

ชื่อเรื่อง วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม : การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่สากล
ผู้วิจัย นางสาวพัชรี ลิธิฐฎา
กรรมการควบคุม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงคุณ จันทจร และดร. พระครูวินัยธรรมานพ ปาละพันธ์
ปริญญา ปริญญา สาขาวิชา วัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2555

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม : การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่สากล” นี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเป็นมา สภาพปัจจุบัน และปัญหาของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่สากล และเพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่สากล ของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 105 คน ประกอบด้วยกลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มบุคคลทั่วไป เครื่องมือที่ใช้วิจัย คือแบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต แบบสนทนากลุ่ม และแบบบันทึกการประชุมปฏิบัติการ วิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย ตรวจสอบผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบสามเส้า และนำเสนอผลการศึกษาโดยวิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามเป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ได้รับยกย่องเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย เพราะเป็นศาสนสถานที่ทรงคุณค่าทั้งทางด้านพุทธศิลป์ วิจิตรศิลป์ สถาปัตยกรรม และเป็นแหล่งรวมของภูมิปัญญาและศาสตร์ต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2554 องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) ประกาศขึ้นทะเบียนจารึกวัดโพธิ์ 1,440 ชิ้น เป็นมรดกความทรงจำแห่งโลกในทะเบียนนานาชาติ (International Register)

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่สากลของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ด้านการดึงดูดใจ การท่องเที่ยว วัดโพธิ์เป็นมรดกโลกมีองค์ความรู้ที่เป็นสากล เป็นแหล่งองค์ความรู้ที่หลากหลายทั้งด้านการแพทย์แผนไทย สถาปัตยกรรม พุทธศิลป์ วรรณศิลป์ ปรัชญา ประวัติศาสตร์ที่สมบูรณ์แบบที่สุด แต่มีการใช้องค์ความรู้เฉพาะทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ และการนวดแผนไทยเท่านั้น ด้านการรองรับการท่องเที่ยว สามารถรองรับได้วันละ 5,000-10,000 คนจากทั่วโลก การมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากทำให้ขาดความสะดวกหลายเรื่อง คือ การจราจรแออัด ที่จอดรถไม่เพียงพอ สุขาไม่สะอาด การปฐมพยาบาล การดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว น้ำดื่ม และถังขยะไม่เพียงพอ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีฝ่ายสงฆ์ที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน และมีคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในวัด ซึ่งเป็นการจัดการกันเอง ไม่มีหน่วยงานภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมจึงเกิดปัญหาในระบบต่าง ๆ คือ ระบบสาธารณูปโภค การประชาสัมพันธ์ และการประสานงาน การบริหารทรัพยากรและการเงิน การจัดการสัตว์เลี้ยงและสัตว์เร่ร่อนในเขตท่องเที่ยวของวัด ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพียง 8 คน ทำให้ขาดประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงและยังไม่มีความเป็นสากล

รูปแบบการพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่สากล ของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม คือ มีเป้าประสงค์มุ่งพัฒนาวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในระดับสากล โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนา 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนา ศักยภาพการดึงดูดใจ การท่องเที่ยว โดยกำหนดกลยุทธ์คือ พัฒนาองค์ความรู้และปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมให้น่าสนใจ สร้าง ศักยภาพ และมาตรฐานด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล แนวดำเนินการเช่น จัดการความรู้ใน

ลักษณะ Knowledge Marketing ขยายองค์ความรู้ที่มีอยู่ให้ปรากฏโดดเด่นทุกสาขา 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยว โดยมีกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว แนวดำเนินการเช่น ประสานกับกลุ่มทัวร์เรื่องวันเวลาที่นักท่องเที่ยวจะเข้าชม เพื่อวางแผนการจัดการที่จอดรถ และการบริการด้านอื่น ๆ จัดการจราจรให้มีการไหลเวียน จัดพนักงานต้อนรับที่สามารถสื่อสารได้หลายภาษา ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยพัฒนา จัดการระบบสาธารณสุขปโภค ระบบทรัพยากร และระบบรักษาความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีกลยุทธ์ส่งเสริม และพัฒนากลุ่มผู้บริหาร และกลุ่มผู้นำชุมชนให้มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับสากล แนวดำเนินการเช่น ร่วมมือในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวระหว่างวัดกับหน่วยงานหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้อง โดยจัดในรูปแบบของคณะกรรมการวางแผนบริหารงานอย่างเป็นระบบ จัดให้มีการสรุปและวิจัยทุกปีเพื่อปรับปรุงวัด 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีกลยุทธ์ 4 ประการคือ พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้ได้มาตรฐานสากล ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ และกระตุ้นการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย แนวดำเนินการเช่น มีแบบสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา นำเสนอคุณค่าสิ่งต่าง ๆ ในวัดโพธิ์ในโอกาสที่องค์การยูเนสโกรับรองว่าจาริกวัดโพธิ์เป็นมรดกความทรงจำแห่งโลก ประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ ทั้งแผ่นพับ หนังสือ ประกาศ ข่าว เว็บไซต์ของวัดโพธิ์ และจัดโร้ดโชว์ (Road Show) ในต่างประเทศ โดยมีตัวชี้วัดและเงื่อนไขความสำเร็จเช่น วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในระดับสากล นักท่องเที่ยวนานาชาติรู้จักและพึงพอใจมากขึ้น อัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวนานาชาติมากขึ้น และชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารการท่องเที่ยวนานาชาติมากขึ้น

TITLE Wat Phra Chetuphon Vimolmangklaram: Potential Development of Cultural Tourism towards Internationalization.

AUTHOR Miss. Patcharee Linitda

ADVISORS Asst. Prof. Dr. Songkoon Chantachon and Dr. Prakhruvinaithorn Manop Palaphan

DEGREE Ph.D. **MAJOR** Cultural Science

UNIVERSITY Mahasarakham University **DATE** 2012

ABSTRACT

Wat Phra Chetuphon Vimolmangklaram: Potential development of cultural tourism towards internationalization. This research was qualitative research with the purposes 1) to study the background, current situation and problems of Wat Phra Chetuphon 2) to investigate the potential to be international cultural tourist attraction of Wat Phra Chetuphon 3) to suggest models in improving the potential to be international cultural tourist attraction of Wat Phra Chetuphon. The sample of 105 people consisted of a group of key informants, a group casual informants and a group of general informants. The instruments used were interviews, observations, focus group discussion and workshop. Data were analyzed purposively. Data triangulation was used and descriptive analysis was presented.

The findings showed that Wat Phra Chetuphon Vimolmangklaram is a first grade royal monastery, and also regarded as Thailand's first university because of its worthiness in Buddhist Arts, Fine Arts, Architecture as wells the source of other sciences and wisdom. In 2011, UNESCO has registered 1,440 pieces of stone inscription to be world's heritage in international register because the inscribed texts were international wisdom.

The study of Wat Phra Chetuphon Vimolmangklaram's tourism potential could be presented in 4 areas. First, the tourist attraction, Wat Pho is the World's Heritage with its international wisdom. There were a lot of sciences and arts accumulated here such as Traditional Thai medical science, Architecture, Buddhist Arts, Fine Arts, art created language, philosophy, history. However, only Traditional Thai medical science and massage has been applied. Second, tourist service, Wat Pho has the capability to serve 5,000-10,000 tourists from all over the world each day. Therefore, the exceed amount of tourists caused a lot of inconveniences such as traffic jam, lacking in parking, restrooms, cleanness, safety, first aids and drinking water. Third, tourism management, there were monks responsible and also administration committee. However, tourism management was done internally without external sectors. Thus, a lot of problems in systems occur such as infrastructural system, public relation, coordination, service, financial resource and animal control. Fourth, tourism

promotion, there are only 8 public relation officials which were not enough, insufficient and unorganized.

There are models suitable to improve the potential to be international cultural tourist attraction of Wat Phra Chetuphon in current situation. First, tourist attraction improvement model, Wat Pho should manage its resources as knowledge marketing aiming to expand every kind of its sciences and wisdom. Second, tourist service improvement model, there should be coordination with the tour agencies about date and time so that traffic, parking and other service can be planned in advance. Traffic should be redesigned to create circulation in desired direction. There should be more public relation officials who can speak multi languages. Technology should be used to help manage infrastructure system, resource system and safety system efficiently. Third, tourism management improvement model, there should be coordination committee between Wat Pho and other sectors including government sector, private sector and communities. Then, the committee could plan and manage efficiently. Research and conclusion should be done annually to recommend Wat Pho's development. Fourth, tourism promotion improvement model, there should be questionnaires asked tourists satisfaction. Wat Pho's magnificence should be showed as well as the recognition World's Heritage by UNESCO. The promotion should be in every media such as brochure, leaflet, books, news, website and Road shows in other countries as well.