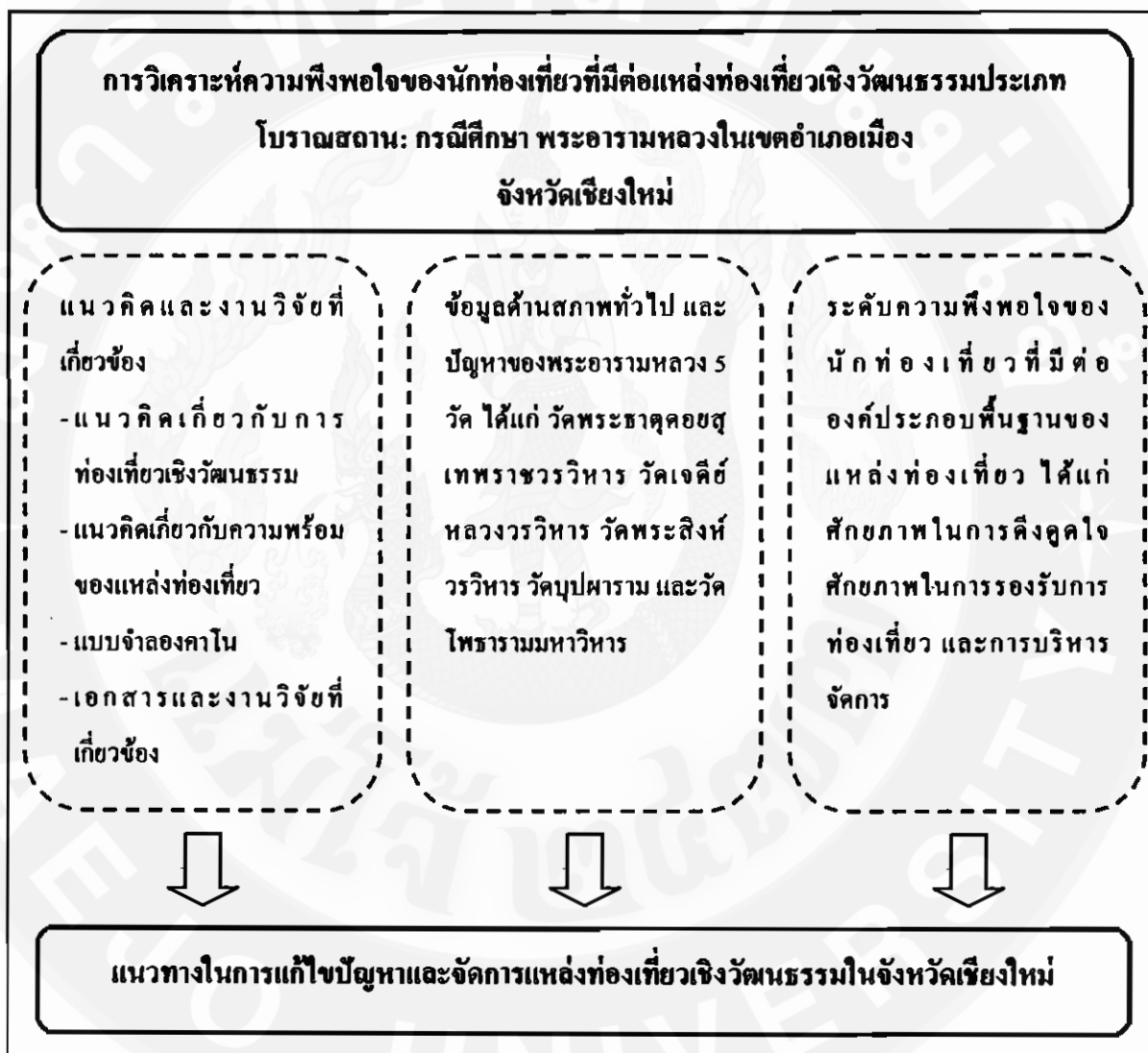
ณัฐปัทมย์ สุวรรณาลัย (2551) ทำการศึกษาสภาพและปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในเขตเทศบาลเมืองแพร่ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ พบว่า ภายในท้องถิ่นมีแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชนมีทั้งสภาพและปัญหาภายในชุมชน ทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการจัดการด้านบุคลากรในภาครัฐและเอกชน บุคลากรของท้องถิ่น ประชาชนส่วนใหญ่ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนอันเนื่องมาจากการขาดรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมภายในเขตเทศบาลเมืองแพร่และขาดการประชาสัมพันธ์อย่างค่อเนื่องไม่มีความทั่วถึงประชาชนในทุกกลุ่ม

จิราวรรณ กาวิละ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา หมู่บ้านวัวลาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” จากการศึกษาสภาพปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านวัวลาย ได้ยึดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีซึ่งประกอบด้วย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว พบว่า ปัญหาในด้านต่างๆ มีด้วยกันหลายสาเหตุ เช่น สภาพถนนที่คับแคบมีสิ่งกีดขวางไม่สะดวกในการสัญจร การขาดแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ การขาดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีที่จอดรถ ร้านอาหารและร้านขายของไม่อำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ข้อจำกัดในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เป็นต้น

กิจกรรมที่เสนอเป็นทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านวัวลาย ได้แก่ การจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านวัวลาย การจัดตั้งศูนย์ศิลปวัฒนธรรม การจัดงานเทศกาลเครื่องเงิน การจัดท่องเที่ยวแบบถีบจักรยานท่องเที่ยววัฒนธรรมบ้านวัวลาย และการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เป็นต้น โดยระยะเริ่มแรกได้เสนอแนะให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรเข้าไปช่วยเหลือสนับสนุนชุมชนทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ วิชาการ และอื่นๆ เพื่อให้ชาวบ้านวัวลายสามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้ในอนาคต

### กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังนี้



### บทที่ 3

#### วิธีการวิจัย

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมชมวัดพระธาตุคอกสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร วัดพระสิงห์วรวิหาร วัดบูรพาราม (วัดสวนดอก) และวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญและเป็นที่ยึดเหนี่ยวของนักท่องเที่ยว ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) และหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาด้วยการกำหนดโควตา โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 1) กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาเยี่ยมชมวัดพระธาตุคอกสุเทพราชวรวิหาร จำนวน 100 คน
- 2) กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาเยี่ยมชมวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร จำนวน 100 คน
- 3) กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาเยี่ยมชมวัดพระสิงห์วรวิหาร จำนวน 100 คน
- 4) กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาเยี่ยมชมวัดบูรพาราม (วัดสวนดอก) จำนวน 100 คน
- 5) กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาเยี่ยมชมวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) จำนวน 100 คน

##### ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ในระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2554 - เดือนมกราคม พ.ศ. 2555 ซึ่งประกอบด้วยชุดคำถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ เป็นต้น

**ส่วนที่ 2** ชุดคำถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของวัดทั้ง 5 วัด ได้แก่ วัดพระธาตุคอกสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร วัดพระสิงห์วรวิหาร

วัดบุปผาราม (วัดสวนดอก) และวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย สักยภาพในการดึงดูดใจ สักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ซึ่งมีคำถามทั้งเชิงบวก (Positive Question) และเชิงลบ (Negative Question) ตามวิธีการของแบบจำลองคาโน โดยให้นักท่องเที่ยวทำการประเมินความพึงพอใจจากคำตอบ 5 ระดับ ได้แก่ รู้สึกชอบ/พอใจ มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี รู้สึกเฉยๆ ก็พอยอมรับได้ รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลในส่วนนี้เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว อาทิเช่น หนังสือ งานวิจัย บทความทางวิชาการ รายงานทางสถิติต่างๆ เอกสารของหน่วยงานราชการ และข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) เป็นต้น

### วิธีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงปริมาณ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของพระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากเอกสารหรือรายงานต่างๆ การสังเกตของผู้วิจัย และการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลวัด ในประเด็นต่างๆดังนี้ สถานการณ์ และสภาพโดยทั่วไปของวัด การจัดการด้านต่างๆ ภายในวัด ปัญหาด้านการจัดการท่องเที่ยว แนวทางการจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัด ซึ่งข้อมูลที่ได้ข้างต้นจะเป็นฐานข้อมูลในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้ออื่นๆ ต่อไป

**วัตถุประสงค์ที่ 2** เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อพระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติและถอดความหมายทั้งในส่วนของข้อมูลทั่วไปและข้อมูลความพึงพอใจ โดยส่วนแรกประเมินความดีเป็นร้อยละตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามแบบจำลองคาโน (Kano's Model) ขั้นตอนการวิเคราะห์และแปลผลมีดังต่อไปนี้

- นำคำตอบจากแต่ละคำถามมาแปลความหมายเทียบกับตารางการประเมินผลของคาโน (ตารางที่ 1) แล้วหาค่าความดีของแต่ละผลลัพธ์ที่ได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในแต่ละคุณลักษณะดังภาพที่ 4

**ตารางที่ 1** ตารางการประเมินของคาโน

| Customer Requirements            | Dysfunctional(negative)question |        |           |           |             |           |
|----------------------------------|---------------------------------|--------|-----------|-----------|-------------|-----------|
|                                  |                                 | 1.like | 2.must-be | 3.neutral | 4.live with | 5.dislike |
| Functional<br>(positive)question | 1.like                          | Q      | A         | A         | A           | O         |
|                                  | 2.must-be                       | R      | I         | I         | I           | M         |
|                                  | 3.neutral                       | R      | I         | I         | I           | M         |
|                                  | 4.live with                     | R      | I         | I         | I           | M         |
|                                  | 5.dislike                       | R      | R         | R         | R           | Q         |

หมายเหตุ: Q = Questionable, R = Reverse, A = Attractive, M = Must be, O = One dimensional, I = Indifferent

ที่มา: Matzler and Hinterhuber (1997, อ้างถึงใน รัชณี เจริญ และคณะ)

### Evaluation:

#### 1. Questionnaire

Final product requirement  
- functional form of the question

- I like it that way  
 I dislike that way  
 I am neutral  
 I can live with it that way  
 I dislike it that way

Final product requirement  
- dysfunctional form of the question

- I like it that way  
 I dislike that way  
 I am neutral  
 I can live with it that way  
 I dislike it that way

#### 2. Evaluation table

| Product requirement | Dysfunctional |   |   |   |   |
|---------------------|---------------|---|---|---|---|
|                     | 1             | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1.                  |               |   |   |   |   |
| 2.                  |               |   |   |   |   |
| 3.                  |               |   |   |   |   |
| 4.                  |               |   |   |   |   |
| 5.                  |               |   |   |   |   |

#### 3. Table of results

| Product requirement       | A | O | M | I | R | Q | Total | Category |
|---------------------------|---|---|---|---|---|---|-------|----------|
| Edge grip                 |   | 1 |   |   |   |   |       |          |
| Ease of turn              |   |   |   |   |   |   |       |          |
| Deep powder snow features |   |   |   |   |   |   |       |          |
| .....                     |   |   |   |   |   |   |       |          |
| .....                     |   |   |   |   |   |   |       |          |

### ภาพที่ 4 ขั้นตอนการแปลผลตามแบบจำลองคาน

ที่มา: Sauerwien et al. (1996, อ้างถึงใน รัชณี เจริญ และคณะ)

- นำค่าความถี่ของแต่ละคุณลักษณะ (M, O, A และ I) ที่ได้มาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction Coefficient) ตามสมการดังนี้ (Sauerwien et al., 1996)

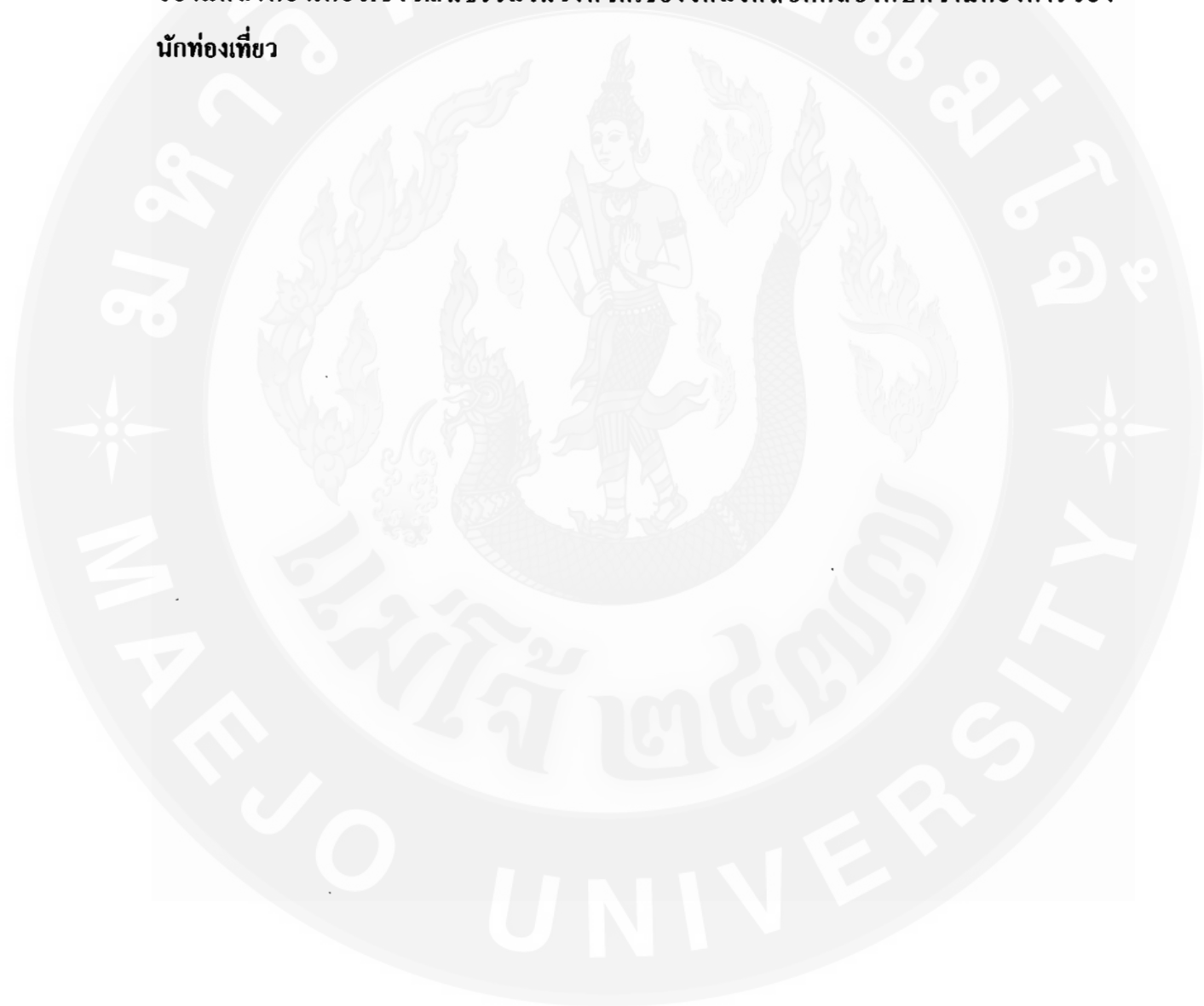
$$\text{Satisfaction} = (A+O) / (A+O+M+I)$$

$$\text{Dissatisfaction} = (O+M) / ((A+O+M+I) \times (-1))$$

- นำค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการคำนวณมาสร้างกราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้กับแผนภาพคานว่าแต่ละคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในคุณสมบัติใด

**วัตถุประสงค์ที่ 3** เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นำผลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารและการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ข้อข้างต้น มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการจัดการที่เหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน โดยประยุกต์ใช้วิธีการตามแบบจำลองคานอ (Kano Model) ในการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของวัดในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระธาตุคอกสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร วัดพระสิงห์วรวิหาร วัดบูรพาราม (วัดสวนดอก) และวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) ซึ่งเป็นพระอารามหลวงที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาวัดพระธาตุคอกสุเทพราชวรวิหาร ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของวัดพระธาตุคอกสุเทพราชวรวิหาร และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระธาตุคอกสุเทพราชวรวิหารตามแบบจำลองคานอ ได้แก่ ด้านศักยภาพในการดึงดูดด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดเจดีย์หลวงวรวิหารตามแบบจำลองคานอ ได้แก่ ด้านศักยภาพในการดึงดูดด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาวัดพระสิงห์วรวิหาร ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของวัดพระสิงห์วรวิหาร และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระสิงห์วรวิหารตามแบบจำลองคานอ ได้แก่ ด้านศักยภาพในการดึงดูดด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาวัดบูรพาราม (วัดสวนดอก) ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของวัดบูรพาราม และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดบูรพาราม ตามแบบจำลองคานอ ได้แก่ ด้านศักยภาพในการดึงดูดด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ

ส่วนที่ 5 ผลการศึกษาวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดบูรพาราม ตามแบบจำลองคานอ ได้แก่ ด้านศักยภาพในการดึงดูดด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ



## 1. ผลการศึกษาวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร

### 1.1 ข้อมูลทั่วไปของวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหารจากเอกสาร หนังสือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการสำรวจของนักวิจัย สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของวัดได้ดังนี้ (กองพุทธศาสนสถาน กรมการศาสนา, 2533; ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ วิทยาลัยครูเชียงใหม่, 2534; วิถีพิเศษ สารานุกรมเสรี, 2555; เว็บไซต์วัดคอกยสุเทพ, 2555 และเว็บไซต์ธรรมะไทย , 2555)



ภาพที่ 5 วัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร

วัดพระธาตุคอกยสุเทพ หรือวัดคอกยสุเทพ หรือวัดคอกย เป็นวัดที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่บนคอกยสุเทพ ตั้งอยู่ที่ ๑๒๔ บ้านคอกยสุเทพ หมู่ ๕ ตำบลสุเทพอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติคอกยสุเทพ – ปุย

#### ประวัติวัดพระธาตุคอกยสุเทพ

เหตุที่ได้ชื่อว่า วัดพระธาตุคอกยสุเทพ สันนิษฐานว่ามีฤาษีคนหนึ่งชื่อว่าสุเทพหรือสุเทวะฤาษี มาบำเพ็ญตะบะอยู่บนเขาลูกนี้ ผู้คนทั้งหลายจึงเรียกชื่อภูเขานี้ ตามชื่อของฤาษี อาคารเสนาสนะ โบราณวัตถุและปูชนียวัตถุของวัดประกอบด้วย อุโบสถทรงล้านนา ภายในมีจิตรกรรมฝาผนังภาพ ประวัตินิพพานพระธาตุคอกยสุเทพ พระวิหาร ๒ หลัง ด้านทิศตะวันตกประดิษฐานพระพุทธรูปด้านทิศ ตะวันออกประดิษฐานพระพุทธรูป ห้าเศียร ศาลาการเปรียญมีกุฏิ 30 หลัง ศาลาที่พักประชาชน หอฉัน สำนักชี ห้องสมุด หอพิพิธภัณฑสถาน พระประธานในอุโบสถ พระพุทธรูปแบบพระสิงห์หนึ่งขัดสมาธิ

เพชร อนุสาวรีย์ช้างมงคล (ช้างพระที่นั่งของพระเจ้ากือนาที่บรรทุกโกศพระบรมธาตุเสด็จมายังขึ้นมานบนคอยสุเทพ) อนุสาวรีย์พระสุเทวฤๅษี บันไดนาคซึ่งคัวนาคยาวถึง ๖๐ วา ตลอดจนปูชนียวัตถุที่สำคัญมากของวัดพระธาตุคอยสุเทพได้แก่ พระเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า องค์พระเจดีย์ซึ่งตั้งอยู่บนยอดเขาแห่งหนึ่ง มีชื่อว่า คอยสุเทพ แต่เดิมเป็นที่อยู่อาศัยของฤๅษี มีนามว่า สุเทวะ เป็นภาษาบาลี มีความหมายว่า เทพเจ้าที่ดีซึ่งตรงกับความหมายของคำว่า สุเทพ นั่นเองเพราะฉะนั้นจึงได้ ชื่อว่า คอยสุเทพ ซึ่งมาจากชื่อของฤๅษี คือ สุเทวะ ฤๅษี

ตามประวัติได้แจ้งว่า เมื่อต้นพุทธศตวรรษที่ 19 พระเจ้ากือนาได้ทรงสร้างวัดพระธาตุคอยสุเทพราชวรวิหารไว้บนยอดเขาคอยสุเทพ โดยได้นำเอาพระบรมธาตุของพระพุทธเจ้า ที่พระมหาสวามีนำมาจากเมืองปางจา จังหวัดสุโขทัย บรรจุไว้ในองค์พระเจดีย์พระธาตุคอยสุเทพราชวรวิหาร นอกจากจะเป็นวัดที่มีความสำคัญมากแล้ว ยังเป็นพระอารามหลวง 1 ใน 4 ของจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย (พระอารามหลวงหมายถึง วัดที่อยู่ในความอุปถัมภ์ของพระเจ้าอยู่หัวฯ) ชาวเชียงใหม่เคารพนับถือพระธาตุคอยสุเทพราชวรวิหารมาก เสมือนหนึ่งเป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองเชียงใหม่มาแต่โบราณกาล ในสมัยก่อนการขึ้นไปนมัสการพระธาตุคอยสุเทพนั้น เป็นเรื่องที่ยากลำบากมาก เพราะไม่มีถนนสะดวกสบายเหมือนปัจจุบัน ต้องผ่านป่าเขาลำเนาไพรและปีนเขาต้องใช้เวลายาวนานถึง 5 ชั่วโมงกว่า จนมีคำกล่าวขานกันทั่วไปในสมัยนั้นว่า ถ้าไม่มีพลังบุญและศรัทธาเลื่อมใสก็จะไม่มีโอกาสได้กราบไหว้พระธาตุคอยสุเทพ

ในปี พ.ศ.2477 (ค.ศ.1934) ครูบาศรีวิชัย นักบุญแห่งล้านนาไทย มาจากวัดบ้านปาง จังหวัดลำพูน เป็นผู้เริ่มดำเนินการสร้างถนนขึ้นสู่พระธาตุคอยสุเทพ โดยมีเจ้าแก้วนารัฐ เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่สมัยนั้น เป็นผู้เริ่มขุดดินด้วยจอบเป็นปฐมฤกษ์ ตรงที่หน้าสวนสัตว์เชียงใหม่ปัจจุบัน ใกล้กับบริเวณน้ำตกห้วยแก้ว โดยเริ่มสร้างวันที่ 9 พฤศจิกายน 2477 บันไดนาคเป็นสัญลักษณ์สำคัญแห่งหนึ่งของวัดพระธาตุคอยสุเทพ มีความงดงามทางด้านศิลปะที่ทรงคุณค่า และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์

#### การประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถาน

วัดพระธาตุคอยสุเทพราชวรวิหาร ได้รับการประกาศเป็นโบราณสถานสำหรับชาติ ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 52 ตอนที่ 0ง วันที่ 8 มีนาคม 2478 พร้อมกับวัดอีกหลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่

### โบราณวัตถุและโบราณสถานที่สำคัญภายในบริเวณวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร

1. ฉัตร 4 มุม สร้างโดยพระเจ้ากาวิละ กษัตริย์ผู้ครองนครเชียงใหม่ เมื่อปีพ.ศ.2348 ทำด้วยทองเหลือง โดยมีความหมายว่า ฉัตรเป็นสัญลักษณ์ของความร่มเย็น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสงบร่มเย็นที่ได้รับอิทธิพลมาจากพระพุทธศาสนาที่แผ่ไปในทั้ง 4 ทิศ

2. สัตติบัญชร หรือ รั้วหอก ที่อยู่รอบพระธาตุ ซึ่งมีที่มาจากเหตุการณ์แย่งพระบรมสารีริกธาตุของโทณพราหมณ์ เมื่อภายหลังการถวายพระเพลิงพระพุทธสรีระ เนื่องจากเกิดเหตุการณ์แย่งพระบรมสารีริกธาตุของเมืองต่างๆ เพื่อนำไปไว้บูชาประจำเมือง โทณพราหมณ์จึงทำหน้าที่แบ่ง โดยให้ทหารถือหอกล้อมพระบรมสารีริกธาตุไว้ เพื่อป้องกันการแย่งชิง จึงเป็นที่มาของรั้วหอกรอบพระบรมธาตุ

3. หอยยอ ลักษณะเหมือนวิหารขนาดเล็ก ประจำอยู่ 4 ด้าน ของพระบรมธาตุ ภายในมีพระพุทธรูปประดิษฐานอยู่มีความหมายถึงการบูชาหรือสรรเสริญคุณของพระพุทธเจ้า (ยอคุณ)

4. หอท้าวโลกบาล ซึ่งเป็นหอยยอคกลมขนาดเล็ก ประจำอยู่ 4 มุมของพระบรมธาตุ หมายถึง ที่ประดิษฐานของท้าวโลกบาลทั้ง 4 ซึ่งเป็นเทพที่ปกปักรักษาสิ่งสำคัญต่างๆ 4 ทิศ ทำหน้าที่รักษาพระบรมธาตุ ได้แก่

ท้าวภูเวร หรือท้าวเวสสุวรรณ มียักษ์เป็นบริวาร ทำหน้าที่เฝ้ารักษาทิศเหนือ

ท้าวธตรัฐ มีพวคนครุฑเป็นบริวาร ทำหน้าที่รักษาทิศตะวันออก

ท้าววิรุฬหก มีฝูงนาคเป็นบริวาร ทำหน้าที่รักษาทิศตะวันตก

ท้าววิรูปหก มีอสูรเป็นบริวาร ทำหน้าที่รักษาทิศใต้

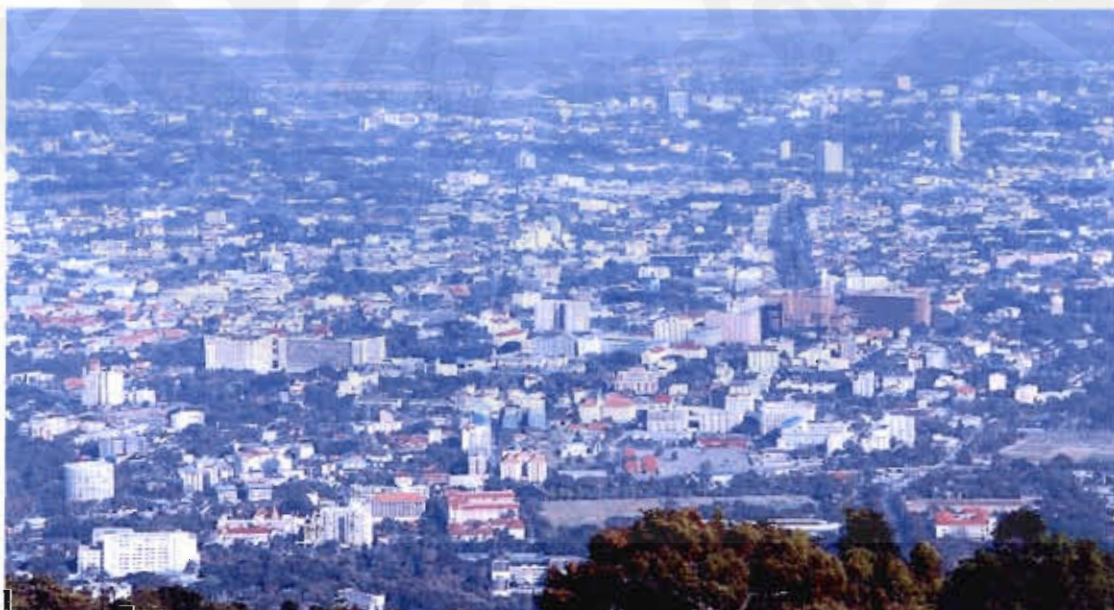


ภาพที่ 6-1 บันไดทางขึ้นเขตพระบรมธาตุ



ภาพที่ 6-2 ด้านข้างองค์พระเจดีย์

นอกจากนี้พระธาตุดอยสุเทพยังเป็นจุดชมวิวที่สามารถมองเห็นเมืองเชียงใหม่ได้เกือบทั้งเมือง นับเป็นอีกจุดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ควรที่จะพลาดที่จะถ่ายรูปคู่กับทิวทัศน์เมืองเชียงใหม่ในเบื้องล่างไม่ว่าจะเป็นความงดงามของเมืองเชียงใหม่ในช่วงเช้า สาย บ่าย เย็น หรือกลางคืน จุดชมวิวกวักวัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหารแห่งนี้สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวทุกคนเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 7 ภาพถ่ายจากจุดชมวิวกวักวัดพระธาตุดอยสุเทพ

### งานเทศกาลประจำปี

งานประเพณีเตียวขึ้นคอยเพื่อสักการะพระธาตุคอยสุเทพจัดเป็นประจำทุกปี โดยมีขึ้นก่อนวันวิสาขบูชา 1 คีน ในงานจะมีขบวนแห่น้ำสำหรับสรองพระธาตุ โดยมีพระสงฆ์ สามเณร และพุทธศาสนิกชนจากชุมชนต่าง ๆ มาร่วมขบวนแห่ขึ้นคอยเป็นจำนวนมาก

#### 1.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระธาตุคอยสุเทพราชวรวิหาร

ผลการสำรวงนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเยี่ยมชมวัดพระธาตุคอยสุเทพราชวรวิหารจำนวน 100 คน พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวเพศชายร้อยละ 54 เพศหญิงร้อยละ 46 ซึ่งร้อยละ 31 มีอายุ 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 57 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาร้อยละ 33 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดพระธาตุคอยสุเทพราชวรวิหาร ในครั้งนี้ เพื่อมาทำบุญร้อยละ 41 และเดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน/ครอบครัวร้อยละ 85 โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 32 เคยเดินทางมาเที่ยวชมวัดพระธาตุคอยสุเทพราชวรวิหารจำนวน 5 ครั้งขึ้นไป รายละเอียดข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระธาตุคอยสุเทพราชวรวิหาร

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|---------------------------|------------|--------------|
| <b>1. เพศ</b>             |            |              |
| ชาย                       | 54         | 54           |
| หญิง                      | 46         | 46           |
| <b>2. อายุ</b>            |            |              |
| ต่ำกว่า 20 ปี             | 17         | 17           |
| 21-30 ปี                  | 31         | 31           |
| 31-40 ปี                  | 26         | 26           |
| 41-50 ปี                  | 15         | 15           |
| 51-60 ปี                  | 7          | 7            |
| 61 ปีขึ้นไป               | 4          | 4            |
| <b>รวม</b>                | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

ตารางที่ 2 (ต่อ)

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม                    | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>3. ระดับการศึกษา</b>                      |            |              |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี                             | 34         | 34           |
| ปริญญาตรี                                    | 57         | 57           |
| สูงกว่าปริญญาตรี                             | 9          | 9            |
| <b>4. อาชีพหลัก</b>                          |            |              |
| นักเรียน/นักศึกษา                            | 33         | 33           |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ                        | 17         | 17           |
| พนักงานบริษัท                                | 17         | 17           |
| เจ้าของธุรกิจ                                | 15         | 15           |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน                              | 16         | 16           |
| อื่นๆ เช่น รับจ้างทั่วไป                     | 2          | 2            |
| <b>5. วัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว</b> |            |              |
| เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ                          | 39         | 39           |
| เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน                  | 11         | 11           |
| เพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น            | 7          | 7            |
| เพื่อปฏิบัติธรรม/ฝึกสมาธิ                    | 1          | 1            |
| เพื่อทำบุญ                                   | 41         | 41           |
| อื่นๆ  | 1          | 1            |
| <b>6. รูปแบบการท่องเที่ยววัด</b>             |            |              |
| เดินทางมาคนเดียว                             | 5          | 5            |
| เดินทางมาด้วยเพื่อน/ครอบครัว                 | 85         | 85           |
| เดินทางมาด้วยบริษัทนำเที่ยว                  | 10         | 10           |
| <b>รวม</b>                                   | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม              | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>7. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยววัด</b> |            |              |
| มาเป็นครั้งแรก                         | 24         | 24           |
| เคยมา 1-2 ครั้ง                        | 21         | 21           |
| เคยมา 3-4 ครั้ง                        | 23         | 23           |
| เคยมา 5 ครั้งขึ้นไป                    | 32         | 32           |
| <b>รวม</b>                             | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555

### 1.3 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระธาตุคอกยสุเทพราช

#### รวริหารตามแบบจำลองคานอน

ผลจากการจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยววัดพระธาตุคอกยสุเทพราชรวริหาร โดยพิจารณาจากค่าความถี่ของผลลัพธ์ที่มีค่ามากที่สุดในสัคยภาพแต่ละด้าน พบว่าแรงดึงดูดส่วนใหญ่ถูกจัดเป็นกลุ่ม One-dimensional หมายความว่า คุณลักษณะต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หากมีการเติมเต็มคุณสมบัติเหล่านี้ให้สูงขึ้น ความพึงพอใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวชมวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชรวริหารจะเพิ่มสูงขึ้นด้วย ซึ่งผลการประเมินค่าความถี่และค่าสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสัคยภาพต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวของพระธาตุคอกยสุเทพราชรวริหารตามแบบจำลองคานอนแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินค่าความดีและสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัด  
พระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร

| Attributes                                       | Percentage |    |    |    |   |   | Total | Classify | Satisfy<br>Coefficient | Dissatisfy<br>Coefficient |
|--|------------|----|----|----|---|---|-------|----------|------------------------|---------------------------|
|  | A          | M  | I  | O  | Q | R |       |          |                        |                           |
| <b>ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว</b> |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| 1. ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรม |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| A1 สถาปัตยกรรม                                   | 24         | 7  | 9  | 59 | 1 | 0 | 100   | O        | 0.86                   | -0.59                     |
| A2 ความเป็นเอกลักษณ์                             | 36         | 9  | 12 | 41 | 2 | 0 | 100   | O        | 0.78                   | -0.53                     |
| A3 การเรียนรู้วัฒนธรรม                           | 33         | 6  | 23 | 36 | 2 | 0 | 100   | O        | 0.73                   | -0.40                     |
| 2. ความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว           |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| A4 เจ้าหน้าที่นำชมจุดต่างๆ                       | 41         | 2  | 33 | 20 | 1 | 3 | 100   | A        | 0.60                   | -0.25                     |
| A5 กิจกรรมทางพุทธศาสนา                           | 45         | 6  | 18 | 30 | 1 | 0 | 100   | A        | 0.73                   | -0.40                     |
| A6 กิจกรรมพิเศษ                                  | 33         | 14 | 16 | 36 | 1 | 0 | 100   | O        | 0.71                   | -0.49                     |
| A7 ศูนย์เรียนรู้หลักสูตร                         | 36         | 2  | 46 | 16 | 0 | 0 | 100   | I        | 0.49                   | -0.19                     |
| A8 ศูนย์ปฏิบัติธรรม                              | 37         | 5  | 36 | 22 | 0 | 0 | 100   | A        | 0.56                   | -0.29                     |
| <b>ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว</b>   |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| 1. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน                     |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| A9 ระบบสาธารณูปโภค                               | 30         | 8  | 16 | 46 | 0 | 0 | 100   | O        | 0.76                   | -0.54                     |
| A10 สถานที่จอดรถ                                 | 31         | 9  | 12 | 47 | 1 | 0 | 100   | O        | 0.79                   | -0.57                     |
| A11 ห้องสุขา                                     | 26         | 11 | 14 | 48 | 1 | 0 | 100   | O        | 0.75                   | -0.60                     |
| A12 ร้านขายของ                                   | 21         | 15 | 44 | 19 | 0 | 1 | 100   | I        | 0.40                   | -0.34                     |
| A13 ศูนย์ให้ข้อมูล                               | 35         | 2  | 41 | 21 | 0 | 1 | 100   | I        | 0.57                   | -0.23                     |
| 2. สภาพแวดล้อม                                   |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| A14 การเดินทาง                                   | 37         | 5  | 16 | 40 | 2 | 0 | 100   | O        | 0.79                   | -0.46                     |
| A15 ความสงบร่มรื่น                               | 26         | 4  | 11 | 59 | 0 | 0 | 100   | O        | 0.85                   | -0.63                     |
| A16 ความสะอาด                                    | 12         | 4  | 7  | 76 | 0 | 1 | 100   | O        | 0.89                   | -0.81                     |
| A17 ทัศนียภาพ                                    | 36         | 4  | 11 | 49 | 0 | 0 | 100   | O        | 0.85                   | -0.53                     |
| A18 แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง                     | 47         | 2  | 38 | 10 | 0 | 3 | 100   | A        | 0.59                   | -0.12                     |



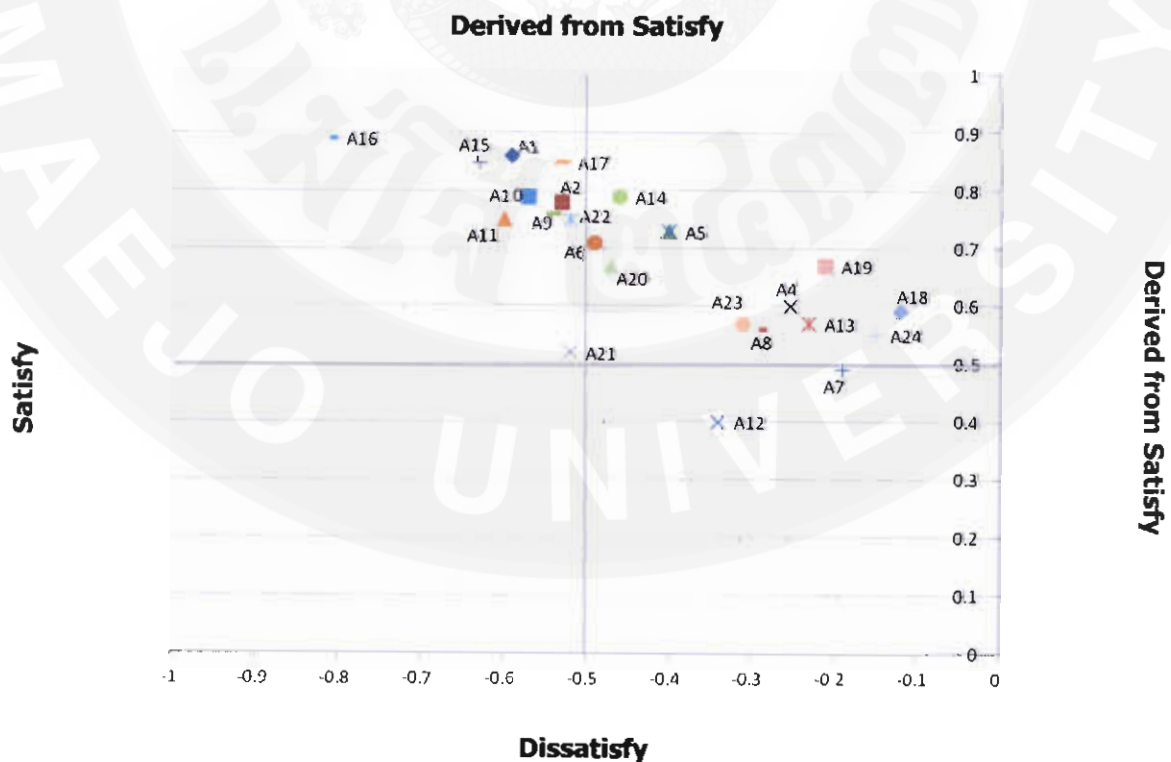
ตารางที่ 3 (ต่อ)

| Attributes                 | Percentage |    |    |    |   |   | Total | Classify | Satisfy Coefficient | Dissatisfy Coefficient |
|----------------------------|------------|----|----|----|---|---|-------|----------|---------------------|------------------------|
|                            | A          | M  | I  | O  | Q | R |       |          |                     |                        |
| <b>ด้านการบริหารจัดการ</b> |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A19 มีบุคลากรเพียงพอ       | 47         | 2  | 31 | 19 | 1 | 0 | 100   | A        | 0.67                | -0.21                  |
| A20 ความปลอดภัย            | 23         | 4  | 29 | 43 | 1 | 0 | 100   | O        | 0.67                | -0.47                  |
| A21 การอนุรักษ์โบราณสถาน   | 25         | 25 | 23 | 27 | 0 | 0 | 100   | O        | 0.52                | -0.52                  |
| A22 การรักษาสภาพแวดล้อม    | 28         | 5  | 20 | 46 | 1 | 0 | 100   | O        | 0.75                | -0.52                  |
| A23 การจัดเส้นทางเยี่ยมชม  | 32         | 6  | 37 | 25 | 0 | 0 | 100   | I        | 0.57                | -0.31                  |
| A24 สื่อประชาสัมพันธ์      | 42         | 3  | 40 | 11 | 4 | 0 | 100   | A        | 0.55                | -0.15                  |

หมายเหตุ: Q = Questionable, R = Reverse, A = Attractive, M = Must be, O = One-dimensional, I = Indifferent

ที่มา: จากการคำนวณปี พ.ศ. 2555

ภาพที่ 8 กราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร



ที่มา: จากการวิเคราะห์ปี พ.ศ. 2555

จากตารางที่ 3 และภาพที่ 8 การจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร แสดงให้เห็นว่า ผลลัพธ์ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวในส่วนของความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา องค์กรความรู้ และความงามทางศิลปวัฒนธรรมจัดอยู่ในกลุ่มของ One-dimensional ซึ่งมีความหมายว่า ความประทับใจในความงามของสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรมภายในวัด วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สะท้อนถึงอารยธรรมล้านนา ล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวชมวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหารมากขึ้น ส่วนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งการมีเจ้าหน้าที่นำชมจุดต่างๆ ภายในวัด กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา การจัดตั้งศูนย์ฝึกปฏิบัติธรรม จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเมื่อมาเยี่ยมชมวัดได้

ผลลัพธ์ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า การมีระบบสาธารณูปโภค สถานที่จอดรถ และห้องสุขาที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจัดอยู่ในกลุ่มของ One-dimensional กล่าวคือ หากสิ่งอำนวยความสะดวกมีความเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัด จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจต่อการมาเที่ยวชมมากขึ้น สำหรับการมีร้านขายของและการมีศูนย์ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวอยู่ในส่วนของ Indifferent หมายความว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าคุณลักษณะเหล่านี้ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ ดังนั้นไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณลักษณะเหล่านี้มากนัก ในส่วนสภาพแวดล้อมโดยรอบของวัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหารเกือบทั้งหมดถูกจัดอยู่ใน One-dimensional หมายความว่า หากวัดมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ร่มรื่น สะอาดเรียบร้อย และมีความสะดวกต่อการเดินทาง จะช่วยเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมวัดมากขึ้น สำหรับการมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นใกล้เคียง เช่น น้ำตกห้วยแก้ว สวนสัตว์เชียงใหม่ พระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์ เป็นต้น อยู่ในส่วนของ Attractive หมายความว่า หากสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ สามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นได้ง่าย นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในระดับสูง

สำหรับผลลัพธ์ด้านการบริหารจัดการ พบว่า การมีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการ และสื่อประชาสัมพันธ์ที่รองรับภาษาต่างประเทศอยู่ในส่วนของ Attractive และการมีระบบรักษาความปลอดภัย การอนุรักษ์โบราณสถาน และการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมภายในวัดอยู่ในส่วนของ One-dimensional กล่าวคือ หากมีการบริหารจัดการในสถานที่ท่องเที่ยว โบราณสถานที่ดี มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการมาเที่ยวชมวัดพระสิงห์วรวิหาร

## 2. ผลการศึกษาวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร

### 2.1 ข้อมูลทั่วไปของวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของวัดเจดีย์หลวงวรวิหารจากเอกสาร หนังสือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการสำรวจของนักวิจัย สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของวัดได้ดังนี้ (กองพุทธศาสนสถาน กรมการศาสนา, 2533; ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ วิทยาลัยครูเชียงใหม่, 2534; ศศิธร; วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2555)



ภาพที่ 9-1 พระเจดีย์หลวงในบริเวณวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร



ภาพที่ 9-2 พระเจดีย์หลวงในบริเวณวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร

วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร เป็นวัดเก่าแก่ในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่เลขที่ 103 ถนนพระปกเกล้า ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีเนื้อที่ภายในวัดประมาณ 32 ไร่ 1 งาน 27 ตารางวา แต่เดิมวัดเจดีย์หลวง ชื่อ “โชติการามวิหาร” แปลว่าพระอารามที่มีแต่ความรุ่งเรืองสว่างไสว เนื่องจากเป็นสถานที่บรรจุพระเกศาธาตุและพระธาตุขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าต่อมาได้

เปลี่ยนชื่อมาเป็น “วัดเจดีย์หลวง” เนื่องจากในภาษาเหนือหรือคำเมือง หลวงแปลว่า “ใหญ่” หมายถึง พระธาตุเจดีย์ที่มีขนาดใหญ่

วัดเจดีย์หลวงถูกสร้างขึ้นในรัชสมัยของพระเจ้าแสนเมืองมากษัตริย์ลำดับที่ 7 แห่งราชวงศ์มังราย ไม่ปรากฏปีที่สร้างแน่ชัด สันนิษฐานว่าวัดแห่งนี้น่าจะสร้างในปี พ.ศ. 1928-พ.ศ. 1945 วัดเจดีย์หลวงเป็นพระอารามหลวงแบบโบราณมีการบูรณะมาหลายสมัย พระธาตุเจดีย์หลวงนั้นถือว่าเป็นพระธาตุที่มีความสูงที่สุดในภาคเหนือคือ สูงประมาณ 80 เมตร ฐานเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสกว้างประมาณด้านละ 60 เมตร ถูกสร้างขึ้นในช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 20 ถือว่าเป็นเจดีย์ที่มีความสำคัญที่สุดของเมืองเชียงใหม่มาตั้งแต่อดีต วัดเจดีย์หลวงสร้างอยู่กลางใจเมืองเชียงใหม่ซึ่งแต่เดิมถือว่าเป็นศูนย์กลางทางการปกครองของอาณาจักรล้านนา

#### การประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถาน

วัดเจดีย์หลวงเป็นวัดที่มีความสำคัญในฐานะเป็นวัดคู่เมืองเชียงใหม่ สถาปัตยกรรมต่างๆ ภายในวัดสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวล้านนา จึงได้รับการประกาศให้ขึ้นทะเบียนกับกรมศิลปากรเป็นโบราณสถานเมื่อวันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2503

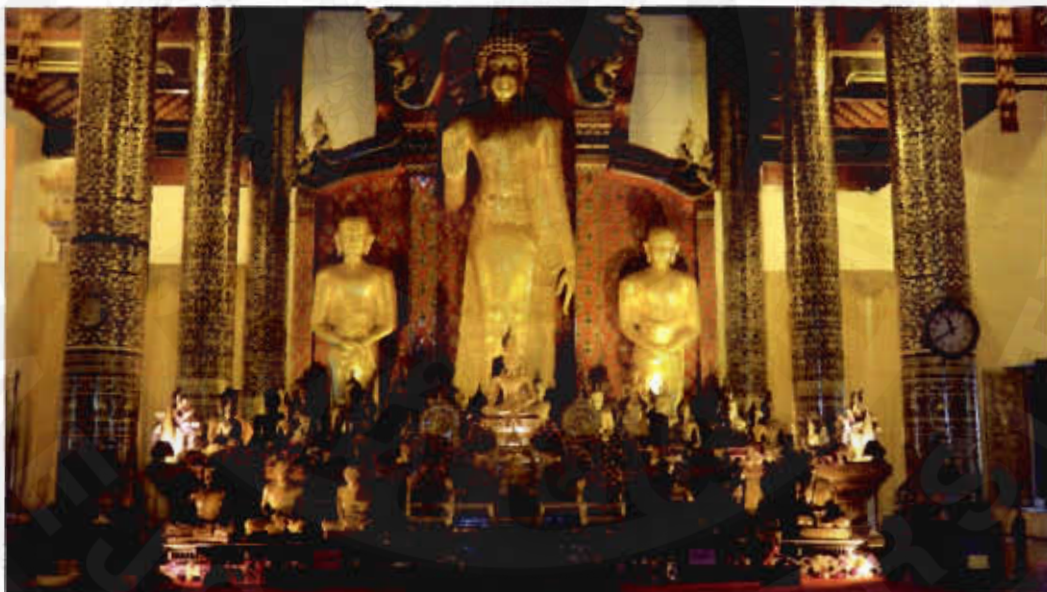
#### โบราณวัตถุและโบราณสถานที่สำคัญภายในบริเวณวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร

##### 1. พระวิหาร พระอุโบสถ พระวิหารหลวง หรือวิหารกลาง

วิหารหลวงของวัดนี้ได้รับการสร้างขึ้นใหม่ในยุคเจ้าแก้วนรรัฐผู้ครองนครเชียงใหม่องค์ที่ 9 โดยสร้างขึ้นหลังปี พ.ศ. 2471 ส่วนสองข้างบันไดทางเข้าประตูหน้าวิหารเหนือราวบันไดก่อเป็นรูปพญานาคคู่ชูเศียรหางควัดพันกัน ในซุ้มประตูลายปูนปั้นเกล็ดนาค ฝีมือประณีตสวยงามมาก กล่าวกันว่าเป็นพญานาคที่สวยงามที่สุดคู่หนึ่งในภาคเหนือ พระประธานในพระวิหารหลวงคือ พระอัฐารสซึ่งเป็นพระพุทธรูปขนาดใหญ่ปางห้ามญาติสูง 18 ศอก หล่อด้วยทองคำสำริด พระนางติโลกะจุคา ราชมารดาของพญาติโลกราช โปรดฯให้หล่อ พระอัฐารสพุทธปฏิมาประธาน และพระอัครสาวกโมคคัลลาน์ สารีบุตร ขึ้นเมื่อ พ.ศ.1954 และประดิษฐานไว้ในพระวิหาร ในสมัยรัชกาลที่ 5 ใช้วิหารวัดเจดีย์หลวงเป็นที่ทำพิธีถือน้ำพิพัฒน์สังฆา แทนการใช้ที่วิหารวัดเชียงมั่น ปัจจุบันวิหารหลวงเป็นทั้งพระวิหารและพระอุโบสถในหลังเดียวกัน ทั้งนี้ก็เพราะพระอุโบสถหลังเก่าที่เป็นศิลปะแบบล้านนาดั้งเดิมที่อยู่หลังวัดตะวันตกของพระเจดีย์ ได้ทรุดโทรมและเลิกใช้งาน



ภาพที่ 10 พระวิหารหลวงวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร



ภาพที่ 11-1 พระประธานในพระวิหารหลวง



ภาพที่ 11-2 พระประธานในพระวิหารหลวง

## 2. พระเจดีย์หลวง

เริ่มสร้างขึ้น เมื่อ พ.ศ.1934 สมัยพญาแสนเมืองมา (พ.ศ. 1928 - 1945) กษัตริย์องค์ที่ 7 แห่งราชวงศ์มังรายซึ่งเป็นกษัตริย์ที่ปกครองเมืองเชียงใหม่ในขณะนั้น สร้างขึ้นเพื่ออุทิศส่วนบุญส่วนกุศลให้พญาเกือนา พระราชบิดา ใช้เวลาสร้าง 5 ปีจนเสร็จในรัชสมัยพญาสามฝั่งแกน ต่อมาได้มีการปฏิสังขรณ์ในสมัยพญาติโลกราช (พ.ศ. 1984 - 2030) พระองค์โปรดให้หมื่นคำมพร้าคต นายช่างใหญ่ทำการปฏิสังขรณ์ โดยมีพระมหาสวามีสังฆมคฺติ เจ้าอาวาสองค์ที่ 7 ของวัดโชติการาม (วัดเจดีย์หลวง) เป็นกำลังสำคัญในการควบคุมดูแล และประสานงาน การปฏิรูปและก่อสร้างครั้งนี้ได้สร้างขยายเจดีย์ให้ใหญ่กว่าเดิม โดยทรงโปรดให้สร้างเสริมให้มีเจดีย์มีส่วนสูง 80 เมตร ฐานสี่เหลี่ยมกว้างด้านละประมาณ 60 เมตรปรับรูปทรงเป็นแบบโลหะปราสาทของลังการูปลักษณะทรงเจดีย์แบบพุกาม คัดแปลงซุ้ม ตรงสัณฐานของมหาเจดีย์ มีรูปปั้นช้างค้ำรายล้อมรอบองค์เจดีย์หลวงนั้นมี 28 เชือก การสร้างรูปปั้น ช้างนั้น เป็นการส่งเสริมกำลังเมืองในทางด้านไสยศาสตร์เพื่อให้เมืองมีความแข็งแรงยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีพิธีการสักการะบูชาพญาช้างทั้ง 8 เชือก เพราะเชื่อว่าจะทำให้เกิดสวัสดิมงคล นำความสงบสุขมาสู่บ้านเมือง ศัตรูไม่กล้ามารุกรานอำเภอมืองได้ เพราะชื่อพญาช้างที่ตั้งขึ้นนั้น เป็นพลังอำนาจก่อเกิดเดชานุภาพ อิทธิฤทธิ์ ช่มชู้บคบัง ขวางกั้น กำจัดปราบปรามอริราชศัตรูที่จะมารุกราน ให้แพ้ยับแตกพ่ายหนีไปเอง ใช้เวลาในการก่อสร้าง 3 ปี จึงแล้วเสร็จ ในสมัยมหาเทวีจिरประภา รัชกาลที่ 15 แห่งราชวงศ์มังราย เกิดพายุฝนตกหนัก แผ่นดินไหว พระมหาเจดีย์หลวงได้พังทลายลงมาเหลือเพียงครึ่งองค์ จากนั้นก็ถูกปล่อยทิ้งร้าง ไปนานกว่า 4 ศตวรรษ พระมหาเจดีย์หลวงที่เห็นปัจจุบันกรมศิลปากรเพิ่งจะบูรณะปฏิสังขรณ์เสร็จไปเมื่อ พ.ศ. 2535



ภาพที่ 12-1 พระเจดีย์หลวง



ภาพที่ 12-2 พระเจดีย์หลวง

3.เสาอินทขิล ตั้งอยู่ในวิหารอินทขิล ซึ่งเป็นอาคารแบบจตุรมุข รูปลักษณะคล้ายมณฑป หลังคาสองชั้น ๆ ชั้นล่างมี 2 มุข ชั้นบนมี 2 มุข เป็นอาคารก่ออิฐถือปูน มุงด้วยไม้เกลือค หน้ามุขชั้นล่างทั้ง 4 มุขและหน้าบันมุขชั้นบนทั้ง 2 มุข มีลายเขียนสี และเหนือหน้าบันมีซ้อฟ้าใบระกาปิด

กระชกสีศิลปกรรมล้านนาสวยงามมาก เสาอินทขิลตั้งอยู่กึ่งกลางวิหารอินทขิลเป็นเสาปูนปั้นติดกระชกสี สูง 1.35 เมตร วัตรอบเสาได้ 5.67 เมตร เสาอินทขิลสร้างขึ้นเมื่อครั้งพระเจ้ามังรายสร้างนครเชียงใหม่เมื่อปี พ.ศ.1839

เสาอินทขิลถือมีฐานะเป็นเสื่อเมือง ปกป้องคุ้มครองรักษาเมืองเชียงใหม่ และบันดาลให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ และเพื่อให้เกิดความเป็นสิริมงคลแก่เมืองเชียงใหม่และผู้คนชาวเชียงใหม่ เพื่อให้ฝนฟ้าตกต้องตามฤดูกาล ในแต่ละปีจะมีการจัดงานฉลองสมโภชเสาอินทขิลเป็นเวลา 7 วัน ด้วยการบูชาด้วยข้าวตอก ดอกไม้ รูปเทียน น้ำอบน้ำหอม การละเล่นพื้นเมืองศิลปะพื้นบ้านต่าง ๆ ที่เรียกว่า ประเพณีบูชาเสาอินทขิล

4. พระนอน หรือ พระพุทธไสยาสน์ เป็นพระพุทธรูปที่เก่าแก่คู่กับพระเจดีย์แต่ไม่ปรากฏว่าสร้างขึ้นเมื่อใดและใครเป็นผู้สร้าง พระนอนองค์นี้สร้างด้วยอิฐฉาบปูนปิดทอง เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ.2536 ได้บูรณะใหม่มีพุทธลักษณะสวยงามหันเศียรสู่ทางทิศใต้ พระพักตร์หันเข้าหาองค์พระธาตุเจดีย์ สูง 1.93 เมตร ยาว 8.70 เมตร อยู่ห่างจากพระเจดีย์หลวงไปทางทิศตะวันตก



ภาพที่ 13 พระนอน

5. กุฏิแก้วนารัฐ เป็นกุฏิหลังแรกของวัด ที่เป็นถาวรวัตถุ สร้างด้วยไม้สักทองทั้งหลัง เป็นอาคารไม้สองชั้น หันหน้าไปทางพระวิหารทางทิศเหนือ มีสามมุข มุขกลางคือมุขจามรี มุขตะวันตกคือมุขราชบุตร และมุขตะวันออกคือมุขแก้วนารัฐ ซึ่งเป็นส่วนของอาคารกุฏิแก้วนารัฐเมื่อสร้างครั้ง



แรก ปูพื้นด้วยกระดานไม้สักเชื่อมต่อกันทั้งสามมุข มุงด้วยกระเบื้องดินพื้นเมือง กุฎีแก้วนวิรุฬหลังนี้ สมควรอย่างยิ่งที่จะได้รับการอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่ แม้ว่าจะมีการปรับปรุงซ่อมแซมใหม่ ก็ควรที่จะรักษารูปเดิมไว้ แล้วทำเป็นอาคารสำหรับเก็บรักษาศิลปวัตถุและปูชนียวัตถุและของมีค่าเก่าแก่ต่าง ๆ ในวัด นำมารวบรวมจัดแจงไว้เป็นหมวดหมู่ไว้เป็นแบบพิพิธภัณฑ์ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างมาก

6. หอธรรม เมื่อปี พ.ศ. 2017 พระเจ้าติโลกราชได้สร้างวิหารหลวงขึ้นใหม่พร้อมทั้งให้สร้างหอธรรมไว้ทางด้านเหนือขององค์พระธาตุเจดีย์ที่หอไตรของวัดนี้มีคัมภีร์โบราณวรรณกรรมสำคัญ ๆ จำนวนมาก อาทิ โคลงมังทรารบเชียงใหม่ โครงอมรา และตู้พระธรรมเก่าแก่มีค่าอีกมาก รวมทั้งหนังสือวรรณกรรมต่าง ๆ ที่ พระมหาหมื่น วุฑฒินญาโณ แห่งวัดหอธรรมรวบรวมไว้ทั้งต้นฉบับคัมภีร์เก่าและที่จารขึ้นใหม่

นอกจากนี้วัดเจดีย์หลวง ยังเป็นศูนย์กลางการบริหารการศึกษาของคณะสงฆ์ฝ่ายธรรมยุต ในภาคเหนือ โดยเฉพาะด้านการศึกษาเล่าเรียนพระปริยัติธรรม ทั้งแผนกนักธรรม และบาลี ไวยากรณ์ อีกทั้งเปิดเป็นศูนย์การศึกษาธรรมบาลี และเปิดสอนปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา ซึ่งเปิดโอกาสให้พระสงฆ์สามเณรทุกคณะนิกายเข้ามาเรียนร่วมกัน ซึ่งปัจจุบันมีสถานศึกษาในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษา ระดับอุดมศึกษา ระดับปริญญาโท รวมทั้งเปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพครูอีกด้วย



ภาพที่ 14-1 มหามกุฏราชวิทยาลัยในพระบรมราชูปถัมภ์ วิทยาเขตล้านนา



ภาพที่ 14-2 มหามกุฏราชวิทยาลัยในพระบรมราชูปถัมภ์ วิทยาเขตล้านนา

## 2.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร

ผลการสำรวงนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเยี่ยมชมวัดเจดีย์หลวงวรวิหารจำนวน 100 คน พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายร้อยละ 56 เพศหญิงร้อยละ 44 มีอายุ 20 -30 ปีร้อยละ 53 ระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 65 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาร้อยละ 53 มีวัตถุประสงค์เพื่อมาทำบุญร้อยละ 48 และเดินทางมาเที่ยวเที่ยวกับเพื่อน/ครอบครัวร้อยละ 85 ซึ่งนักท่องเที่ยวร้อยละ 36 เดินทางมาเที่ยวชมวัดเจดีย์หลวงวรวิหารเป็นครั้งแรก รายละเอียดข้อมูลของนักท่องเที่ยวแสดงได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเชื่อมวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|---------------------------|------------|--------------|
| <b>1. เพศ</b>             |            |              |
| ชาย                       | 56         | 56           |
| หญิง                      | 44         | 44           |
| <b>2. อายุ</b>            |            |              |
| ต่ำกว่า 20 ปี             | 15         | 15           |
| 21-30 ปี                  | 53         | 53           |
| 31-40 ปี                  | 11         | 11           |
| 41-50 ปี                  | 8          | 8            |
| 51-60 ปี                  | 8          | 8            |
| 61 ปีขึ้นไป               | 5          | 5            |
| <b>3. ระดับการศึกษา</b>   |            |              |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี          | 32         | 32           |
| ปริญญาตรี                 | 65         | 65           |
| สูงกว่าปริญญาตรี          | 3          | 3            |
| <b>4. อาชีพหลัก</b>       |            |              |
| นักเรียน/นักศึกษา         | 61         | 61           |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ     | 7          | 7            |
| พนักงานบริษัท             | 12         | 12           |
| เจ้าของธุรกิจ             | 9          | 9            |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน           | 11         | 11           |
| อื่นๆ                     | -          | -            |
| <b>รวม</b>                | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

ตารางที่ 4 (ต่อ)

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม                    | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>5. วัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว</b> |            |              |
| เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ                          | 28         | 28           |
| เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน                  | 1          | 1            |
| เพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น            | 11         | 11           |
| เพื่อปฏิบัติธรรม/ฝึกสมาธิ                    | 4          | 4            |
| เพื่อทำบุญ                                   | 48         | 48           |
| อื่นๆ  | 1          | 1            |
| <b>6. รูปแบบการท่องเที่ยววัด</b>             |            |              |
| เดินทางมาคนเดียว                             | 12         | 12           |
| เดินทางมากับเพื่อน/ครอบครัว                  | 85         | 85           |
| เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว                   | 3          | 3            |
| <b>7. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยววัด</b>       |            |              |
| มาเป็นครั้งแรก                               | 36         | 36           |
| เคยมา 1-2 ครั้ง                              | 21         | 21           |
| เคยมา 3-4 ครั้ง                              | 25         | 25           |
| เคยมา 5 ครั้งขึ้นไป                          | 18         | 18           |
| <b>รวม</b>                                   | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555

### 2.3 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดเจติยंहลวงวรวิหารตามแบบจำลองคาโน

ผลจากการจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเจติยंहลวงวรวิหาร โดยพิจารณาจากค่าความถี่ของผลลัพธ์ที่มีค่ามากที่สุดในแต่ละสัปดาห์ พบว่า แรงดึงดูดส่วนใหญ่ถูกจัดเป็น Attractive หมายความว่า แรงดึงดูดดังกล่าวมีเสน่ห์ดึงดูดและจูงใจให้

นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเที่ยวชมวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร รองลงมาคือ One-dimensional หมายความว่า แรงดึงดูดเหล่านี้มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมวัด ซึ่งผลการประเมินค่าความดีและค่าสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวของวัดเจดีย์หลวงวรวิหารตามแบบจำลองคานาแสดงได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการประเมินค่าความดีและสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร

| Attributes  | Percentage |    |    |    |   |   | Total | Classify | Satisfy Coefficient | Dissatisfy Coefficient |
|---|------------|----|----|----|---|---|-------|----------|---------------------|------------------------|
|   | A          | M  | I  | O  | Q | R |       |          |                     |                        |
| <b>ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว</b>        |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| <b>1. ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรม</b> |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A1 สถาปัตยกรรม  | 34         | 7  | 6  | 49 | 2 | 2 | 100   | O        | 0.86                | -0.58                  |
| A2 ความมีเอกลักษณ์                                      | 50         | 5  | 13 | 29 | 1 | 2 | 100   | A        | 0.81                | -0.35                  |
| A3 การเรียนรู้วัฒนธรรม                                  | 47         | 2  | 18 | 29 | 1 | 3 | 100   | A        | 0.79                | -0.32                  |
| <b>2. ความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>           |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A4 เจ้าหน้าที่นำชมจุดต่างๆ                              | 63         | 2  | 21 | 12 | 0 | 2 | 100   | A        | 0.77                | -0.14                  |
| A5 กิจกรรมทางพุทธศาสนา                                  | 43         | 6  | 16 | 28 | 2 | 5 | 100   | A        | 0.76                | -0.37                  |
| A6 กิจกรรมพิเศษ   | 45         | 7  | 15 | 29 | 1 | 3 | 100   | A        | 0.77                | -0.38                  |
| A7 ศูนย์เรียนรู้หลักธรรม                                | 45         | 6  | 30 | 19 | 0 | 0 | 100   | A        | 0.64                | -0.25                  |
| A8 ศูนย์ปฏิบัติธรรม                                     | 47         | 3  | 21 | 28 | 0 | 1 | 100   | A        | 0.76                | -0.31                  |
| <b>ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว</b>          |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| <b>1. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน</b>                     |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A9 ระบบสาธารณูปโภค                                      | 38         | 6  | 16 | 39 | 0 | 1 | 100   | O        | 0.78                | -0.45                  |
| A10 สถานที่จอดรถ  | 37         | 2  | 16 | 43 | 1 | 1 | 100   | O        | 0.82                | -0.46                  |
| A11 ห้องสุขา  | 30         | 4  | 16 | 49 | 1 | 0 | 100   | O        | 0.80                | -0.54                  |
| A12 ร้านขายของ  | 26         | 10 | 45 | 15 | 0 | 4 | 100   | I        | 0.43                | -0.26                  |
| A13 ศูนย์ให้ข้อมูล                                      | 61         | 1  | 21 | 15 | 2 | 0 | 100   | A        | 0.78                | -0.16                  |
| <b>2. สภาพแวดล้อม</b>                                   |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A14 การเดินทาง  | 46         | 3  | 7  | 40 | 2 | 2 | 100   | A        | 0.90                | -0.45                  |
| A15 ความสงบร่มรื่น                                      | 32         | 4  | 11 | 51 | 1 | 1 | 100   | O        | 0.85                | -0.56                  |
| A16 ความสะอาด   | 22         | 2  | 8  | 66 | 0 | 2 | 100   | O        | 0.90                | -0.69                  |
| A17 ทัศนียภาพ   | 47         | 1  | 13 | 37 | 1 | 1 | 100   | A        | 0.86                | -0.39                  |
| A18 แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง                            | 74         | 0  | 21 | 2  | 0 | 3 | 100   | A        | 0.78                | -0.02                  |

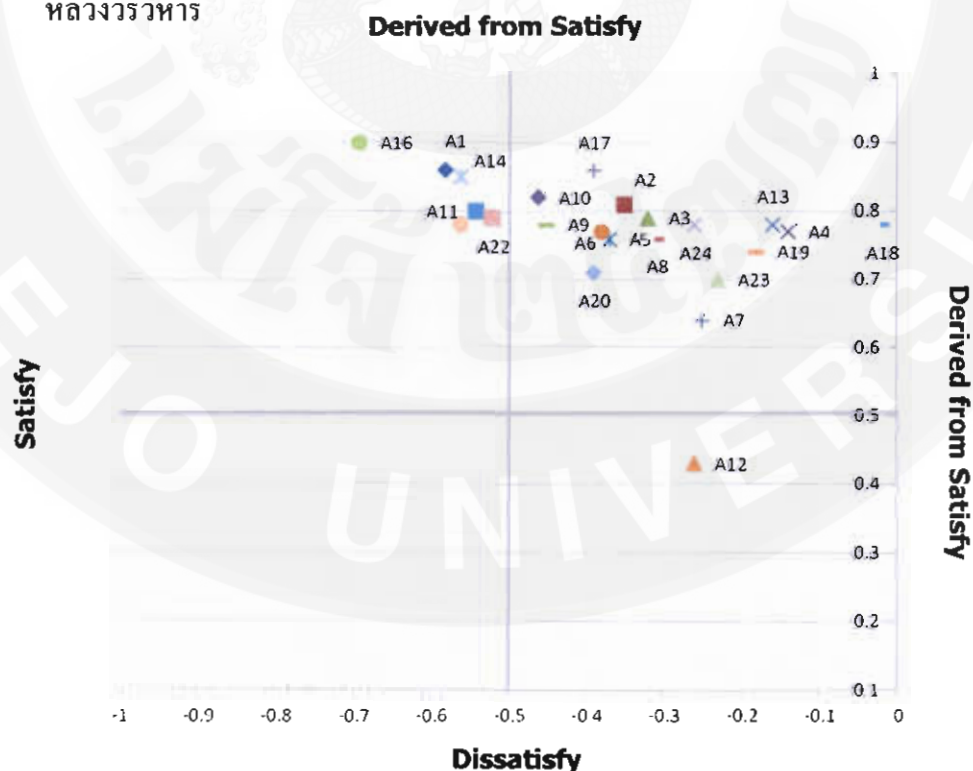
## ตารางที่ 5 (ต่อ)

| Attributes                 | Percentage |   |    |    |   |   | Total | Classify | Satisfy Coefficient | Dissatisfy Coefficient |
|----------------------------|------------|---|----|----|---|---|-------|----------|---------------------|------------------------|
|                            | A          | M | I  | O  | Q | R |       |          |                     |                        |
| <b>ด้านการบริหารจัดการ</b> |            |   |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A19 มีบุคลากรเพียงพอ       | 56         | 1 | 25 | 17 | 0 | 1 | 100   | A        | 0.74                | -0.18                  |
| A20 ความปลอดภัย            | 39         | 7 | 21 | 31 | 1 | 1 | 100   | A        | 0.71                | -0.39                  |
| A21 การอนุรักษ์โบราณสถาน   | 31         | 9 | 12 | 45 | 0 | 3 | 100   | O        | 0.78                | -0.56                  |
| A22 การรักษาสภาพแวดล้อม    | 30         | 3 | 18 | 48 | 0 | 1 | 100   | O        | 0.79                | -0.52                  |
| A23 การจัดเส้นทางเยี่ยมชม  | 50         | 4 | 25 | 19 | 1 | 1 | 100   | A        | 0.70                | -0.23                  |
| A24 สื่อประชาสัมพันธ์      | 53         | 2 | 20 | 24 | 1 | 0 | 100   | A        | 0.78                | -0.26                  |

หมายเหตุ: Q = Questionable, R = Reverse, A = Attractive, M = Must be, O = One-dimensional, I = Indifferent

ที่มา: จากการคำนวณปี พ.ศ. 2555

ภาพที่ 15 กราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร



ที่มา: จากการวิเคราะห์ปี พ.ศ. 2555

จากผลกระทบของศักยภาพในแรงดึงดูดในการท่องเที่ยวต่อความต้องการและไม่ต้องการของนักท่องเที่ยว จะเห็นว่ามีภาระงานความต้องการเพิ่มมาอีก คือ Must-be ซึ่งถือว่าเป็นส่วนสำคัญมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง การประเมินทั้งสองวิธีมีข้อดีแตกต่างกัน การสร้างแนวคิดเพื่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวจึงพิจารณาาร่วมกัน ผลการประเมินในด้านศักยภาพแรงดึงดูดในการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่สร้างแรงดึงดูดและแรงจูงใจหรืออยู่ในส่วนของ Attractive มีอยู่หลายปัจจัย ได้แก่ (A2) ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต (A3) การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านทางศิลปกรรมภายในวัด (A4) การนำชมจุดต่างๆภายในวัด (A5) กิจกรรมต่างๆทางพระพุทธศาสนา (A6) กิจกรรมที่จัดขึ้นในโอกาสพิเศษ/วันสำคัญทางศาสนา (A7) การเรียนรู้หลักธรรมคำสอน (A8) การปฏิบัติธรรม และฝึกสมาธิ (A9) ระบบสาธารณูปโภค (A10) ห้องสุขา สถานที่จอดรถ (A13) ศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว (A14) ความสะดวกในการเดินทาง (A17) ทัศนียภาพ (A18) แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง (A19) จำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ (A20) ระบบรักษาความปลอดภัย (A23) การจัดเส้นทางเยี่ยมชมจุดต่างๆภายในวัดและ (A24) สื่อประชาสัมพันธ์ที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งเป็นแรงดึงดูดในการท่องเที่ยววัดเจดีย์หลวงที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้มากที่สุด และอาจรวมถึงคุณลักษณะ (A1) ความประทับใจในสถาปัตยกรรม (A11) ห้องสุขา (A15) ความสงบร่มรื่น (A16) ความสะอาดของสถานที่ (A21) การอนุรักษ์โบราณสถาน และ (A22) การดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ที่มีแนวโน้มเข้าหาพื้นที่ส่วนที่เป็น One-dimensional โดยหากมีการจัดการด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม เช่น ความสะอาดของสถานที่ ด้านการบริหารการจัดการ เช่น การอนุรักษ์โบราณสถาน และการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ถ้าหากมีการพัฒนาในด้านต่างๆข้างต้นให้มีศักยภาพมากขึ้น อาจส่งผลให้เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมวัดมากขึ้น ในส่วนของ Indifferent มีเพียงปัจจัยเดียวคือ (A12) ร้านขายของ (ดอกไม้, รูปเทียน) ซึ่งไม่มีผลต่อแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม กล่าวคือ ทางวัดจะมีหรือไม่มีร้านขายของ (ดอกไม้, รูปเทียน) ก็ไม่ได้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมวัดเพิ่มขึ้นหรือลดลง

ฉะนั้น ทางวัดหรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวของวัดควรให้ความสำคัญในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม เช่น ความสะอาดของสถานที่ ด้านการบริหารการจัดการ เช่น การอนุรักษ์โบราณสถาน และการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ส่วนในเรื่องของร้านขาย (ดอกไม้, รูปเทียน) นักท่องเที่ยวไม่ได้มีความแตกต่างในความความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พอใจในการเดินทางมาเที่ยวชมวัด

### 3. ผลการศึกษาวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

#### 3.1 ข้อมูลทั่วไปของวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของวัดพระสิงห์วรมหาวิหารจากเอกสาร หนังสือ สื่อ อิเล็กทรอนิกส์ และการสำรวจของนักวิจัย สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของวัดได้ดังนี้ (กองพุทธศาสนสถาน กรมการศาสนา, 2533; ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ วิทยาลัยครูเชียงใหม่, 2534; ศศิธร พลัดเดช และคณะ, 2530; วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2555)



ภาพที่ 16 วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร พระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดวรมหาวิหาร ตั้งอยู่ในบริเวณคูเมือง ถนนสามล้าน ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วัดพระสิงห์ฯ เป็นวัดสำคัญวัดหนึ่งของเมืองเชียงใหม่ เป็นที่ประดิษฐานพระสิงห์ (พระพุทธสิหิงค์) พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่เมืองเชียงใหม่ และแผ่นดินล้านนา พระพุทธรูปเป็นศิลปะเชียงแสนรู้จักกันในชื่อ "เชียงแสนสิงห์หนึ่ง"

#### ประวัติวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

พญาผายู กษัตริย์เชียงใหม่ราชวงศ์เม็งราย โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 1888 ขึ้นแรกให้ก่อสร้างเจดีย์สูง 23 วา เพื่อบรรจุพระอัฐิของพญาคำฟู พระราชบิดา ต่อมาอีก 2 ปี จึงได้สร้างพระอาราม เสนาสนวิหาร ศาลาการเปรียญ หอไตร และกุฏิสงฆ์ เมื่อเสร็จเรียบร้อย ทรงตั้งชื่อว่า "วัดลีเชียงพระ" สมัยพระเจ้าแสนเมืองมา ขึ้นครองนครเชียงใหม่ โปรดให้อัญเชิญพระพุทธรูปสิหิงค์มาจาก



เมืองเชียงราย เมื่อขบวนช้างอัญเชิญมาถึงหน้าวัด ช้างก็ไม่ยอมเดินทางต่อ พระเจ้าแสนเมืองมา จึงโปรดให้อัญเชิญพระพุทธรูปประดิษฐาน ณ วัดสี่เชิงพระ ประชาชนทางเหนือนิยมเรียกพระพุทธรูปนี้ว่า "พระสิงห์" จึงเป็นที่มาของชื่อ "วัดพระสิงห์" ในปี พ.ศ. 2360 พญาธัมมลังกา หรือพระเจ้าช้างเผือกธรรมลังกา พระอนุชาของพระเจ้ากาวิละ โปรดให้บูรณะพระอุโบสถและพระเจดีย์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2467 เจ้าแก้วนารัฐ เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ องค์สุดท้าย พร้อมด้วยครูบาศรีวิชัย และประชาชนชาวเชียงใหม่ ได้ร่วมกันบูรณปฏิสังขรณ์วัดพระสิงห์อีกครั้ง และได้มีการขุดพบสิ่งของมีค่ามากมาย อาทิ แผ่นทองคำจารึกเรื่องราวต่างๆ โกศบรรจุอัฐิพญาคำฟู แต่สิ่งของเหล่านี้สูญหายไปในช่วงสงครามเอเซียบูรพา และในปี พ.ศ. 2493 วัดพระสิงห์(ศาสนา) ได้รับโปรดเกล้าให้เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชนิดวรมหาวิหาร

#### ตำนานพระสิงห์ (พระพุทธรูป)

พระพุทธรูป หรือ พระสิงห์ เป็นพระพุทธรูปโบราณหล่อด้วยสำริดหุ้มทอง ปางสมาธิ สูง 79 เซนติเมตร หน้าตักกว้าง 63 เซนติเมตร เป็นศิลปะแบบลังกา ตามประวัติกล่าวว่า พระเจ้าสิหพระ ธรรมมหากษัตริย์แห่งลังกาทวีป ทรงสร้างขึ้น เมื่อ พ.ศ. 700 ต่อมา เจ้านครศรีธรรมราชได้ไปขอมาดถวายพระร่วงแห่งกรุงสุโขทัย เมื่อสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 1 แห่งกรุงศรีอยุธยาได้กรุงสุโขทัยเป็นเมืองขึ้น จึงได้อัญเชิญพระพุทธรูปมาประดิษฐานที่กรุงศรีอยุธยาต่อมาได้มีผู้นำไปไว้ที่เมืองกำแพงเพชรและเชียงราย เมื่อพระเจ้าแสนเมืองมา เจ้านครเชียงใหม่ยกทัพไปตีเมืองเชียงรายได้ จึงได้อัญเชิญพระพุทธรูปมาประดิษฐานที่เชียงใหม่พร้อมกับพระแก้วมรกต เมื่อสมเด็จพระนารายณ์มหาราชตีเมืองเชียงใหม่ได้เมื่อ พ.ศ. 2205 ได้อัญเชิญพระพุทธรูปมาประดิษฐานที่วัดพระศรีสรรเพชญ์กรุงศรีอยุธยาเป็นเวลานานถึง 105 ปี เมื่อเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 แก่พม่าใน พ.ศ. 2310 ชาวเชียงใหม่ได้อัญเชิญพระพุทธรูปกลับไปเชียงใหม่ เมื่อมณฑลพายัพได้กลับมาเป็นของไทยในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช สมเด็จพระบวรราชเจ้ามหาสุรสิงหนาทโปรดให้อัญเชิญลงมายังกรุงเทพมหานครเมื่อปี พ.ศ. 2338 ปัจจุบันพระพุทธรูปนี้ประดิษฐานอยู่ ณ พระที่นั่งพุทไธสวรรย์ พระราชวังบวรสถานมงคล โดยจะมีพิธีเชิญออกมาช่วงเทศกาลสงกรานต์ให้ประชาชนไทยได้สักการะและสรงน้ำ ส่วนพระสิงห์ที่ประดิษฐานที่วัดแห่งนี้ เป็นพระพุทธรูปจำลอง

### การประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถาน

วัดพระสิงห์วรมหาวิหารได้รับการประกาศเป็นโบราณสถานสำหรับชาติ ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 52 ตอนที่ 0 ง วันที่ 8 มีนาคม 2478 พร้อมกับวัดอีกหลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่

#### โบราณวัตถุและโบราณสถานที่สำคัญภายในบริเวณวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

1. โบสถ์ เป็นอาคารรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีมุขโถงทั้งด้านหน้าด้านหลัง ลักษณะอาคารและการตกแต่งเป็นแบบศิลปะล้านนาโดยแท้ ด้านข้างแลเห็นหน้าต่างขนาดใหญ่ดีเป็นช่องแบบไม้ระแนงแต่ภายในเป็นหน้าต่างจริง มีลายปูนปั้นบริเวณ ซุ้มประตูทางเข้า หน้าบันมีลักษณะวงโค้งสองอันเหนือทางเข้าประกบกัน เรียกว่า คิ้วโก่ง เหนือคิ้วโก่งเป็น วงกลม สองวงคล้ายดวงตา ที่เสาและส่วนอื่นๆ มีปูนปั้นนูน มีรักปั้นปิดทอง วิจิตรพิสดารมาก

2. หอไตร สร้างเป็นอาคารครึ่งตึกครึ่งไม้ ผนังด้านนอกประดับด้วยทวยเทพปูนปั้น ทำเป็นรูปเทพพนมขึ้น บ้างก็เหาะประดับ อยู่โดยรอบ เป็นฝีมือช่างสมัยพระเมืองแก้ว ประมาณ พ.ศ. 2476 เจ้าแก้วนารัฐได้ซ่อมแซมขึ้นใหม่ที่ฐาน หอไตรนี้เป็นลายลูกฟักลดบัว ภายในประดับด้วยรูปสัตว์หิมพานต์ เช่น นางเงือกมีปีก คชสีห์มีปีก กิเลน เป็นต้น และมีลายประจํายามลักษณะคล้ายลายสมัยราชวงศ์เหม็งของจีน

3. วิหารลายคำ เป็นวิหารพื้นเมืองศิลปะล้านนาขนาดเล็ก เชื่อกันว่าสร้างขึ้นในสมัยพระเมืองแก้ว เมื่อปี พ.ศ. 2061 ภายในเป็นที่ประดิษฐาน "พระพุทธรสิหังค์" ขนาดหน้าตักกว้าง 31 นิ้ว สูงจากขอบฐานถึงยอดพระเมาลีบัวควม 51 นิ้ว เมื่อถึงเทศกาลสงกรานต์ชาวมืองเชียงใหมจะอัญเชิญพระพุทธรสิหังค์แห่ไปถือนรอบเมือง



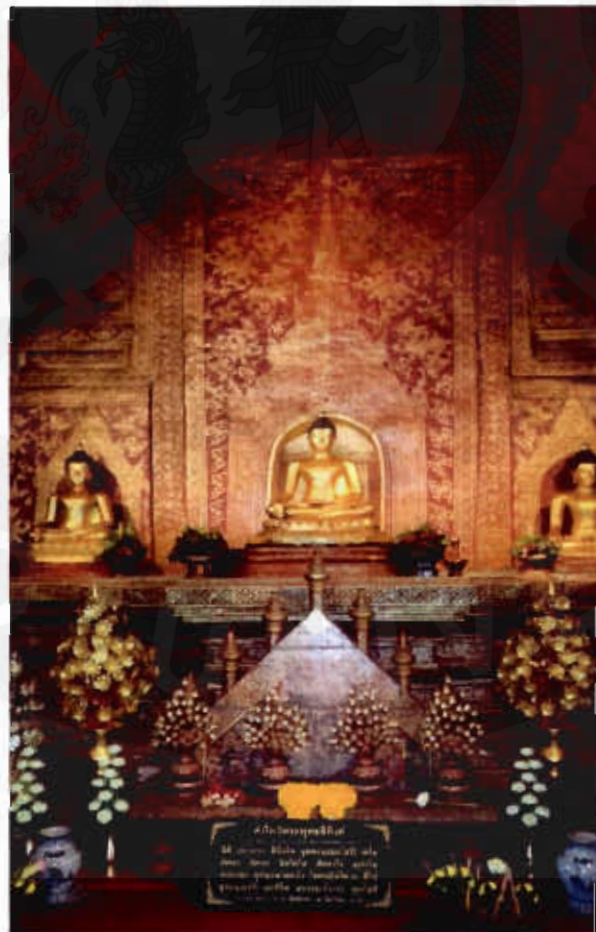
ภาพที่ 17-1 วิหารลายคำ



ภาพที่ 17-2 วิหารลายคำ

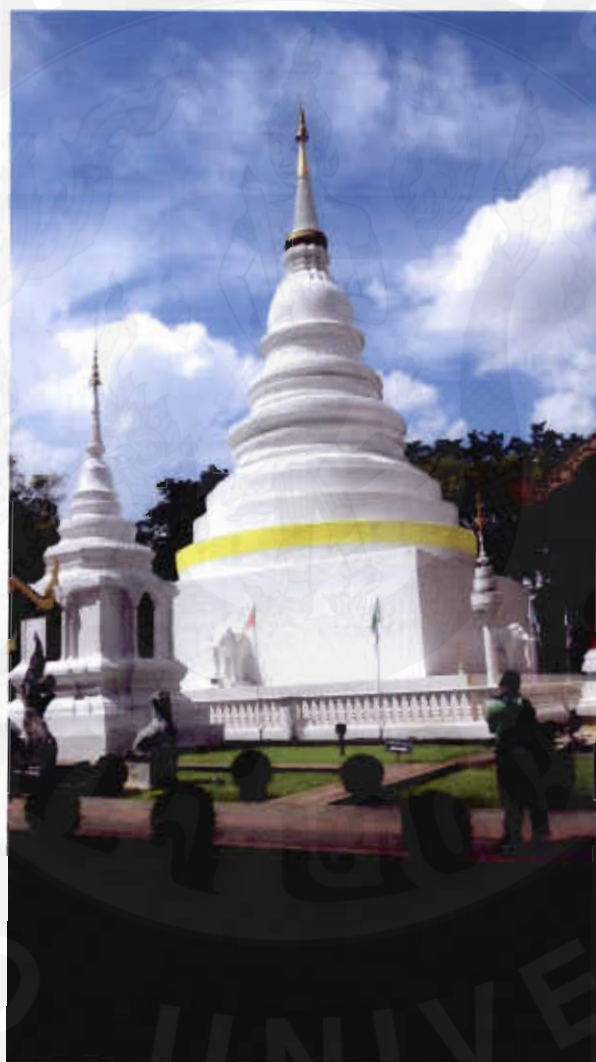


ภาพที่ 18-1 พระพุทธลีลึงค์



ภาพที่ 18-2 พระพุทธลีลึงค์

4. พระธาตุเจดีย์วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร มหาเจดีย์สูง 50 เมตร ตั้งอยู่บนฐานสี่เหลี่ยมจัตุรัสสูง มี ประติมากรรมช้างครึ่งตัว แยกตรงกลางฐานอยู่ทั้ง 4 ด้าน ด้านละ 1 ตัว เหนือขึ้นไปเป็นฐานกลม 3 ชั้น มาลัยเถาซ้อนกัน 3 ชั้น องค์กรหนึ่งทรงกลมเล็ก บัลลังก์ และ เปลือกขอดประดับฉัตร มหาเจดีย์ประธานองค์นี้จัดเป็นศิลปกรรมล้านนา ที่มีความสำคัญอีกองค์หนึ่งของเมืองเชียงใหม่



ภาพที่ 19 พระธาตุเจดีย์วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

#### งานเทศกาลประจำปี

เมื่อถึงเทศกาลสงกรานต์ชาวเมืองจะอัญเชิญพระพุทธรูปหิงค์แห่ไปตามถนนรอบเมือง เพื่อให้ประชาชนสรงน้ำ

### 3.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเยี่ยมชมวัดพระสิงห์วรมหาวิหารจำนวน 100 คน พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวเพศชายร้อยละ 52 เพศหญิงร้อยละ 48 ซึ่งส่วนใหญ่ร้อยละ 47 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 67 เป็นนักเรียน/นักศึกษาร้อยละ 53 และมีวัตถุประสงค์เพื่อมาทำบุญร้อยละ 48 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเกี่ยวกับเพื่อน/ครอบครัวร้อยละ 92 โดยนักท่องเที่ยวกว่าครึ่งเคยมาเที่ยววัดพระสิงห์วรมหาวิหารร้อยละ 72 รายละเอียดข้อมูลของนักท่องเที่ยวแสดงได้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|---------------------------|------------|--------------|
| <b>1. เพศ</b>             |            |              |
| ชาย                       | 52         | 52           |
| หญิง                      | 48         | 48           |
| <b>2. อายุ</b>            |            |              |
| ต่ำกว่า 20 ปี             | 47         | 47           |
| 21-30 ปี                  | 13         | 13           |
| 31-40 ปี                  | 8          | 8            |
| 41-50 ปี                  | 16         | 16           |
| 51-60 ปี                  | 15         | 15           |
| 61 ปีขึ้นไป               | 1          | 1            |
| <b>3. ระดับการศึกษา</b>   |            |              |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี          | 67         | 67           |
| ปริญญาตรี                 | 28         | 28           |
| สูงกว่าปริญญาตรี          | 5          | 5            |
| <b>รวม</b>                | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

ตารางที่ 6 (ต่อ)

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม                    | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>4. อาชีพหลัก</b>                          |            |              |
| นักเรียน/นักศึกษา                            | 53         | 53           |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ                        | 10         | 10           |
| พนักงานบริษัท                                | 10         | 10           |
| เจ้าของธุรกิจ                                | 10         | 10           |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน                              | 13         | 13           |
| อื่นๆ  | 4          | 4            |
| <b>5. วัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว</b> |            |              |
| เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ                          | 23         | 23           |
| เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน                  | 2          | 2            |
| เพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น            | 12         | 12           |
| เพื่อปฏิบัติธรรม/ฝึกสมาธิ                    | 7          | 7            |
| เพื่อทำบุญ                                   | 48         | 48           |
| อื่นๆ  | 8          | 8            |
| <b>6. รูปแบบการท่องเที่ยววัด</b>             |            |              |
| เดินทางมาคนเดียว                             | 5          | 5            |
| เดินทางมากับเพื่อน/ครอบครัว                  | 92         | 92           |
| เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว                   | 3          | 3            |
| <b>7. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยววัด</b>       |            |              |
| มาเป็นครั้งแรก                               | 28         | 28           |
| เคยมา 1-2 ครั้ง                              | 31         | 31           |
| เคยมา 3-4 ครั้ง                              | 23         | 23           |
| เคยมา 5 ครั้งขึ้นไป                          | 18         | 18           |
| <b>รวม</b>                                   | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555

### 3.3 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร ตามแบบจำลองคานิน

ผลจากการจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยววัดพระสิงห์วรมหาวิหาร โดยพิจารณาจากค่าความถี่ของผลลัพธ์ที่มีค่ามากที่สุดในแต่ละศักยภาพ พบว่า แรงดึงดูดส่วนใหญ่ถูกจัดเป็น Attractive หมายความว่า แรงดึงดูดดังกล่าวมีเสน่ห์ดึงดูดและจงใจให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเที่ยวชมวัด รองลงมาคือ One-dimensional หมายความว่า แรงดึงดูดเหล่านี้มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมวัด ซึ่งผลการประเมินค่าความถี่และค่าสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวของวัดพระสิงห์วรมหาวิหารตามแบบจำลองคานินแสดงได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการประเมินค่าความถี่และสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

| Attributes                                       | Percentage |    |    |    |   |   | Total | Classify | Satisfy Coefficient | Dissatisfy Coefficient |
|--|------------|----|----|----|---|---|-------|----------|---------------------|------------------------|
|  | A          | M  | I  | O  | Q | R |       |          |                     |                        |
| <b>ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว</b> |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| 1. ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรม |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A1 สถาปัตยกรรม                                   | 22         | 3  | 12 | 54 | 9 | 0 | 100   | O        | 0.84                | -0.63                  |
| A2 ความมีเอกลักษณ์                               | 43         | 6  | 16 | 29 | 6 | 0 | 100   | A        | 0.77                | -0.37                  |
| A3 การเรียนรู้วัฒนธรรม                           | 35         | 8  | 16 | 33 | 8 | 0 | 100   | A        | 0.74                | -0.45                  |
| 2. ความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว           |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A4 เจ้าหน้าที่นำชมจุดต่างๆ                       | 51         | 2  | 19 | 23 | 3 | 2 | 100   | A        | 0.78                | -0.26                  |
| A5 กิจกรรมทางพุทธศาสนา                           | 43         | 4  | 18 | 30 | 5 | 0 | 100   | A        | 0.77                | -0.36                  |
| A6 กิจกรรมพิเศษ                                  | 43         | 3  | 16 | 35 | 3 | 0 | 100   | A        | 0.80                | -0.39                  |
| A7 ศูนย์เรียนรู้หลักธรรม                         | 41         | 6  | 19 | 30 | 3 | 1 | 100   | A        | 0.74                | -0.38                  |
| A8 ศูนย์ปฏิบัติธรรม                              | 45         | 3  | 26 | 23 | 3 | 0 | 100   | A        | 0.70                | -0.27                  |
| <b>ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว</b>   |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| 1. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน                     |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A9 ระบบสาธารณูปโภค                               | 36         | 5  | 20 | 35 | 2 | 2 | 100   | A        | 0.74                | -0.42                  |
| A10 สถานที่จอดรถ                                 | 31         | 4  | 11 | 50 | 4 | 0 | 100   | O        | 0.84                | -0.56                  |
| A11 ห้องสุขา                                     | 33         | 11 | 14 | 42 | 0 | 0 | 100   | O        | 0.75                | -0.53                  |
| A12 ร้านขายของ                                   | 28         | 13 | 36 | 18 | 4 | 1 | 100   | I        | 0.48                | -0.33                  |
| A13 ศูนย์ให้ข้อมูล                               | 50         | 7  | 20 | 20 | 3 | 0 | 100   | A        | 0.72                | -0.28                  |



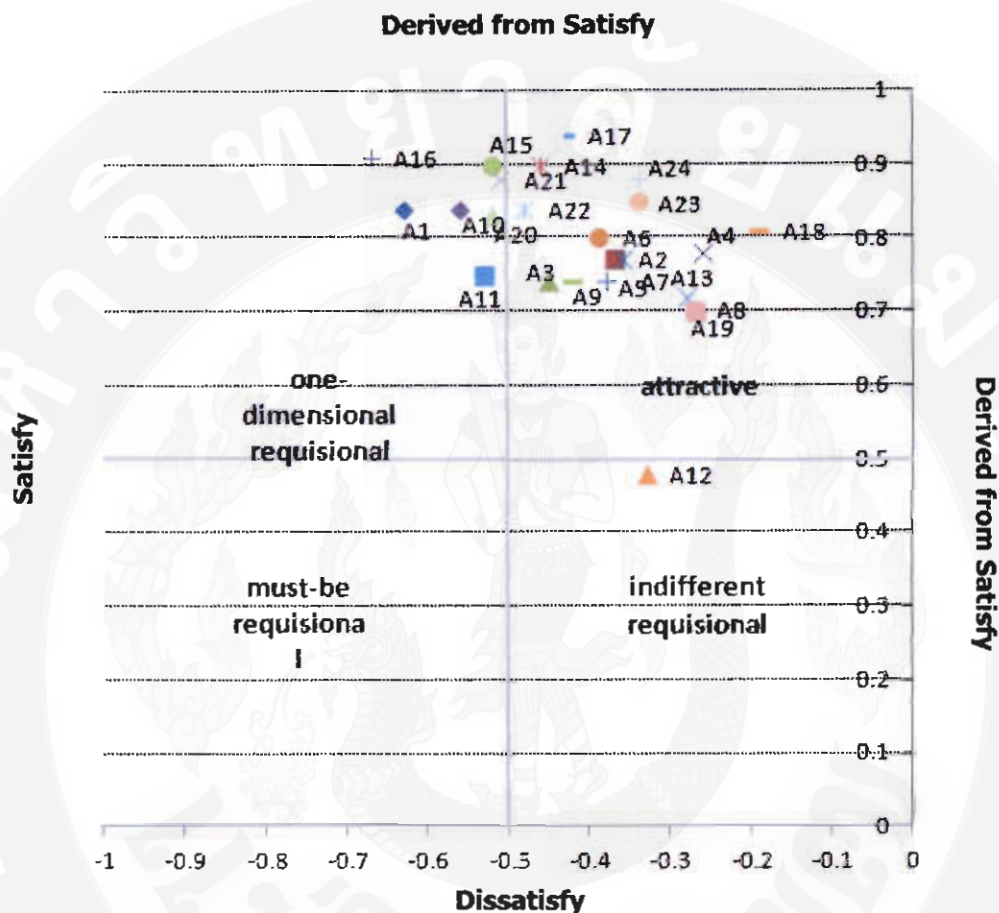
ตารางที่ 7 (ต่อ)

| Attributes                                     | Percentage |    |    |    |   |   | Total | Classify | Satisfy Coefficient | Dissatisfy Coefficient |
|--|------------|----|----|----|---|---|-------|----------|---------------------|------------------------|
|  | A          | M  | I  | O  | Q | R |       |          |                     |                        |
| <b>ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว</b> |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| <b>1. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน</b>            |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A9 ระบบสาธารณูปโภค                             | 36         | 5  | 20 | 35 | 2 | 2 | 100   | A        | 0.74                | -0.42                  |
| A10 สถานที่จอดรถ                               | 31         | 4  | 11 | 50 | 4 | 0 | 100   | O        | 0.84                | -0.56                  |
| A11 ห้องสุขา                                   | 33         | 11 | 14 | 42 | 0 | 0 | 100   | O        | 0.75                | -0.53                  |
| A12 ร้านขายของ                                 | 28         | 13 | 36 | 18 | 4 | 1 | 100   | I        | 0.48                | -0.33                  |
| A13 ศูนย์ให้ข้อมูล                             | 50         | 7  | 20 | 20 | 3 | 0 | 100   | A        | 0.72                | -0.28                  |
| <b>2. สภาพแวดล้อม</b>                          |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A14 การเดินทาง                                 | 45         | 3  | 7  | 42 | 3 | 0 | 100   | A        | 0.90                | -0.46                  |
| A15 ความสงบร่มรื่น                             | 41         | 3  | 7  | 48 | 1 | 0 | 100   | O        | 0.90                | -0.52                  |
| A16 ความสะอาด                                  | 25         | 2  | 7  | 63 | 3 | 0 | 100   | O        | 0.91                | -0.67                  |
| A17 ทัศนียภาพ                                  | 49         | 0  | 6  | 41 | 2 | 2 | 100   | A        | 0.94                | -0.43                  |
| A18 แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง                   | 60         | 0  | 18 | 18 | 2 | 2 | 100   | A        | 0.81                | -0.19                  |
| <b>ด้านการบริหารจัดการ</b>                     |            |    |    |    |   |   |       |          |                     |                        |
| A19 มีบุคลากรเพียงพอ                           | 48         | 5  | 24 | 21 | 2 | 0 | 100   | A        | 0.70                | -0.27                  |
| A20 ความปลอดภัย                                | 37         | 7  | 10 | 44 | 1 | 1 | 100   | O        | 0.83                | -0.52                  |
| A21 การอนุรักษ์โบราณสถาน                       | 42         | 6  | 6  | 44 | 2 | 0 | 100   | O        | 0.88                | -0.51                  |
| A22 การรักษาสภาพแวดล้อม                        | 37         | 3  | 13 | 44 | 1 | 2 | 100   | O        | 0.84                | -0.48                  |
| A23 การจัดเส้นทางเยี่ยมชม                      | 54         | 4  | 11 | 29 | 1 | 1 | 100   | A        | 0.85                | -0.34                  |
| A24 สื่อประชาสัมพันธ์                          | 60         | 8  | 4  | 25 | 3 | 0 | 100   | A        | 0.88                | -0.34                  |

หมายเหตุ: Q = Questionable, R = Reverse, A = Attractive, M = Must be, O = One dimensional, I = Indifferent

ที่มา: จากการคำนวณปี พ.ศ. 2555

ภาพที่ 20 กราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดพระสิงห์  
วรมหาวิหาร



ที่มา: จากการวิเคราะห์ปี พ.ศ. 2555

จากตารางที่ 7 และภาพที่ 20 การจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร แสดงให้เห็นว่า ผลลัพธ์ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดถูกจัดอยู่ในกลุ่ม Attractive ซึ่งมีความหมายว่า ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา องค์ความรู้ และความงามทางศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ทั้งจิตรกรรมฝาผนัง ประติมากรรม และสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ส่วนเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมวัดพระสิงห์วรมหาวิหาร โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้สึกชอบ/พอใจหากทางวัดมีการจัดกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา เช่น การถวายสังฆทาน การปล่อยนกปล่อยปลา การร่วมบริจาคเงินเพื่อสมทบทุนในกิจกรรมต่างๆ ของวัด เป็นต้น การกิจกรรมหรืองานประจำปีที่ทางวัดจัดขึ้นในโอกาสพิเศษ การมีศูนย์ให้ความรู้และศูนย์ปฏิบัติธรรม

ผลลัพธ์ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในส่วนของ Attractive และ One dimensional ซึ่งได้รับความสำคัญเท่ากัน กล่าวคือ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ระบบสาธารณูปโภค สถานที่จอดรถ ห้องสุขา เป็นต้น หากมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวชม และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนสภาพแวดล้อมโดยรอบของวัดพระสิงห์วรมหาวิหารถูกจัดอยู่ใน Attractive ซึ่งหากมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ร่มรื่น จะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมวัดได้

สำหรับผลลัพธ์ด้านการบริหารจัดการอยู่ในส่วนของ Attractive และ One dimensional ซึ่งได้รับความสำคัญเท่ากัน คือ หากมีการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวและ โบราณสถานที่ดี มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และปลอดภัย จะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการมาเที่ยววัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

#### 4. ผลการศึกษาวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)

##### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของวัดบุปผารามจากเอกสาร หนังสือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการสำรวจของนักวิจัย สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของวัดได้ดังนี้ (กองพุทธศาสนสถาน กรมการศาสนา, 2533; ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ วิทยาลัยครูเชียงใหม่, 2534; ศศิธร พลัดเดช และคณะ, 2530; วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2555; เว็บไซต์วัดสวนดอก, 2555)

##### ประวัติวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)

วัดสวนดอก หรือ วัดบุปผาราม เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดสามัญ สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย ปัจจุบันตั้งอยู่บนถนนสุเทพ ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ห่างจากประตูสวนดอกไปทางทิศตะวันตก 1 กิโลเมตร

วัดสวนดอกในอดีตนั้นเป็นสวนดอกไม้ (ต้นพยอม) ของเจ้านายฝ่ายเหนือใน โดยในปี พ.ศ. 1914 พระเจ้ากือนาธรรมิกราช กษัตริย์ลำดับที่ 6 แห่งราชวงศ์มังรายแห่งอาณาจักรล้านนา ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้สร้างเป็นพระอารามหลวง เพื่อให้เป็นที่จำพรรษาของพระมหาเถระสุน ผู้

ประดิษฐานพระพุทธรูปปางลีลาในแผ่นดินล้านนา และสร้างองค์พระเจดีย์เพื่อประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ 1 ใน 2 องค์ ที่พระมหาเถระสุนทรอัญเชิญมาจากสุโขทัย ในปี พ.ศ. 1912 (องค์หนึ่งประดิษฐานอยู่ในพระเจดีย์ วัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร) ในสมัยนั้นวัดสวนดอกมีความเจริญรุ่งเรืองมาก แต่หลังจากสิ้นราชวงศ์เม็งรายบ้านเมืองตกอยู่ในอำนาจของพม่า รวมทั้งเกิดกลางจลขึ้น จึงกลายสภาพเป็นวัดร้างไป

วัดสวนดอกได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์ขึ้นใหม่อีกครั้งในรัชสมัย พระเจ้าบรมราชาธิบดีกษัตริย์แห่งราชวงศ์ทิพย์จักรราชวงศ์ (เจ้าเจ็ดคน) และได้รับการทำนุบำรุงจากเจ้านายฝ่ายเหนือและประชาชนเชียงใหม่มาโดยตลอด การบูรณะวัดครั้งสำคัญ 2 ครั้ง คือ ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2450 พระราชยาเจ้าดารารัศมีในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้อัญเชิญรวบรวมพระอัฐิเจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่และพระประยูรญาติมาประดิษฐานรวมกัน และอีกครั้งหนึ่งในปี พ.ศ. 2475 เป็นการบูรณปฏิสังขรณ์องค์พระวิหาร โดยครูบาเจ้าศรีวิชัย นักบุญแห่งล้านนา

#### การประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถาน

วัดบุปผาราม (วัดสวนดอก) ได้รับการประกาศเป็นโบราณสถานสำหรับชาติ ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 52 ตอนที่ 0 ง วันที่ 8 มีนาคม 2478 พร้อมกับวัดอีกหลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่

#### โบราณวัตถุและโบราณสถานที่สำคัญภายในบริเวณวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)

1. พระบรมธาตุเจดีย์ สร้างสมัยพระเจ้ากือนาธรรมิกราช เมื่อปี พ.ศ.1916 เพื่อบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ซึ่งพระสุนทรเถระนำมาจากกรุงสุโขทัย เป็นศิลปะลังกาวงศ์ผสมล้านนา ลักษณะฐานสี่เหลี่ยมมีทางขึ้น 4 ด้าน ชั้นกลางลักษณะระฆังคว่ำแบบเจดีย์ลังกา พระบรมเจดีย์องค์ใหญ่สูง



ภาพที่ 21 พระบรมธาตุเจดีย์วัดสวนดอก

2. พระเจ้าแก้วคือ เป็นพระพุทธรูปหล่อองค์ใหญ่สร้างด้วยโลหะหนัก 9 โกฏิต้ำถึง ("คือ" เป็นคำในภาษาไทยเหนือ แปลว่า หนักพันซั่ง) พระญาเมืองแก้ว กษัตริย์องค์ที่ 13 แห่ง ราชวงศ์เม็งราย โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2047 พระเจ้าแก้วคือเป็นพระพุทธรูปแบบเชียงแสนฝีมือช่างล้านนาและสุโขทัย หน้าตักกว้าง 8 ศอก หรือ 3 เมตร สูง 4.70 เมตร เพื่อเป็นพระองค์ประธานในวัดพระสิงห์ แต่เนื่องมีน้ำหนักมากไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ จึงได้ถวายเป็นเรือหลวงของพระองค์เป็นพระวิหาร พระราชทานชื่อว่า "วัดแก้วคือ" แทน ซึ่งต่อมาภายหลังได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์ในสมัยครูบาเจ้าศรีวิชัย



ภาพที่ 22 พระเจ้าแก้วคือ

3. พระพุทธปฏิมาคำคิง เป็นพระประธานในพระวิหารหลวง พระเจ้ากือนาธรรมิกราชโปรดให้ช่างสร้างขึ้นด้วยทองสำริด เป็นพระพุทธรูปปางสมาธิ มีขนาดเท่าพระวรกายของพระองค์ขณะประทับยืน หน้าตักกว้าง 2 เมตร สูง 2.5 เมตร ข้อมูลจากประชุมตำนานล้านนากล่าวว่า สร้างขึ้นโดยบัญชาของพระราชมารดาของพระเจ้ากือนา เพื่อถวายไว้แทนพระเจ้ากือนา เมื่อครั้งทรงประชวรหนัก จึงเป็นเหตุหนึ่งของการเรียกพระนามของพระพุทธรูปที่สร้างแทนพระองค์ว่า “พระเจ้าคำคิง”



ภาพที่ 23 พระพุทธปฎิมาค่าคิง

4. พระวิหารหลวง มีขนาดความกว้าง 12 วา 2 ศอกยาว 33 วาสร้างเมื่อ พ.ศ. 2474-2475 โดยครูบาเจ้าศรีวิชัยและเจ้าแก้วนารัฐเป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก โดยมีลักษณะพิเศษคือเป็นวิหาร โถงไม่มีฝาผนังมีแต่ระเบียงโดยรอบหน้าบันทั้งสองด้านมีลายปูนปั้นแบบเครือเถาศิลปะล้านนาที่สวยงาม

5. กู๋ครูบาเจ้าศรีวิชัย สถานที่บรรจุอัฐิครูบาเจ้าศรีวิชัย นักบุญแห่งล้านนา สร้างเมื่อ พ.ศ. 2490 เพื่อเป็นอนุสรณ์ในคราวที่ครูบาศรีวิชัยได้บูรณปฏิสังขรณ์วัดสวนดอก เมื่อพ.ศ. 2474-2475 และเพื่อเป็นที่สักการบูชาของพุทธศาสนิกชนทั่วไป

6. กู๋เจ้านายฝ่ายเหนือ สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2450 โดยพระคำริในพระราชชายาเจ้าดารารัศมี ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งทรงเห็นว่าทำเลที่ตั้งของวัดสวนดอกกว้างขวาง จึงโปรดให้อัญเชิญรวบรวมพระอัฐิของเจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่และพระประยูรญาติมาประดิษฐานรวมกัน ณ ที่นี้ รวมทั้งได้ประทานทรัพย์ให้การทำนุบำรุงมาโดยตลอดพระชนม์ชีพหลังจากพระราชชายาเจ้าดารารัศมีสิ้นพระชนม์ ได้มีการแบ่งพระอัฐิของพระองค์มาประดิษฐานไว้ ณ กู๋เจ้านายฝ่ายเหนือแห่งนี้ (อีกส่วนหนึ่งแบ่งประดิษฐานไว้ในสุสานหลวง วัดราชบพิตรสถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร)



ภาพที่ 24 กู่เจ้านายฝ่ายเหนือ

#### 4.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)

ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเยี่ยมชมวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก) จำนวน 100 คน พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวเพศชายร้อยละ 45 เพศหญิงร้อยละ 55 ซึ่งส่วนใหญ่ร้อยละ 30 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 55 เป็นนักเรียน/นักศึกษาร้อยละ 45 และมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาทำบุญร้อยละ 51 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 89 เดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน/ครอบครัว โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 40 เคยมาเที่ยววัดบุปผารามแล้วจำนวน 1-2 ครั้ง รายละเอียดข้อมูลของนักท่องเที่ยวแสดงได้ดังตารางที่ 8



ตารางที่ 8 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|---------------------------|------------|--------------|
| <b>1. เพศ</b>             |            |              |
| ชาย                       | 45         | 45           |
| หญิง                      | 55         | 55           |
| <b>2. อายุ</b>            |            |              |
| ต่ำกว่า 20 ปี             | 24         | 24           |
| 21-30 ปี                  | 18         | 18           |
| 31-40 ปี                  | 30         | 30           |
| 41-50 ปี                  | 10         | 10           |
| 51-60 ปี                  | 16         | 16           |
| 61 ปีขึ้นไป               | 2          | 2            |
| <b>3. ระดับการศึกษา</b>   |            |              |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี          | 55         | 55           |
| ปริญญาตรี                 | 38         | 38           |
| สูงกว่าปริญญาตรี          | 7          | 7            |
| <b>4. อาชีพหลัก</b>       |            |              |
| นักเรียน/นักศึกษา         | 45         | 45           |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ     | 12         | 12           |
| พนักงานบริษัท             | 18         | 18           |
| เจ้าของธุรกิจ             | 9          | 9            |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน           | 15         | 15           |
| อื่นๆ                     | 1          | 1            |
| <b>รวม</b>                | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

ตารางที่ 8 (ต่อ)

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม                    | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>5. วัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว</b> |            |              |
| เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ                          | 28         | 28           |
| เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน                  | 3          | 3            |
| เพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น            | 15         | 15           |
| เพื่อปฏิบัติธรรม/ฝึกสมาธิ                    | 3          | 3            |
| เพื่อทำบุญ                                   | 51         | 51           |
| อื่นๆ  | -          | -            |
| <b>6. รูปแบบการท่องเที่ยววัด</b>             |            |              |
| เดินทางมาคนเดียว                             | 9          | 9            |
| เดินทางมากับเพื่อน/ครอบครัว                  | 89         | 89           |
| เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว                   | 2          | 2            |
| <b>7. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยววัด</b>       |            |              |
| มาเป็นครั้งแรก                               | 17         | 17           |
| เคยมา 1-2 ครั้ง                              | 40         | 40           |
| เคยมา 3-4 ครั้ง                              | 24         | 24           |
| เคยมา 5 ครั้งขึ้นไป                          | 19         | 19           |
| <b>รวม</b>                                   | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555

#### 4.3 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)

##### ตามแบบจำลองคานัน

ผลจากการจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยววัดบุปผาราม โดยพิจารณาจากค่าความถี่ของผลลัพธ์ที่มีค่ามากที่สุดในแต่ละสัณยภาพ พบว่า แรงดึงดูดส่วนใหญ่ถูกจัดเป็น Attractive หมายความว่า แรงดึงดูดดังกล่าวมีเสน่ห์ดึงดูดและจูงใจให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเที่ยวชมวัด รองลงมาคือ one-dimensional หมายความว่า แรงดึงดูดเหล่านี้มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมวัด ซึ่งผลการประเมินค่าความถี่และค่าสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสัณยภาพในด้านการท่องเที่ยวของวัดบุปผารามตามแบบจำลองคานันแสดงไว้ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ผลการประเมินค่าความถี่และสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดบุปผาราม (วัดสวนดอก)

| Attributes                                       | Percentage |    |    |    |    |   | Total | Classify | Satisfy Coefficient | Dissatisfy Coefficient |
|--|------------|----|----|----|----|---|-------|----------|---------------------|------------------------|
|  | A          | M  | I  | O  | Q  | R |       |          |                     |                        |
| <b>ด้านสัณยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว</b> |            |    |    |    |    |   |       |          |                     |                        |
| 1. ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรม |            |    |    |    |    |   |       |          |                     |                        |
| A1 สถาปัตยกรรม                                   | 25         | 4  | 16 | 49 | 6  | 0 | 100   | O        | 0.79                | -0.56                  |
| A2 ความมีเอกลักษณ์                               | 31         | 6  | 20 | 24 | 19 | 0 | 100   | A        | 0.68                | -0.37                  |
| A3 การเรียนรู้วัฒนธรรม                           | 28         | 10 | 12 | 44 | 6  | 0 | 100   | O        | 0.77                | -0.57                  |
| 2. ความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว           |            |    |    |    |    |   |       |          |                     |                        |
| A4 เจ้าหน้าที่นำชมจุดต่างๆ                       | 40         | 1  | 24 | 30 | 3  | 2 | 100   | A        | 0.74                | -0.33                  |
| A5 กิจกรรมทางพุทธศาสนา                           | 34         | 6  | 30 | 22 | 7  | 1 | 100   | A        | 0.61                | -0.30                  |
| A6 กิจกรรมพิเศษ                                  | 42         | 5  | 19 | 30 | 3  | 1 | 100   | A        | 0.75                | -0.36                  |
| A7 ศูนย์เรียนรู้หลักธรรม                         | 38         | 8  | 22 | 29 | 3  | 0 | 100   | A        | 0.69                | -0.38                  |
| A8 ศูนย์ปฏิบัติธรรม                              | 39         | 2  | 24 | 32 | 3  | 0 | 100   | A        | 0.73                | -0.35                  |

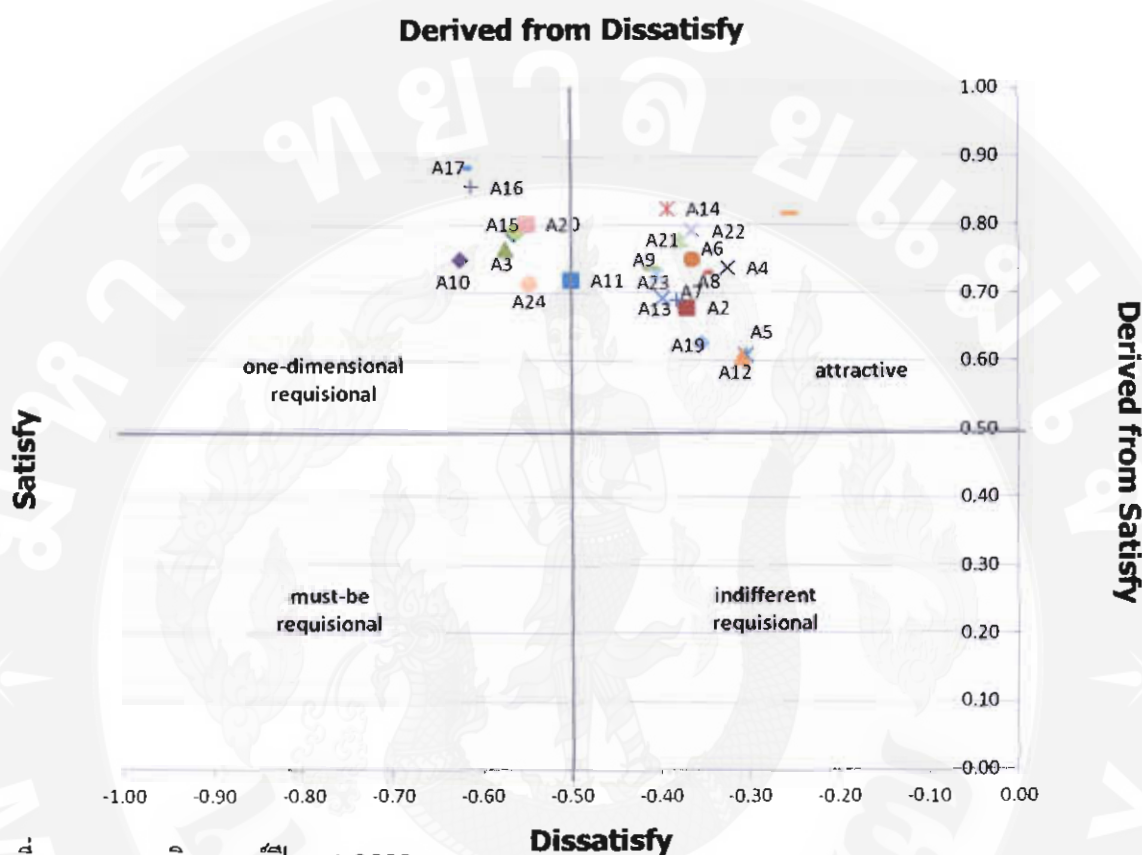
ตารางที่ 9 (ต่อ)

| Attributes                                  | Percentage |    |    |    |   |   | Total | Classify | Satisfy<br>Coefficient | Dissatisfy<br>Coefficient |
|---|------------|----|----|----|---|---|-------|----------|------------------------|---------------------------|
|   | A          | M  | I  | O  | Q | R |       |          |                        |                           |
| <b>ด้านสภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว</b> |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| <b>1. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน</b>         |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| A9 ระบบสาธารณูปโภค                          | 37         | 6  | 19 | 33 | 3 | 2 | 100   | A        | 0.74                   | -0.41                     |
| A10 สถานที่จอดรถ                            | 26         | 14 | 10 | 46 | 4 | 0 | 100   | O        | 0.75                   | -0.63                     |
| A11 ห้องสุขา                                | 30         | 8  | 20 | 42 | 0 | 0 | 100   | O        | 0.72                   | -0.50                     |
| A12 ร้านขายของ                              | 33         | 5  | 32 | 24 | 5 | 1 | 100   | A        | 0.61                   | -0.31                     |
| A13 ศูนย์ให้ข้อมูล                          | 38         | 9  | 21 | 30 | 2 | 0 | 100   | A        | 0.69                   | -0.40                     |
| <b>2. สภาพแวดล้อม</b>                       |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| A14 การเดินทาง                              | 45         | 3  | 14 | 35 | 3 | 0 | 100   | A        | 0.82                   | -0.39                     |
| A15 ความสงบร่มรื่น                          | 32         | 10 | 10 | 44 | 4 | 0 | 100   | O        | 0.79                   | -0.56                     |
| A16 ความสะอาด                               | 29         | 5  | 9  | 55 | 2 | 0 | 100   | O        | 0.86                   | -0.61                     |
| A17 ทัศนียภาพ                               | 27         | 4  | 6  | 50 | 8 | 5 | 100   | O        | 0.89                   | -0.62                     |
| A18 แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง                | 57         | 2  | 16 | 23 | 2 | 0 | 100   | A        | 0.82                   | -0.26                     |
| <b>ด้านการบริหารจัดการ</b>                  |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| A19 มีบุคลากรเพียงพอ                        | 32         | 5  | 32 | 30 | 1 | 0 | 100   | A        | 0.63                   | -0.35                     |
| A20 ความปลอดภัย                             | 29         | 6  | 12 | 44 | 4 | 5 | 100   | O        | 0.80                   | -0.55                     |
| A21 การอนุรักษ์โบราณสถาน                    | 41         | 3  | 18 | 33 | 1 | 4 | 100   | A        | 0.78                   | -0.38                     |
| A22 การรักษาสภาพแวดล้อม                     | 44         | 3  | 17 | 32 | 1 | 3 | 100   | A        | 0.79                   | -0.36                     |
| A23 การจัดเส้นทางเยี่ยมชม                   | 40         | 8  | 19 | 32 | 1 | 0 | 100   | A        | 0.73                   | -0.40                     |
| A24 สื่อประชาสัมพันธ์                       | 32         | 16 | 11 | 36 | 3 | 2 | 100   | O        | 0.72                   | -0.55                     |

หมายเหตุ: Q = Questionable, R = Reverse, A = Attractive, M = Must be, O = One dimensional, I = Indifferent

ที่มา: จากการคำนวณปี พ.ศ. 2555

ภาพที่ 25 กราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัด  
บุปผาราม (วัดสวนดอก)



ที่มา: จากการวิเคราะห์ปี พ.ศ. 2555

จากตารางที่ 9 และภาพที่ 25 การจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของวัดบุปผาราม แสดงให้เห็นว่า ผลลัพธ์ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวในส่วนของความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา องค์กรความรู้ และความงดงามทางศิลปวัฒนธรรมจัดอยู่ในกลุ่มของ One-dimensional และ Attractive ซึ่งมีความหมายว่า ความประทับใจในความงดงามของสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรมภายในวัด วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะความมีเอกลักษณ์ของวัด ส่วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม ส่วนคุณสมบัติด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดจัดอยู่ในกลุ่ม Attractive หมายความว่า การมีเจ้าหน้าที่นำชมจุดต่างๆ ภายในวัด การจัดกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา การจัดตั้งศูนย์ฝึกปฏิบัติธรรม จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเมื่อมาเยี่ยมชมวัด

ผลลัพธ์ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าการมีระบบสาธารณูปโภค สถานที่จอดรถ และห้องสุขาที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากขึ้น และจากการสำรวจยังพบว่า การมีร้านขายของและศูนย์บริการให้ข้อมูล ข่าวสาร เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เป็นอีกปัจจัยที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ สำหรับสภาพแวดล้อมโดยรอบของวัดบูรพารามส่วนใหญ่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มของ One-dimensional หมายความว่า หากวัดมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ร่มรื่น และสะอาดเรียบร้อย จะช่วยเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมวัดมากขึ้น สำหรับความสะดวกในการเดินทางและการมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นใกล้เคียงอยู่ในส่วนของ Attractive หมายความว่า หากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ มีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง และสามารถเชื่อมโยงไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นได้ง่าย จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการมาเที่ยวชมในระดับสูง

สำหรับผลลัพธ์ด้านการบริหารจัดการ พบว่า หากทางวัดมีการบริหารจัดการที่ดีและเป็นระบบ เช่น การมีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการ การจัดระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี การมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถรองรับภาษาต่างประเทศได้ และการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมภายในวัดควบคู่ไปกับการทำนุบำรุงโบราณสถานให้อยู่ในสภาพดี จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและพึงพอใจต่อการมาเที่ยวชมวัดมากขึ้น

## 5. ผลการศึกษาวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด)

### 5.1 ข้อมูลทั่วไปของวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด)

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของวัดโพธารามมหาวิหารจากเอกสาร หนังสือ สื่อ อิเล็กทรอนิกส์ และการสำรวจของนักวิจัย สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของวัดได้ดังนี้ (กองพุทธศาสนสถาน กรมการศาสนา, 2533; ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ วิทยาลัยครูเชียงใหม่, 2534; ศศิธร พลัตตเดช และคณะ, 2530; วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2555; จักรพงษ์ คำบุญเรือง, 2555 และเว็บไซต์ วัดเจ็ดยอด, 2555)



ภาพที่ 26 วิหารภายในวัดเจ็ดยอด

#### ประวัติวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด)

วัดโพธารามมหาวิหาร หรือวัดเจ็ดยอด เป็นวัดพระอารามหลวง ชั้นตรีชนิดสามัญ ตั้งอยู่ที่ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ถูกสถาปนาขึ้นในปี พ.ศ. 1998 โดยพระเจ้าติโลกราช กษัตริย์องค์ที่ 9 แห่งราชวงศ์เม็งราย ตามประเพณีและวัฒนธรรมของชาวพุทธที่เคารพนับถือต้นโพธิ์ เพราะเป็นที่ประทับของพระพุทธองค์ เมื่อครั้งตรัสรู้เป็นพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ชาวพุทธจึงถือว่าการเคารพกราบไหว้ต้นโพธิ์เป็นการถวายเป็นกุศลแก่พระพุทธองค์เช่นกัน ดังนั้นต้นมหาโพธิ์จึงถูกนำมาปลูกไว้ในบริเวณวัดทุกแห่ง ด้วยเหตุนี้เองพระองค์จึงให้ข้าราชการบริพาร ไปตัดกิ่งต้นโพธิ์จากวัดป่าแดงหลวง ซึ่งเป็นต้นโพธิ์ที่นำมาจากศรีลังกามาปลูกไว้ในวัดนี้ และตั้งชื่อวัดนี้ว่าวัด “โพธารามมหาวิหาร” ซึ่งมีความหมายว่าวัดต้นมหาโพธิ์ และได้นิมนต์พระอุทตมะปัญญามหาเถระ มาเป็นเจ้าอาวาสองค์แรก

วัดเจ็ดยอดเป็นอารามที่มีความสำคัญยิ่งทางพุทธศาสนา ด้วยเมื่อ พ.ศ. 2020 พระเจ้าติโลกราช โปรดให้จัดการประชุมพระเถระานุเถระทั่วทุกหัวเมืองในอาณาจักรล้านนา แล้วทรงคัดเลือกพระธรรมทิณเจ้าอาวาสวัดป่าตาล ผู้เจนจัดในพระบาลีเป็นประธานฝ่ายสงฆ์ และพระองค์ทรงรับเป็นประธานฝ่ายคฤหัสถ์ ทำการสังคายนาพระไตรปิฎกครั้งที่ 8 ของโลก ณ วัดมหาโพธารามปีหนึ่ง จึงสำเร็จเรียบร้อย การสังคายนาพระไตรปิฎกครั้งใหญ่เป็นลำดับที่ 8 ของโลก ณ วัดเจ็ดยอดนี้ ใช้เวลา 1 ปี จึงสำเร็จ

## การประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถาน

วัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) ได้รับการประกาศเป็นโบราณสถานสำหรับชาติ ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 52 ตอนที่ 0ง วันที่ 8 มีนาคม 2478 พร้อมกับวัดอีกหลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่

### โบราณวัตถุและโบราณสถานที่สำคัญภายในบริเวณวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด)

1. มหาวิหาร หมายถึง “วิหารหลวง” ซึ่งถือว่ามีค่ามาก เนื่องจากพระเจ้าติโลกราช เคยใช้เป็นสถานที่ประชุมปราชญ์แห่งล้านนาเฉพาะผู้แตกฉานในพระสูตร-พระวินัย และพระอภิธรรม ในการทำสังคายนาพระไตรปิฎกครั้งที่ 8 ของโลก ตัววิหารหลวงหลังเดิมได้รับการบูรณะบ่อยครั้งจากเจ้าผู้ครองเมืองเชียงใหม่หลายพระองค์ เพราะสร้างมานานและทรุดโทรมมาก จำเป็นต้องรื้อและสร้างใหม่ หลังที่เห็นอยู่ปัจจุบันถูกสร้างขึ้นใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2513

2. มหาเจดีย์ พระเจ้าติโลกราชได้สร้างมหาเจดีย์รูปสี่เหลี่ยมขึ้น โดยจำลองมาจากมหาเจดีย์พุทธคยา ประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นที่ที่พระพุทธองค์ได้ตรัสรู้เป็นพระสัมมาสัมพุทธเจ้า มหาเจดีย์ที่ว้านี้เป็นแบบสถาปัตยกรรมแปลกพิเศษไปจากแหล่งอื่น กล่าวคือชั้นล่างเป็นห้องโถง หลังคาเป็นยอดเจดีย์ 7 ยอด ซึ่งพระองค์ได้ส่งพระภิกษุคณะหนึ่งเดินทางไปพม่าเพื่อออกแบบรูปเจดีย์เหลี่ยมนี้และล้อมรอบไปด้วย สัตตมหาสถานเจดีย์ ซึ่งส่วนใหญ่จะพังทลายไปหมดแล้วคงมีปรากฏให้เห็นอยู่ไม่กี่แห่ง

สัตตมหาสถานทั้ง 7 แห่ง ได้แก่ โพธิบัลลังก์ อนิมิสเจดีย์ รัตนจงกรมเจดีย์ รัตนขจรเจดีย์ อชปาลนิโครธ สระน้ำมัจฉลินท์ มณฑปมัจฉลินท์ ราชายคนะ

3. เจดีย์บรรจุอัฐิพระเจ้าติโลกราช พระเจ้าติโลกราชทรงสวรรคตในปี พ.ศ.2030 พระเจ้ายอดเชียงราย ผู้เป็นพระราชนัดดา (หลาน) ได้โปรดสร้างสถูปขนาดใหญ่ บรรจุพระอัฐิของพระอัยกาธิราช (พระเจ้าติโลกราช) ไว้เพื่อเป็นอนุสรณ์แก่ชนรุ่นหลังให้ตระหนักและระลึกถึงพระองค์ท่านในฐานะเป็นผู้สถาปนาวัดเจ็ดยอดขึ้น

4. มณฑปที่ประดิษฐานพระพุทธรูปแก่นจันทน์ มณฑปนี้อยู่ทางด้านทิศตะวันออกของเจดีย์บรรจุอัฐิพระเจ้าติโลกราช โดยตั้งอยู่บนฐานอุโบสถซึ่งสร้างในสมัยพระเมืองแก้ว พ.ศ. ๒๐๕๔ เข้าใจว่ามณฑปหลังนี้คงเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปแก่นจันทน์ที่พระเมืองแก้วทรงโปรดให้อัญเชิญมาจากวัดบุปผารามใน พ.ศ. ๒๐๖๘ จากการขุดแต่งและบูรณะ พ.ศ. ๒๕๑๗ – ๒๕๒๐ พบว่า ในมณฑปนี้มีแท่นคล้ายเชิงตะกอนในการเผาศพบริเวณนี้จึงอาจเป็นที่ถวายพระ



เพลิงพระยอดเชียงราย ส่วนองค์พระอุโบสถเหลือเพียงฐานปัทม์ย่อเก็จมีใบเสมาหินแปดเหลี่ยม ล้อมอยู่บริเวณลานประทักษิณ ปัจจุบันบนฐานพระอุโบสถมีอาคารขนาดเล็กสร้างทับอยู่ด้านบน

5. **ซุ้มประตูโขง (หน้าวัดทางทิศตะวันออกของพระวิหาร)** ปัจจุบันเหลืออยู่เพียงประตูเดียว ทางด้านทิศตะวันออก ของวัดคงสภาพแต่เสาและกำแพงบางส่วนทั้งสองข้างของซุ้มประตูเท่านั้น มีลักษณะเหมือนซุ้มพระบนชั้นเรือนธาตุของเจดีย์บรรจุพระอัฐิพระเจ้าติโลกราช มีการย่อเก็จและประดับลวดลายปูนปั้นเป็นลวดลายบัวคอเสื้อและบัวเชิงบาตร ลายเครือเถา พันธุ์พฤกษา ลายปูนปั้นนี้คล้ายกับลายบัวคอเสื้อที่มณฑปประดิษฐานพระพุทธรูปแก่นจันทร์ ส่วนบนของซุ้มไม่ปรากฏคิดว่าน่าจะเชื่อมต่อเป็นวงโค้ง



ภาพที่ 4.27 ซุ้มประตูโขงหน้าวัดเจ็ดยอด

6. **เจดีย์กู่แก้ว** เป็นเจดีย์ทรงปราสาท พบเฉพาะส่วนฐานล่างสุดถึงเรือนธาตุเท่านั้น ฐานชั้นล่างสุดเป็นฐานเชิงสี่เหลี่ยมจัตุรัสเพิ่มมุมหนึ่งชั้น บริเวณตรงกลางก่อเป็นขอบค้ำยราวบันไดหรือเสา ชั้นถัดไปเป็นฐานเชิงย่อมุมลดหลั่นกันสามชั้นและคอดด้วยฐานปัทม์หนึ่งชั้น เหนือขึ้นไปเป็นเรือนธาตุเพิ่มมุม ด้านทิศตะวันออกเจาะซุ้มประดิษฐานพระพุทธรูป ส่วนด้านอื่น ๆ ก่อเสากรอบซุ้มเป็นซุ้มหลอก มีลานประทักษิณโคยรอบ ฐานชั้นล่างและยังพบแนวกำแพงวิหารด้านทิศตะวันออกของเจดีย์



ภาพที่ 4.28-1 พระเจดีย์เจ็ดยอดในบริเวณวัดเจดีย์ยอด



ภาพที่ 28-2 พระเจดีย์เจ็ดยอดในบริเวณวัดเจดีย์ยอด



ภาพที่ 29 พระพุทธรูปในพระเจดีย์เจ็ดยอด

## 5.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด)

ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเยี่ยมชมวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) จำนวน 100 คน พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวเพศชายร้อยละ 66 เพศหญิงร้อยละ 34 ซึ่งส่วนใหญ่ร้อยละ 35 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 49 มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านร้อยละ 30 มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาทำบุญร้อยละ 54 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 91 เดินทางมาเกี่ยวกับเพื่อน/ครอบครัว โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 54 เคยมาเที่ยววัดโพธารามมหาวิหารแล้วจำนวน 1-2 ครั้ง รายละเอียดข้อมูลของนักท่องเที่ยวแสดงได้ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมวัด โภธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด)

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|---------------------------|------------|--------------|
| <b>1. เพศ</b>             |            |              |
| ชาย                       | 66         | 66           |
| หญิง                      | 34         | 34           |
| <b>2. อายุ</b>            |            |              |
| ต่ำกว่า 20 ปี             | 22         | 22           |
| 21-30 ปี                  | 14         | 14           |
| 31-40 ปี                  | 35         | 35           |
| 41-50 ปี                  | 8          | 8            |
| 51-60 ปี                  | 18         | 18           |
| 61 ปีขึ้นไป               | 3          | 3            |
| <b>3. ระดับการศึกษา</b>   |            |              |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี          | 49         | 49           |
| ปริญญาตรี                 | 45         | 45           |
| สูงกว่าปริญญาตรี          | 6          | 6            |
| <b>4. อาชีพหลัก</b>       |            |              |
| นักเรียน/นักศึกษา         | 20         | 20           |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ     | 16         | 16           |
| พนักงานบริษัท             | 22         | 22           |
| เจ้าของธุรกิจ             | 11         | 11           |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน           | 30         | 30           |
| อื่นๆ                     | 1          | 1            |
| <b>รวม</b>                | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

ตารางที่ 10 (ต่อ)

| ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม                    | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| <b>5. วัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว</b> |            |              |
| เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ                          | 25         | 25           |
| เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน                  | 2          | 2            |
| เพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น            | 19         | 19           |
| เพื่อปฏิบัติธรรม/ฝึกสมาธิ                    | -          | -            |
| เพื่อทำบุญ                                   | 54         | 54           |
| อื่นๆ  | -          | -            |
| <b>6. รูปแบบการท่องเที่ยววัด</b>             |            |              |
| เดินทางมาคนเดียว                             | 9          | 9            |
| เดินทางมากับเพื่อน/ครอบครัว                  | 91         | 91           |
| เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว                   | -          | -            |
| <b>7. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยววัด</b>       |            |              |
| มาเป็นครั้งแรก                               | 28         | 28           |
| เคยมา 1-2 ครั้ง                              | 54         | 54           |
| เคยมา 3-4 ครั้ง                              | 10         | 10           |
| เคยมา 5 ครั้งขึ้นไป                          | 8          | 8            |
| <b>รวม</b>                                   | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555

#### 4.5.3 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดโพธารามมหาวิทยาลัย (วัดเจ็ดยอด) ตามแบบจำลองคาโน

ผลจากการจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยววัดโพธารามมหาวิทยาลัย โดยพิจารณาจากค่าความถี่ของผลลัพธ์ที่มีค่ามากที่สุดในแต่ละสัณฐานภาพ พบว่า แรงดึงดูดส่วนใหญ่ถูกจัดเป็น Attractive หมายความว่า แรงดึงดูดดังกล่าวมีเสน่ห์ดึงดูดและจูงใจให้นักท่องเที่ยว

ต้องการเดินทางเที่ยวชมวัด รองลงมาคือ One-dimensional หมายความว่า แรงดึงดูดเหล่านี้มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมวัด ซึ่งผลการประเมินค่าความถี่และค่าสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวของวัดโพธารามมหาวิทยาลัยตามแบบจำลองคาโนแสดงได้ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ผลการประเมินค่าความถี่และสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดโพธารามมหาวิทยาลัย (วัดเจ็ดยอด)

| Attributes  | Percentage |   |    |    |    |   | Total | Classify | Satisfy Coefficient | Dissatisfy Coefficient |
|---|------------|---|----|----|----|---|-------|----------|---------------------|------------------------|
|   | A          | M | I  | O  | Q  | R |       |          |                     |                        |
| <b>ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว</b>        |            |   |    |    |    |   |       |          |                     |                        |
| <b>1. ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรม</b> |            |   |    |    |    |   |       |          |                     |                        |
| A1 สถาปัตยกรรม  | 34         | 3 | 14 | 43 | 5  | 1 | 100   | O        | 0.82                | -0.49                  |
| A2 ความมีเอกลักษณ์                                      | 35         | 5 | 16 | 22 | 21 | 1 | 100   | A        | 0.73                | -0.35                  |
| A3 การเรียนรู้วัฒนธรรม                                  | 27         | 6 | 10 | 46 | 11 | 0 | 100   | O        | 0.82                | -0.58                  |
| <b>2. ความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>           |            |   |    |    |    |   |       |          |                     |                        |
| A4 เจ้าหน้าที่นำชมจุดต่างๆ                              | 24         | 5 | 35 | 29 | 5  | 2 | 100   | I        | 0.57                | -0.37                  |
| A5 กิจกรรมทางพุทธศาสนา                                  | 35         | 8 | 27 | 21 | 7  | 2 | 100   | A        | 0.62                | -0.32                  |
| A6 กิจกรรมพิเศษ   | 32         | 6 | 24 | 33 | 4  | 1 | 100   | O        | 0.68                | -0.41                  |
| A7 ศูนย์เรียนรู้หลักธรรม                                | 41         | 4 | 24 | 28 | 3  | 0 | 100   | A        | 0.71                | -0.33                  |
| A8 ศูนย์ปฏิบัติธรรม                                     | 40         | 2 | 22 | 33 | 2  | 1 | 100   | A        | 0.75                | -0.36                  |

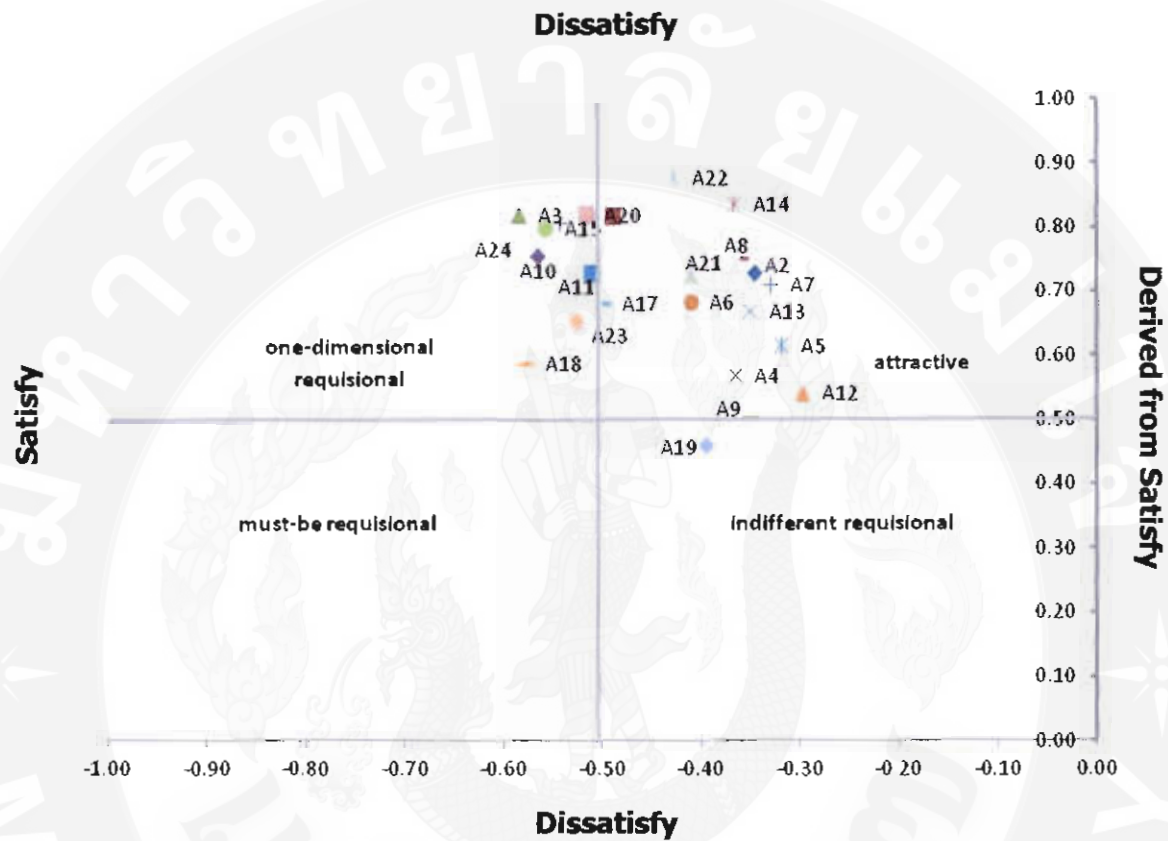
## ตารางที่ 11 (ต่อ)

| Attributes                                     | Percentage |    |    |    |   |   | Total | Classify | Satisfy<br>Coefficient | Dissatisfy<br>Coefficient |
|--|------------|----|----|----|---|---|-------|----------|------------------------|---------------------------|
|  | A          | M  | I  | O  | Q | R |       |          |                        |                           |
| <b>ด้านทัศนคติในการรองรับด้านการท่องเที่ยว</b> |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| <b>1. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน</b>            |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| A9 ระบบสาธารณูปโภค                             | 27         | 12 | 36 | 22 | 1 | 2 | 100   | I        | 0.51                   | -0.35                     |
| A10 สถานที่จอดรถ                               | 32         | 13 | 11 | 43 | 1 | 0 | 100   | O        | 0.76                   | -0.57                     |
| A11 ห้องสุขา                                   | 30         | 9  | 17 | 40 | 3 | 1 | 100   | O        | 0.73                   | -0.51                     |
| A12 ร้านขายของ                                 | 27         | 4  | 39 | 24 | 5 | 1 | 100   | I        | 0.54                   | -0.30                     |
| A13 ศูนย์ให้ข้อมูล                             | 40         | 10 | 21 | 23 | 4 | 2 | 100   | A        | 0.67                   | -0.35                     |
| <b>2. สภาพแวดล้อม</b>                          |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| A14 การเดินทาง                                 | 48         | 2  | 14 | 34 | 2 | 0 | 100   | A        | 0.84                   | -0.37                     |
| A15 ความสงบร่มรื่น                             | 31         | 8  | 11 | 45 | 4 | 1 | 100   | O        | 0.80                   | -0.56                     |
| A16 ความสะอาด                                  | 32         | 7  | 11 | 44 | 5 | 1 | 100   | O        | 0.81                   | -0.54                     |
| A17 ทัศนียภาพ                                  | 23         | 8  | 18 | 33 | 9 | 9 | 100   | O        | 0.68                   | -0.50                     |
| A18 แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง                   | 22         | 21 | 16 | 31 | 8 | 2 | 100   | O        | 0.59                   | -0.58                     |
| <b>ด้านการบริหารจัดการ</b>                     |            |    |    |    |   |   |       |          |                        |                           |
| A19 มีบุคลากรเพียงพอ                           | 20         | 14 | 35 | 22 | 7 | 2 | 100   | I        | 0.46                   | -0.40                     |
| A20 ความปลอดภัย                                | 32         | 5  | 11 | 41 | 4 | 7 | 100   | O        | 0.82                   | -0.52                     |
| A21 การอนุรักษ์โบราณสถาน                       | 37         | 7  | 19 | 32 | 1 | 4 | 100   | A        | 0.73                   | -0.41                     |
| A22 การรักษาสภาพแวดล้อม                        | 45         | 4  | 7  | 35 | 3 | 6 | 100   | A        | 0.88                   | -0.43                     |
| A23 การจัดเส้นทางเยี่ยมชม                      | 21         | 9  | 23 | 40 | 5 | 2 | 100   | O        | 0.66                   | -0.53                     |
| A24 สื่อประชาสัมพันธ์                          | 25         | 14 | 8  | 47 | 5 | 1 | 100   | O        | 0.77                   | -0.65                     |

หมายเหตุ: Q = Questionable, R = Reverse, A = Attractive, M = Must be, O = One dimensional, I = Indifferent

ที่มา: จากการคำนวณปี พ.ศ. 2555

ภาพที่ 30 กราฟแสดงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดโพธารามมหาวิทยาลัย (วัดเจ็ดยอด)



ที่มา: จากการวิเคราะห์ปี พ.ศ. 2555

จากตารางที่ 11 และภาพที่ 30 การจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของวัดโพธารามมหาวิทยาลัย แสดงให้เห็นว่า ผลลัพธ์ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดจัดอยู่ในกลุ่มของ Attractive และ One-dimensional ซึ่งมีความหมายว่า ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา องค์ความรู้ ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ทั้งจิตรกรรมฝาผนัง ประติมากรรม และสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยากมาเยี่ยมชมวัด ส่วนการมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการนำเที่ยวชมตามจุดต่างๆ ของวัดจัดอยู่ในกลุ่ม Indifferent นั้น แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะนี้มากนัก ทางวัดจึงไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญ แต่ควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษทางพระพุทธศาสนา การจัดตั้งศูนย์ให้ความรู้ และศูนย์ปฏิบัติธรรม เป็นต้น เพื่อเพิ่มสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวหันมาเที่ยวชมวัดมากขึ้น



ผลลัพธ์ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและสภาพแวดล้อมโดยรอบส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่ม One-dimensional มีความหมายว่า หากทางวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น สถานที่จอดรถและห้องสุขาเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น จัคใจให้ทัศนียภาพภายในวัดมีความสวยงาม สะอาด ร่มรื่น จะทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการมาเที่ยวชมวัด และถ้าวัดสามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นใกล้เคียง จะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาเยี่ยมชมวัดมากขึ้น

สำหรับผลลัพธ์ด้านการบริหารจัดการอยู่ในส่วนของ Attractive และ One-dimensional ซึ่งได้รับความสำคัญไม่ต่างกันมากนัก กล่าวคือ หากทางวัดมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในวัดและโบราณสถานให้อยู่ในสภาพดี รักษาความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดี จะช่วยดึงดูดใจและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการมาเที่ยวชมได้

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภท โบราณสถาน ภูมิศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อพระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร วัดพระสิงห์วรวิหาร วัดบุปผาราม (วัดสวนดอก) และวัดโพธารามมหาวิหาร (วัดเจ็ดยอด) ซึ่งเป็นพระอารามหลวงที่มีความสำคัญต่อจังหวัดเชียงใหม่ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและสะท้อนถึงอารยธรรมล้านนาได้อย่างชัดเจน โดยประยุกต์ใช้วิธีการของแบบจำลองคาโน ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติต่างๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวควรมี เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากขึ้นเมื่อมาเยี่ยมชมสถานที่นั้นๆ การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาใน 3 สักยภาพด้วยกัน คือ สักยภาพในการดึงดูดใจ ด้านการท่องเที่ยว สักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการของพระอารามหลวง

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดให้สักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของวัดทั้ง 5 วัด ให้อยู่ในกลุ่ม One-dimensional และ Attractive แสดงให้เห็นว่า ความประทับใจในความงดงามของสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรมภายในวัด วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะความมีเอกลักษณ์ของวัด ล้วนเป็นสิ่งจูงใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม ซึ่งนอกจากความมีเอกลักษณ์และความสวยงามของวัดแล้ว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่จะสร้างให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเมื่อมาเยี่ยมชมได้ อีกด้วย เช่น การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้และศูนย์ปฏิบัติการมรดกอายุให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจในพระพุทธศาสนา

ด้านสักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวก็เป็นคุณสมบัติหนึ่งที่แหล่งท่องเที่ยวควรมี เพราะถ้าสถานที่นั้นๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่พอเพียงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

เช่น สถานที่จอดรถ ห้องสุขา และศูนย์ให้ข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น รวมไปถึงสภาพแวดล้อมภายในวัดที่สะอาด สวยงาม ร่มรื่น และสามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก สามารถเชื่อมโยงไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นได้ง่าย ย่อมเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวชมและเกิดความประทับใจมากขึ้น

สำหรับผลลัพธ์ด้านการบริหารจัดการอยู่ในส่วนของ Attractive และ One-dimensional ซึ่งได้รับความสำคัญไม่ต่างกันมากนัก กล่าวคือ หากทางวัดมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมภายในวัด และโบราณสถานให้อยู่ในสภาพดี เป็นระเบียบเรียบร้อย มีความปลอดภัย และมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงได้ง่ายสามารถรองรับได้หลายภาษา จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการมาเที่ยวชมได้เช่นกัน

#### ข้อจำกัดของการศึกษา

เนื่องจากลักษณะคำถามในแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูล มีการสอบถามในหลายส่วนทั้งคำถามเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งต้องใช้เวลานานในการทำความเข้าใจเพื่อตอบแบบสอบถาม อาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสน เบื่อหน่าย และทำการตอบแบบสอบถามอย่างเร่งรีบหรือไม่ทำความเข้าใจในคำถามอย่างแท้จริง จึงทำให้ข้อมูลที่ได้มีความเอนเอียงอยู่บ้าง ดังนั้น ในครั้งต่อไปควรเลือกถามเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีเวลาตอบแบบสอบถาม และเนื้อหาหรือคำถามที่ใช้ควรมีใจความที่กระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่าย

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า วัดทั้ง 5 วัด มีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และความงดงามของวัดทั้งทางด้านศิลปกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ที่สะท้อนถึงอารยธรรมล้านนาได้เป็นอย่างดี ฉะนั้น เพื่อการอนุรักษ์โบราณสถานเหล่านี้ให้คงอยู่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อลูกหลานในอนาคตสืบไป ทางภาครัฐทั้งหน่วยงานที่มาจากส่วนกลางและท้องถิ่น หน่วยงานเอกชน และประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ควรร่วมมือและช่วยกันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง มีการพัฒนาและปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความทันสมัย เข้าถึงได้ง่าย และรองรับภาษาต่างประเทศ การจัด

กิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ เช่น การจัดเส้นทางแนะนำการท่องเที่ยวตามรอยอารยธรรมล้านนาเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ หรือจังหวัดใกล้เคียง การจัดกิจกรรมพิเศษในวัดสำคัญทางพระพุทธศาสนา การจัดตั้งศูนย์ให้ความรู้และศูนย์ปฏิบัติธรรม เป็นต้น เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดมากขึ้น

นอกจากนี้ เรื่องความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ควรมองข้าม เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและมั่นใจในการมาเที่ยววัดมากขึ้น



## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2547). คู่มือการปฏิบัติงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา: กรุงเทพฯ.
- กฤษฎา ขุ่ยอาภย์. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา บ้านหลวงเหนือ ตำบลหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่.
- กองทัพศาสนาสถาน กรมการศาสนา. (2533). ประวัติวัดทั่วราชอาณาจักร. พิมพ์ครั้งที่ 1 : กรุงเทพฯ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. จาก <http://thai.tourismthailand.org/home> [17 สิงหาคม 2555].
- จิรวรรณ กาวิละ. 2544. ทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา หมู่บ้านวัวลาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่.
- ฉัปกัญญ์ สุวรรณาลัย. 2551. สภาพและปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในเขตเทศบาลเมืองแพร่ ตำบลในเวียง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น: ขอนแก่น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 1. ศูนย์วิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: กรุงเทพฯ.
- บุษบา สิทธิการ. 2541. การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางกายภาพและปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแหล่งท่องเที่ยววัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่.
- ประกอบศิริ กักดีพินิจ. 2545. ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนริมกว๊านพะเยา: กรณีศึกษาชุมชนบ้านร่องไฮ ตำบลแม่ใส อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่.
- พรณวดี อภิศุกะโชค. 2549. การปรับปรุงคุณภาพงานบริการของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาโดยการบูรณาการ LibQUAL<sup>TM</sup> และแบบจำลองของคาน (Kano's Model) ไปยัง QFD. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพฯ.
- พระมหาบุญพิเชษฐ์ จันทร์เมือง. 2553. การจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอก ในเกาะรัตนโกสินทร์. บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ: กรุงเทพฯ.

พลอยศรี โปราณานนท์. 2544. การท่องเที่ยวเบื้องต้น. มิ่งเมือง: เชียงใหม่.

รัชณี เจริญ และคณะ. การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม  
เกลือแร่ โดยใช้เทคนิคคาโน. ภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: กรุงเทพฯ.

วันสาด ศรีสุวรรณ. 2553. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน  
ลุ่มน้ำตาปี. บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสารคาม: มหาสารคาม.

วาลิกา แสนคำ. 2545. การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง  
จังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. จาก <http://th.wikipedia.org> [20 ตุลาคม 2555].

เว็บไซต์ธรรมะไทย. วัดพระธาตุดอยสุเทพ. จาก  
<http://www.dhammathai.org/watthai/north/watphrathatdoisuthep.php> [10 ตุลาคม  
2555].

เว็บไซต์วัดเจ็ดยอด. จาก <http://xn--82cxb3e0a0c1a0lzc.com/index.php> [20 ตุลาคม 2555].

เว็บไซต์วัดสวนดอก. จาก <http://www.watsuandok.org/> [10 ตุลาคม 2555].

ศศิธร พลัดเดช และคณะ. 2530. แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปะและวัฒนธรรม คือวัดสำคัญ  
ในเชียงใหม่. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่.

ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ วิทยาลัยครูเชียงใหม่. (2534). วัดสำคัญของนครเชียงใหม่.  
วิทยาลัย: เชียงใหม่.

อาร์วายทีไนน์: ข่าวเศรษฐกิจ. 2554. สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2548-  
2553. จาก

Ankur Chaudha, Rajeev Jain, A. R. Singh and P. K. Mishra. 2011. **Integration of Kano's Model  
into quality function deployment (QFD)**. The International Journal of Advance  
Manufacturing Technology Volume 53, Number 5-8: 689-698.

Jared M. Spool. 2011. **Understanding the Kano Model - A Tool for Sophisticated Designers**.  
Available from: [http://www.ue.com/articles/kano\\_model/](http://www.ue.com/articles/kano_model/) [30 July 2011].

**Kano Model**. 2011. Available from: [http://en.wikipedia.org/wiki/Kano\\_model](http://en.wikipedia.org/wiki/Kano_model) [30 July 2011].

Xu, Q. L., R. J. Jiao, X. Yang, M.G.Helander, H.M. Khaid and o. Anders. 2007. **Customer  
requirement analysis based on and analytical Kano Model**. Proceeding of the 2007  
IEEE IEEM. pp. 1287-1291.



ภาคผนวก

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภท

โบราณสถาน: กรณีศึกษาพระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง: โปรดกรอกข้อมูลของท่านตามความคิดเห็นและความเป็นจริง โดยทำเครื่องหมาย

✓ ลงใน 

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. อายุ

 ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพหลัก

 นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เจ้าของธุรกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดในครั้งนี้

 พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ศึกษาวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ปฏิบัติธรรม/ฝึกสมาธิ ทำบุญ อื่นๆ โปรดระบุ.....



## 6. รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยววัดในครั้งนี้

- เที่ยวคนเดียว       เกี่ยวกับเพื่อน/ครอบครัว       บริษัทนำเที่ยว

## 7. จำนวนครั้งที่ท่านมาท่องเที่ยววัดนี้ (ไม่นับรวมครั้งนี้)

- มาครั้งแรก       เคยมาแล้ว จำนวนครั้งที่เคยมา.....ครั้ง

## ตอนที่ 2: ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของวัดในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว

|   | คำถามที่มีทัศนคติเชิงบวก  | คำถามที่มีทัศนคติเชิงลบ   |
|---|---|---|
| <b>ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจ</b>   |   |   |
| <b>1. ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ และความงามทางศิลปวัฒนธรรม</b>   |   |   |
| 1.1 ความประทับใจในความงามของสถาปัตยกรรม จิตรกรรมและประติมากรรมภายในวัด  | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าสถาปัตยกรรม จิตรกรรมและประติมากรรมภายในวัดได้รับการทำนุบำรุงให้คงสภาพสมบูรณ์สวยงาม</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p> | <p>◆ ถ้าสถาปัตยกรรม จิตรกรรมและประติมากรรมภายในวัดมีความชำรุดทรุดโทรม ไม่ได้มีการทำนุบำรุงท่านจะรู้สึกอย่างไร</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p> |
| 1.2 ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ของศิลปะต่างๆ เช่น พระพุทธรูป จิตรกรรมฝาผนัง ประติมากรรม และสถาปัตยกรรม | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าศิลปะต่างๆภายในวัดมีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p>                                      | <p>◆ ถ้าศิลปะต่างๆภายในวัดไม่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ท่านรู้สึกอย่างไร</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p>                                     |

|   | คำถามที่มีทัศนคติเชิงบวก   | คำถามที่มีทัศนคติเชิงลบ  |
|---|--|--|
| 1.3 การเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นมากขึ้นผ่านทางศิลปกรรมภายในวัด  | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าศิลปกรรมต่างๆ ภายในวัดสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน/ท้องถิ่น/ชาติ</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมัติได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p>   | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าศิลปกรรมต่างๆ ภายในวัด <u>ไม่ได้</u>สะท้อนถึงวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน/ท้องถิ่น/ชาติ</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมัติได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p>  |
| <b>2. ความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>   |  |  |
| 2.1 การนำชมจุดต่างๆ ภายในวัด เช่น โบสถ์ เจดีย์ พิพิธภัณฑฯ ฯลฯ   | <p>◆ ถ้าท่านเข้าเยี่ยมชมวัดแล้วมีเจ้าหน้าที่ทางวัดนำท่านชมจุดต่างๆ ภายในวัด พร้อมทั้งให้ข้อมูลประวัติความเป็นมา ความสำคัญของศิลปกรรมต่างๆ ภายในวัด ท่านจะรู้สึกอย่างไร</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมัติได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p> | <p>◆ ถ้าท่านเข้าเยี่ยมชมวัดแล้ว <u>ไม่มี</u> เจ้าหน้าที่ทางวัดนำท่านชมจุดต่างๆ ภายในวัด พร้อมทั้งให้ข้อมูลประวัติความเป็นมา ความสำคัญของศิลปกรรมต่างๆ ภายในวัด ท่านจะรู้สึกอย่างไร</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมัติได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p> |
| 2.2 กิจกรรมต่างๆ ทางพระพุทธศาสนา เช่น การถวายสังฆทาน การปล่อยนกปล่อยปลา การร่วมบริจาคเพื่อสมทบทุนในกิจกรรมต่างๆ ของวัด (การสร้างวิหาร ปูกระเบื้อง ซ่อมแซมอาคาร การศึกษาของพระสงฆ์ สามเณร ฯลฯ) | <p>◆ ถ้าท่านเข้าเยี่ยมชมวัดแล้วได้มีโอกาสร่วมทำบุญกิจกรรมต่างๆ ทางพระพุทธศาสนาที่ทางวัดจัดไว้ เช่น การถวายสังฆทาน การปล่อยนกปล่อยปลา หรือการร่วมบริจาคเพื่อสมทบทุนในกิจกรรมต่างๆ ของวัด ท่านจะรู้สึกอย่างไร</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p>   | <p>◆ ถ้าท่านเข้าเยี่ยมชมวัดแล้วพบว่าทางวัด <u>ไม่มี</u> การจัดกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาที่ท่านสามารถร่วมทำบุญได้ เช่น การถวายสังฆทาน การปล่อยนกปล่อยปลา หรือการร่วมบริจาคเพื่อสมทบทุนในกิจกรรมต่างๆ ของวัด ท่านจะรู้สึกอย่างไร</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p>   |

|  | คำถามที่มีทัศนคติเชิงบวก   | คำถามที่มีทัศนคติเชิงลบ  |
|--|--|--|
|  | <input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ  | <input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ  |
| 2.3 กิจกรรมที่จัดขึ้นในโอกาสพิเศษ/วันสำคัญทางศาสนา/งานบุญกุศลประจำปี เช่น การสะเดาะเคราะห์สี่บชะตาดำเมือง ดักบาตรในวันขึ้นปีใหม่ การฟังเทศน์ในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา การปล่อยโคมลอย ฯลฯ | <p>◆ ถ้าทางวัดได้มีการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ/วันสำคัญทางศาสนา/งานบุญกุศลประจำปี เช่น งานวัด การสะเดาะเคราะห์สี่บชะตาดำเมือง ดักบาตรในวันขึ้นปีใหม่ การฟังเทศน์ในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ฯลฯ ท่านจะรู้สึกอย่างไร</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ | <p>◆ ถ้าทางวัดไม่มีการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ/วันสำคัญทางศาสนา/งานบุญกุศลประจำปี เช่น งานวัด การสะเดาะเคราะห์สี่บชะตาดำเมือง ดักบาตรในวันขึ้นปีใหม่ การฟังเทศน์ในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ฯลฯ ท่านจะรู้สึกอย่างไร</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ |
| 2.4 การเรียนรู้หลักธรรมคำสอน   | <p>◆ ท่านจะรู้สึกอย่างไรถ้าทางวัดมีศูนย์เรียนรู้หลักธรรม เช่น ห้องสมุดธรรมะ</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ   | <p>◆ ถ้าทางวัดไม่มีศูนย์เรียนรู้หลักธรรม เช่น ห้องสมุดธรรมะ ท่านจะรู้สึกอย่างไร</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ   |
| 2.5 การปฏิบัติธรรมและฝึกสมาธิ  | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าทางวัดมีศูนย์วิปัสสนากรรมฐานเพื่อให้ท่านได้ปฏิบัติธรรมฝึกสมาธิ ฯลฯ</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ   | <p>◆ ถ้าทางวัดไม่มีศูนย์วิปัสสนากรรมฐานเพื่อให้ท่านได้ปฏิบัติธรรมฝึกสมาธิ ท่านจะรู้สึกอย่างไร</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ   |

|   | คำถามที่มีทัศนคติเชิงบวก   | คำถามที่มีทัศนคติเชิงลบ   |
|---|--|---|
| <b>ด้านศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยว</b>                                    |  |   |
| <b>1. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยว</b>                       |  |   |
| 1.1 ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา                                       | <p>♦ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าวัดมีระบบสาธารณูปโภคที่เพียงพอต่อความต้องการของท่าน</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p> | <p>♦ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าระบบสาธารณูปโภคภายในวัดไม่เพียงพอต่อความต้องการของท่าน</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p> |
| 1.2 สถานที่จอดรถ  | <p>♦ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าวัดมีสถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอกับนักท่องเที่ยว</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p>   | <p>♦ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าสถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอกับนักท่องเที่ยว</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p>               |
| 1.3 ห้องสุขา  | <p>♦ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าวัดมีจำนวนห้องสุขาเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p>      | <p>♦ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าวัดมีจำนวนห้องสุขาไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ</p> <p><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ</p>      |
| 1.4 ร้านขายของ เช่น ร้านดอกไม้รูปเทียนสักการะของทางวัด ร้านขายสังฆทาน เป็นต้น | <p>♦ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าทางวัดมีร้านขายดอกไม้รูปเทียนสักการะ/ร้านขายสังฆทานของทางวัด</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p>   | <p>♦ ท่านรู้สึกอย่างไรถ้าทางวัดไม่มีร้านขายดอกไม้รูปเทียนสักการะ/ร้านขายสังฆทานของทางวัด</p> <p><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ</p> <p><input type="checkbox"/> มันเป็นเรื่องที่วัดต้องมี</p>   |

|                                 | คำถามที่มีทัศนคติเชิงบวก  | คำถามที่มีทัศนคติเชิงลบ   |
|---------------------------------|---|---|
|                                 | <input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุรักษ์ได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ  | <input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุรักษ์ได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ  |
| 1.5 ศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว | ♦ ถ้าทางวัดมีศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว ท่านจะรู้สึกอย่างไร<br><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุรักษ์ได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ | ♦ ถ้าทางวัดไม่มีศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว ท่านจะรู้สึกอย่างไร<br><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุรักษ์ได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ  |
| <b>2. สภาพแวดล้อม</b>           |   |   |
| 2.1 ความสะดวกในการเดินทาง       | ♦ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าการเดินทางมาวัดมีความสะดวก<br><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุรักษ์ได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ            | ♦ ถ้าท่านไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางมาวัด ท่านจะรู้สึกอย่างไร<br><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุรักษ์ได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ |
| 2.2 ความสงบร่มรื่น              | ♦ ถ้าภายในวัดมีความสงบร่มรื่น ท่านจะรู้สึกอย่างไร<br><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุรักษ์ได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ            | ♦ ถ้าภายในวัดไม่มีความสงบร่มรื่น ท่านจะรู้สึกอย่างไร<br><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุรักษ์ได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ             |
| 2.3 ความสะอาดของสถานที่         | ♦ ถ้าภายในวัดสะอาด ท่านจะรู้สึกอย่างไร<br><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ  | ♦ ถ้าภายในวัดสกปรก ท่านจะรู้สึกอย่างไร<br><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ  |

|   | คำถามที่มีทัศนคติเชิงบวก  | คำถามที่มีทัศนคติเชิงลบ  |
|---|---|--|
|   | <input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ  | <input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ   |
| 2.4 ทัศนียภาพ   | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าทัศนียภาพโดยรอบวัดมีความสวยงาม</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ   | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าทัศนียภาพโดยรอบวัดไม่มีความสวยงาม</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ   |
| 2.5 แหล่งท่องเที่ยวชุมชน/แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่ใกล้เคียง | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชน/แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่ใกล้เคียง</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ                   | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดไม่มีแหล่งท่องเที่ยวชุมชน/แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่ใกล้เคียง</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ                   |
| <b>ด้านการบริหารจัดการ</b>  |   |  |
| 1. จำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ                               | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดมีบุคลากรที่มีความรู้เรื่อง วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดไม่มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่อง วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ |
| 2. ระบบรักษาความปลอดภัย   | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดมีความพร้อมในการรักษาความปลอดภัยเมื่อวัดมีการจัดงานต่างๆ</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี   | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดไม่มีความพร้อมในการรักษาความปลอดภัยเมื่อวัดมีการจัดงานต่างๆ</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี   |

|   | คำถามที่มีทัศนคติเชิงบวก   | คำถามที่มีทัศนคติเชิงลบ   |
|---|--|---|
|   | <input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ  | <input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ   |
| 3. การอนุรักษ์โบราณสถาน   | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการอนุรักษ์โบราณสถานภายในวัด</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ   | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดไม่มีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการอนุรักษ์โบราณสถานภายในวัด</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ   |
| 4. การดูแลรักษาสภาพแวดล้อม เช่น การรักษาความสะอาด   | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดมีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวรักษาความสะอาด ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (การรีไซเคิลขยะ การปลูกต้นไม้)</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ                | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดไม่มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวรักษาความสะอาด ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (การรีไซเคิลขยะ การปลูกต้นไม้)</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ                |
| 5. การจัดเส้นทางเยี่ยมชมจุดต่างๆภายในวัดและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ฯลฯ | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดมีการจัดการเส้นทางเยี่ยมชมจุดต่างๆภายในวัด และมีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดไม่มีการจัดการเส้นทางเยี่ยมชมจุดต่างๆภายในวัด และมีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว</p> <input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พออนุมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ |
| 6. สื่อประชาสัมพันธ์ที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ  | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดมีสื่อในการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ แผ่นป้ายให้ความรู้ ทั้งภาษาไทยและ</p>  | <p>◆ ท่านรู้สึกอย่างไร ถ้าวัดมีสื่อในการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ แผ่นป้ายให้ความรู้ เฉพาะที่เป็น</p>   |

|  | คำถามที่มีทัศนคติเชิงบวก   | คำถามที่มีทัศนคติเชิงลบ   |
|--|--|---|
|  | <b>ภาษาต่างประเทศ</b><br><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พอยอมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ | <b>ภาษาไทย</b><br><input type="checkbox"/> รู้สึกชอบ/พอใจ<br><input type="checkbox"/> มันเป็นสิ่งที่วัดต้องมี<br><input type="checkbox"/> รู้สึกเฉยๆ<br><input type="checkbox"/> ก็พอยอมรับได้<br><input type="checkbox"/> รู้สึกไม่ชอบ/ไม่พอใจ |

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....