

ชื่อเรื่อง	การท่องเที่ยววัดภาคกลาง : การพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)
ผู้วิจัย	นายสกันธ์ ภู่งามดี
กรรมการควบคุม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงคุณ จันทจร และอาจารย์ ดร.ยิ่ง กิริติบุรณะ
ปริญญา	ปร.ด. สาขาวิชา วัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2553

บทคัดย่อ

พุทธศาสนิกชนไทยส่วนใหญ่มีความเชื่อว่าหากได้ท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด ก็จะเป็นสิริมงคลแก่ตนเองและครอบครัว โดยกำหนดว่าต้องเดินทางไปสักการะให้ครบทั้ง 9 แห่งในวันเดียว การวิจัยนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาความเป็นมาและการดำเนินงานของโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) 2) ศึกษาสภาพปัญหาจากแนวทางการดำเนินงานของโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) และ 3) พัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลเอกสารและข้อมูลภาคสนาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบสังเกต และแบบบันทึกการประชุมเชิงปฏิบัติการ ข้อมูลภาคสนามได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการประชุมเชิงปฏิบัติการ จากผู้รู้ 14 คน ผู้ปฏิบัติ 15 คน และผู้ให้ข้อมูลทั่วไป 55 คน ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร สิงห์บุรี เพชรบุรี ฉะเชิงเทรา และราชบุรี ระหว่างปี พ.ศ. 2549 - 2551

ผลการวิจัยพบว่า การจัดโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดเป็นภารกิจเพิ่มเติมจากหน้าที่หลักขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ โดยมีเหตุผล 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องการสนองตอบนโยบายรัฐบาล ประการที่สอง มองเห็นศักยภาพและโอกาสขององค์การด้านการรับส่งกลุ่มคนในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถประจำทางปรับอากาศขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (ขสมก.) และประการที่สาม ต้องการสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นเพื่อให้องค์กรสามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น



สภาพปัญหาจากการดำเนินงานของโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) พบว่ามี 1. ปัญหาภายใน 3 ประการได้แก่ ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ ราคาบัตรโดยสาร และคุณภาพการให้บริการ ส่วนปัญหาด้านนอกได้แก่ 1) ปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการจากวัดเป้าหมาย 2) ปัญหาด้านกฎหมาย คือ การรับรองทางกฎหมายในการดำเนินโครงการระยะยาว การร้องเรียนจากบริษัทเอกชน เงื่อนไขการต่อใบอนุญาต และการมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น และ 3) ปัญหาจากเหตุสุดวิสัยที่เกิดจากวิกฤตการณ์ทางการเมือง

การพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT Analysis และจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ได้นำไปสู่การพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ฉบับสมบูรณ์ที่ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ ยุทธศาสตร์เชิงรุก ยุทธศาสตร์พลิกฟื้น ยุทธศาสตร์รักษาเสถียรภาพ และยุทธศาสตร์การตัดทอน

โดยสรุป โครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร เป็นโครงการที่ดีและมีประโยชน์แก่ชาวพุทธที่สนใจในการท่องเที่ยวและการทำบุญในคราวเดียวกัน ทั้งยังเป็นวิธีการสร้างรายได้ของ ขสมก. ตลอดจนเป็นการส่งเสริมให้คนเข้าวัด ทั้งยังเป็นผลดีด้านเศรษฐกิจแก่ชุมชนเหล่านั้น สมควรที่รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ให้การสนับสนุนเพื่อก่อให้เกิดสังคมที่อยู่เย็นเป็นสุขสืบไป



TITLE Temples Tourism in Central Thailand : Strategic Development for Tourism Promotion on Paying Homage to 9 Temples Project Arranged by Bangkok Mass Transit Authority (BMTA)

AUTHOR Mr. Sakon Phu-ngamdee

ADVISORS Asst. Prof. Dr. Songkoon Chantachon and Dr.Ying Kiratiburana

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

UNIVERSITY Maharakham University **DATE** 2010

ABSTRACT

Most Thai Buddhists believe that if they had travelled to pay homage to 9 temples, it would be auspicious for themselves and their families. However, the trip had to be done only within one day. This study aimed at : 1) examining the history and the operation of 9- temple paying homage tourism project of the Bangkok Mass Transit Authority (BMTA.), 2) investigating the problematic conditions in 9-temple paying homage tourism project of the Bangkok Mass Transit Authority (BMTA.), and 3) developing the 9-temple paying homage tourism project promotional strategy of the Bangkok Mass Transit Authority (BMTA.) This was a qualitative study. Written documents and fieldwork data were gathered. Research included an interview form, an observation form, and a seminar workshop form. Fieldwork data were collected through interviews, observations, and a seminar workshop from 14 key-informants, 15 casual informants, and 55 general informants, in Bangkok Metropolitan, Sing Buri, Phetburi, Chachoeng Sao, and Rachaburi, between 2006-2008.

The results of the study revealed that the operation of the 9-temple paying homage tourism project was an additional task of the Bangkok Mass Transit Authority which based on 3 reasons: firstly, for responding to the government's policy; secondly, for the potentiality and the opportunity of the organization in service providing for groups of people to the tourism sites with air-conditioned buses of the Bangkok Mass Transit Authority (BMTA.); thirdly, for making more income for the organization in order to rely on itself.

On the problematic conditions in the operation of 9-temple paying homage tourism project of the Bangkok Mass Transit Authority (BMTA), it was found that there were 3 internal



problems. These included public relation, ticket price, and service quality. The external problems included: 1) the service quality provided by the promoted temples; 2) legal problems : legal right for long term operation, complaints from private companies, conditions for license extension, having more competitors; and 3) the uncontrollable problems caused by political crisis.

In terms of the strategic development for tourism promotion on 9-temple paying homage project of the Bangkok Mass Transit Authority (BMTA), from SWOT analysis and seminar workshop, these lead to the complete version of strategic development for the 9-temple paying homage tourism project of the Bangkok Mass Transit Authority (BMTA.) These 4 main strategies included : offensive strategy, recuperative strategy, stabilized strategy, and curtailment strategy.

In conclusion, the 9-temple paying homage tourism project of the Bangkok Mass Transit Authority (BMTA) was a good and useful project for Buddhists who were interested in travelling and making merit in the same trip. It was also a way to create the income for the Bangkok Mass Transit Authority, as well as to lead the people into the temples. This project was also worthy for those communities in terms of economic benefit. The government and the organizations involved should support the project which, in turn, would lead to the continuity of peaceful and healthy society.

