



บุพปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา* ELEMENTS TO PROMOTE THE DEVELOPMENT OF BUDDHIST IN CHACHOENGSAO PROVINCE

พระมหาสหาย กนตธมโม (จำปาแก้ว), พระมหาปิยะบุตร ปณฺญาวตฺตโน (วงศ์กันทรภัย),
นิรมล ตริตราเพชร, ปัญญา โปธิทอง*, พระครูโอภาสปัญญาวารคุณ
Phramahasahai Kantathammo (Champakaew), Phramahapiyabut Panyawatthano (Wongkantharaphai),
Niramol Treetrapetch, Panya Photong*, Phrakhuophaspanyaworakun
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธโสธร, ประเทศไทย
Mahachulalongkornrajavidyalaya University Buddhasothon Buddhist College, Thailand

*Corresponding author E-mail: panya.pho@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มุ่งศึกษาและพัฒนาบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ นำไปสู่กระบวนการสร้างบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยวิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากรคือประชาชนในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทราโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 397 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญจำนวน 12 รูป/คน โดยวิเคราะห์เนื้อหา เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ได้แก่เชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน

ผลการวิจัยพบว่า:

1. ความคิดเห็นด้านการสร้างอัตลักษณ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านการสร้างนวัตกรรมและด้านการสร้างเครือข่าย ทุกด้านอยู่ในระดับมาก
2. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา พบว่า ด้านการสร้างอัตลักษณ์ การสร้างอัตลักษณ์ของแต่ละวัดมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน โดยเน้นเอกลักษณ์เด่นในหลายมิติ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเยือนซ้ำ ด้านการสร้างนวัตกรรม การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยใช้เทคโนโลยีและสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวและกระตุ้นการกลับมาเยือนซ้ำ และด้านการสร้างเครือข่าย วัดส่วนใหญ่



ขาดเครือข่ายการท่องเที่ยวเนื่องจากงบประมาณจำกัด ขาดบุคลากรและการสนับสนุนจากภาครัฐ การจัดกิจกรรมมักได้รับความร่วมมือจากท้องถิ่น เช่น อบต. และชุมชน

3. กระบวนการการพัฒนา คือ 1) จัดประชุมทำความเข้าใจปัญหาอย่างถ่องแท้ผ่านการสังเกตและสัมภาษณ์ 2) ระบุปัญหาที่ต้องแก้ไข 3) ระดมสมองหาความคิดใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว 4) สร้างและทดสอบแอปพลิเคชัน "เที่ยววัด" เพื่อตรวจสอบความพึงพอใจของผู้ใช้งาน 5) ทดสอบกระบวนการออกแบบเพื่อมั่นใจว่าแอปตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ.

คำสำคัญ: บุพปัจจัยการท่องเที่ยว, การส่งเสริม, การพัฒนา, การท่องเที่ยวเชิงพุทธ

Abstract

This research article aims to study and develop the factors that promote Buddhist tourism, leading to the process of creating factors that support Buddhist tourism in Chachoengsao province. The research uses a mixed-methods approach combining quantitative and qualitative methods. The population consists of 397 local residents of Chachoengsao, selected through convenient sampling. Data analysis was conducted using statistical software for quantitative data, while qualitative data was collected through in-depth interviews with 12 experts, followed by content analysis. The research tools included questionnaires and interview guides, and the statistical techniques used were descriptive and inferential statistics.

The study's findings revealed that:

1. in terms of identity creation, the average score was the highest, followed by innovation creation and network creation, with all aspects rated at a high level.

2. Regarding the strategies for developing Buddhist tourism, in the area of identity creation, each temple has unique characteristics, emphasizing prominent identities in various dimensions to encourage tourists to return. In terms of innovation creation, new innovations using technology and social media are developed to meet tourist demands and stimulate repeat visits. Regarding network creation, most temples lack a tourism network due to limited budgets, lack of personnel, and insufficient support from government agencies. Local cooperation, such as from sub-district administrative organizations (SAOs) and local communities, is essential for organizing activities.





3. The process of development involves: 1) organizing meetings to thoroughly understand the problem through observation and interviews, 2) identifying problems that need to be addressed, 3) brainstorming new ideas to meet tourist needs, 4) developing and testing the "Temple Tour" application to assess user satisfaction, and 5) testing the design process to ensure the application meets user needs effectively.

Keywords: Elements of Tourism, Promote, Development, Buddhist Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้น นักท่องเที่ยวมักใช้เวลาวันหยุดช่วงเทศกาล วันสำคัญทางศาสนาจะมีการถือศีลปฏิบัติธรรม วัดและสำนักปฏิบัติธรรมจึงเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกประเภทหนึ่ง (จุฑาภรณ์ หินชูยและสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์, 2557) การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา พบว่า เป็นการเดินทางโดยมีเหตุผลทางศาสนาเป็นหลัก ซึ่งในอดีตเหตุผลในการเดินทางที่แท้จริงอาจไม่มีการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่สำหรับในปัจจุบันการเดินทางลักษณะนี้มักจะรวมกิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาร่วมอยู่ด้วย เช่น การเดินทางไปเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมหรือประวัติศาสตร์ การนมัสการเกจิอาจารย์ รวมถึงการปฏิบัติกิจกรรมทางพุทธศาสนา การเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือประกอบพิธีกรรม อย่งไรก็ดี สถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาไม่ได้มีเพียงผู้ที่นับถือศาสนานั้นเท่านั้นที่เข้าเยี่ยมชม หากแต่นักท่องเที่ยวอื่น ๆ ยังให้ความสนใจเข้าชมความงามหรือเข้าไปพักผ่อน สงบจิตใจ (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2555) ดังนั้น ในปัจจุบันบทบาทด้านการท่องเที่ยวของวัดจึงมีมากขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และในต่างจังหวัด รวมถึงการท่องเที่ยวที่เกิดจากคติความเชื่อในการไหว้ เช่น การไหว้พระ 9 วัด การไหว้พระประจำราศีเกิด เป็นต้น ซึ่งแต่ละวัดจะมีการแสดงถึงซึ่งจุดเด่นให้เป็นอัตลักษณ์ของวัด โดยการสร้างศาสนวัตถุต่าง ๆ สร้างศาสนสถาน และการจัดกิจกรรมทางศาสนา เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนและผู้มาเที่ยวที่พบเห็นได้ในวัด เช่น การสักการะพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ การปฏิบัติธรรม การชมศิลปวัฒนธรรม การทำบุญตามความเชื่อ การพักผ่อนหย่อนใจ การจับจ่ายซื้อสินค้าของชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น

จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้จำนวนมาก ดังคำขวัญที่ว่า “แม่น้ำบางปะกงแหล่งชีวิต พระศักดิ์สิทธิ์หลวงพ่อโสธร พระยาศรีสุนทรปราชญ์ภาษาไทย เขาอ่างฤๅไนป่าสมบูรณ์” ซึ่งบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ความภาคภูมิใจ และความโดดเด่นที่มีอยู่ในจังหวัด โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธศาสนา เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหารเป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อโสธร ซึ่งเป็นที่เคารพเลื่อมใสศรัทธาของชาวจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดใกล้เคียง วัดสมานรัตนานา





รามเป็นที่ประดิษฐานพระพิฆเนศปางนอนเสวยสุขของคี่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย วัดปากน้ำโจ๊กล้อมมีโบสถ์สีทองทั้งหลังโดดเด่น วัดชมโพธารามเป็นวัดแห่งเดียวในฉะเชิงเทราที่มีสังเวชนียสถาน 4 ตำบลแบบจำลอง วัดแจ้งมีพระอุโบสถที่งดงามเป็นศิลปะแบบไทยผสมจีน วัดสาวชะโงกมีรูปปั้นหลวงพ่อเหลือที่พึ่งทางใจของชาวบ้านในระแวกนี้ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีความสวยงามเป็นที่รู้จักในระดับประเทศ โดยสำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา รายงานสถิติและจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา ในปี 2564 ไตรมาสที่ 1-3 มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน (Visitor) เป็นชาวไทย 286,522 คน ลดลงจากปี 2563 ไตรมาสที่ 1-3 คือ ร้อยละ 76.03 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผ่อนคลายลงทำให้สามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและเดินทางออกนอกจังหวัดได้ ซึ่งผู้เยี่ยมชมที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดฉะเชิงเทราส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยค่าเฉลี่ยการพักแรมของผู้เยี่ยมชมเยือน ในปี 2564 ไตรมาสที่ 1-3 คือ 1.47 วัน ลดลง จากปี 2563 ไตรมาสที่ 1-3 ซึ่งมีวันพักแรมเฉลี่ย 1.50 วัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน ในปี 2564 คือ 2,832.02 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2563 จำนวน 1,343.68 บาท ทั้งนี้ จากจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนในปี 2564 พบว่า ไตรมาสที่ 1-3 มีจำนวนลดลงแต่มีค่าใช้จ่ายต่อวันเพิ่มขึ้น จึงทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2564 เพิ่มขึ้นจากปี 2563 จำนวน 1,343.68 ล้านบาท (สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2567)

ผลจากการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์ประชาชนนักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่ทำการวิจัยในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า อุปสรรคและปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยววัดในจังหวัดฉะเชิงเทราหลายประการที่ควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งปัญหาออกเป็น 3 ประการ ดังนี้ 1) การอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและการมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ห้องสุขา ป้ายบอกทาง ที่จอดรถ ห้องสวดมนต์ หรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมสำหรับศาสนาอื่น ๆ ที่สนใจในการเรียนรู้พระพุทธศาสนา เป็นต้น ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความประทับใจ 2) วัดส่วนใหญ่ไม่มีการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับแต่ละพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากวัดมีงบประมาณน้อย ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการบริหารจัดการ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องไม่ต่อเนื่อง 3) วัดส่วนใหญ่ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสารโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การจัดทำคู่มือการท่องเที่ยว วัด การสร้างแอปพลิเคชันแนะนำการเที่ยววัด การใช้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ การสร้างเว็บไซต์ เป็นต้น เนื่องจากงบประมาณของวัดมีน้อยและขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านเทคโนโลยี ปัญหาทั้ง 3 ประการที่กล่าวข้างต้นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงข่าวสารและการบริการของวัดได้ จากสภาพปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวข้างต้น หากได้นำมาแก้ไขปรับปรุงพัฒนาหรือเพิ่มพูนความรู้และทักษะให้แก่บุคลากรผู้เกี่ยวข้องให้เกิดการบริหารจัดการอย่างเหมาะสมก็จะส่งผลในการพัฒนาการท่องเที่ยววัดที่มีประสิทธิภาพตามเป้าหมาย





ตรงตามความต้องการของทั้งวัดและผู้เข้ามาเยี่ยมชม จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดชื่อเรื่องในการวิจัยครั้งนี้คือ “บุพปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ทั้งนี้ บุพปัจจัยในงานวิจัยนี้ หมายถึง ปัจจัยสนับสนุน มีบทบาท หรือกระตุ้นด้านการท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกวัดให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ได้แก่ องค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน คือ 1) ด้านอัตลักษณ์ 2) ด้านเครือข่าย และ 3) ด้านนวัตกรรม ซึ่งผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านดังกล่าวมากำหนดเป็นตัวแปรในการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อพัฒนาบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อนำเสนอกระบวนการการพัฒนาบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาระดับโดยรวมและรายด้านของความคิดเห็นต่อบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทราโดยใช้แบบสอบถาม และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางในการพัฒนาบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทราโดยใช้แบบสัมภาษณ์

วิจัยเชิงปริมาณ

1. ด้านเนื้อหา เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยการสำรวจวรรณกรรมและมาร่างเป็นกรอบแนวความคิด หลังจากนั้นนำไปเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 3 ด้าน คือ 1) ด้านอัตลักษณ์ 2) ด้านเครือข่าย และ 3) ด้านนวัตกรรม และเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้วัด ได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดชมโพธิยาราม วัดสาวชะโงก วัดแจ้ง วัดปากน้ำโจ้โล้ และวัดโพรงอากาศ ใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 397 คน เมื่อได้จำนวนประชากรแล้วดำเนินการ





สุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบสะดวก (convenience sampling) โดยการนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลในวันที่กำหนด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้วิธีการคำนวณด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) ค่าระดับความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไปถือว่ามีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูง ผลการทดสอบหาค่า Reliability กับประชาชนในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราได้ค่า Cronbach's alpha ภาพรวมทั้งฉบับเท่ากับ .973 ซึ่งอธิบายได้ว่าแบบทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นค่อนข้างสูง

4. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis) สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

วิจัยเชิงคุณภาพ

1. ด้านเนื้อหา ศึกษาสภาพบริบทของบุปปัจจัยการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ องค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน คือ 1) ด้านอัตลักษณ์ 2) ด้านเครือข่าย และ 3) ด้านนวัตกรรม โดยใช้วิธีการระดมสมอง (Brain Storming) เพื่อระดมความคิดเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา ในประเด็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ การสร้างเครือข่าย และการสร้างนวัตกรรมเพื่อหาทางเลือกในการตัดสินใจ ความคิดใหม่ ๆ และใช้ในการวางแผนการพัฒนาที่เหมาะสมต่อการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้แบบสัมภาษณ์และบันทึกเอกสาร

2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 12 รูป/คน ได้แก่ เจ้าอาวาส พระภิกษุ และบุคลากรฆราวาสในวัด โดยยึดหลักการเลือกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเฉพาะในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อยืนยันผลเชิงปริมาณ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เพื่อยืนยันข้อมูลเชิงปริมาณและศึกษาสภาพบริบทของบุปปัจจัยการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา

4. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของเนื้อหาด้วยการสังเกต

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของบุปปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้นำเสนอดังนี้

1. ระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับบุปปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า





ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นโดยภาพรวม

บุุพัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ด้านการสร้างอัตลักษณ์	397	4.01	0.64	มาก
ด้านการสร้างเครือข่าย	397	3.83	0.62	มาก
ด้านการสร้างนวัตกรรม	397	3.95	0.67	มาก
รวมทั้งสิ้น	397	3.93	0.54	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับบุุพัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาในรายด้าน พบว่า บุุพัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทราอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการสร้างอัตลักษณ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสร้างนวัตกรรม และด้านการสร้างเครือข่าย ตามลำดับ

ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ความคิดเห็นเกี่ยวกับบุุพัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า

1) ด้านการสร้างอัตลักษณ์ แนวคิดในการสร้างจุดเด่นให้เกิดขึ้นภายในวัดแตกต่างกันไปตามเจตนาของผู้สร้าง เพื่อให้เป็นที่สนใจกับคนทั่วไปและดึงดูดให้คนเข้ามาเที่ยววัดมากขึ้น ด้วยการสร้างอัตลักษณ์ทางด้านประติมากรรม จิตรกรรม ประวัติศาสตร์และประเพณี รวมทั้งกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งล้วนเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบและมาเที่ยวชมตามวัดต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดชมโพธาราม วัดสาวชะโงก วัดแจ้ง วัดปากน้ำโจ้โล้ เป็นต้น

2) ด้านการสร้างเครือข่าย วัดส่วนใหญ่ไม่มีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ เนื่องจากวัดมีงบประมาณน้อย ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการบริหารจัดการ และขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการจัดกิจกรรมของวัดส่วนใหญ่จะได้รับความร่วมมือจากส่วนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และชุมชนในพื้นที่ เป็นต้น ทั้งนี้ หากได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ร่วมกันกับวัดในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางศาสนาก็จะเป็นผลดีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดอีกทางหนึ่งด้วย

3) ด้านการสร้างนวัตกรรม กระบวนการที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้คือ สร้างสิ่งใหม่ ๆ ให้ทันสมัยตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและให้เกิดความพึงพอใจเพื่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ ได้แก่ การจัดการกระบวนการบริหารจัดการวัด การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การปรับปรุงภูมิทัศน์ทั้งภายในและโดยรอบวัด การจัดสถานที่สำหรับกิจกรรม





ทางศาสนา เพิ่มการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสารโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การจัดทำคู่มือการท่องเที่ยววัด การสร้างแอปพลิเคชันแนะนำการท่องเที่ยววัด การใช้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ การสร้างเว็บไซต์ เป็นต้น

2. สรุปผลการศึกษาข้อมูลจากการสัมมนาระดมความคิดเห็นและการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า

1) อัตลักษณ์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาเป็นรูปแบบและกิจกรรมตามลักษณะเฉพาะของการจัดการของแต่ละวัดที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ ควรส่งเสริมการพัฒนาอัตลักษณ์ของวัดในรูปแบบที่หลากหลายอันส่งผลต่อการท่องเที่ยววัดในจังหวัดฉะเชิงเทรา ทั้งทางสถาปัตยกรรม ประติมากรรม ประวัติศาสตร์ กิจกรรม ประเพณี และสิ่งดึงดูดใจต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและให้ความสนใจ ตลอดจนการมีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่น่าแปลกใจ น่าสนใจ โดยมีการดึงเอกลักษณ์เด่นของวัดในหลายมิติให้เห็นประจักษ์ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำอีก เช่น การมีสถานที่ปฏิบัติธรรมที่สะอาดและสงบ การให้ความสำคัญกับขั้นตอนการไหว้พระพุทธรูป ศักดิ์สิทธิ์ การมีพุทธศิลปกรรมที่งดงาม การมีศูนย์เรียนรู้เชิงศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนท้องถิ่น การมีความพร้อมในด้านข้อมูลข่าวสาร สถานที่ กิจกรรมและบุคลากร เพื่อรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยววัด เป็นต้น

2) วัดไม่มีการสร้างภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยววัดอย่างชัดเจน เนื่องจากงบประมาณน้อย ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการบริหาร และขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง การจัดกิจกรรมของวัดส่วนใหญ่จะได้รับความร่วมมือจากส่วนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และชุมชนในพื้นที่ เป็นต้น ทั้งนี้ หากได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ร่วมกันกับวัดในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทางศาสนาอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง จะส่งผลดีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดได้อีกทางหนึ่งด้วย

3) การสร้างนวัตกรรม เป็นกระบวนการที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ คือ การสร้างสิ่งใหม่ ๆ ให้ทันสมัยตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและให้เกิดความพึงพอใจเพื่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ ได้แก่ การจัดกระบวนการบริหารจัดการวัด การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การปรับปรุงภูมิทัศน์ทั้งภายในและโดยรอบวัด การจัดสถานที่สำหรับกิจกรรมทางศาสนา เพิ่มการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสารโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การจัดทำคู่มือการท่องเที่ยววัด การสร้างแอปพลิเคชันแนะนำการท่องเที่ยววัด การใช้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ การสร้างเว็บไซต์ เป็นต้น นอกจากนี้ เห็นควรให้มีการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok เฟสบุ๊ก การทำ Content ในรูปแบบคลิปการ์ตูนสั้นเพื่อนำเสนอตัวตนของวัดและชุมชนให้ประชาชนได้รับทราบและสามารถเข้าถึงได้ง่าย นับเป็นการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดได้อีกช่องทางหนึ่ง





2. ผลการศึกษาการพัฒนาูปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ด้านการสร้างอัตลักษณ์-วัดควรให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ปฏิบัติธรรมที่เป็นสัปปายะ สะอาดและสงบ การให้ความสำคัญกับขั้นตอนการไหว้พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ การมีพุทธศิลป์กรรมที่งดงาม การส่งเสริมการเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น การจัดการด้านสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์โดยรอบให้มีจำนวนเพียงพอกับนักท่องเที่ยว เช่น ลานจอดรถ ห้องสุขา สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น การส่งเสริมการปฏิบัติธรรมให้กับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน การมีศูนย์เรียนรู้เชิงศาสนาและวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนท้องถิ่น การมีความพร้อมในด้านข้อมูลข่าวสารสถานที่ กิจกรรมและบุคลากร เพื่อรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยววัด การสร้างความรู้ความเข้าใจของชุมชนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

2) ด้านการสร้างภาคีเครือข่าย-วัดควรให้ความสำคัญกับการจัดระบบข้อมูลข่าวสารและการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัยอย่างเป็นระบบ การกำหนดโครงสร้างการทำงานร่วมกันทุกภาคส่วน มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การจัดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในเครือข่าย มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาองค์ความรู้ใหม่เสมอ การจัดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน การสร้างความรู้สึกร่วมกันกับกระบวนการทำงานเครือข่าย การติดตามและประเมินผล การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว มีความช่วยเหลือและสร้างความเสมอภาคของผลประโยชน์เท่าเทียม และการเชื่อมโยงหน่วยงานวิชาการและแหล่งทุน

3) ด้านการสร้างนวัตกรรม-วัดควรให้ความสำคัญกับ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมในช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ยูทูบ (Youtube) และเว็บไซต์ (www) ความได้เปรียบในการแข่งขันและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ชัดเจน การมีระบบติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วระหว่างนักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว การมีระบบข้อมูลและการสืบค้นข้อมูลภายในสถานที่ท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการงานด้านต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ความคิดสร้างสรรค์ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ การประชาสัมพันธ์และการบริการรูปแบบต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การปรับเปลี่ยนองค์กรใหม่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความแตกต่าง และการสร้างแอปพลิเคชันที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. นำเสนอกระบวนการการพัฒนาูปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถสรุปได้ดังนี้

1) วัดควรมีกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง พัฒนาภูมิทัศน์สิ่งแวดล้อมให้เป็นจุดเด่นน่าสนใจและสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธ โดยการพัฒนาด้านสถาปัตยกรรมเพื่อรองรับสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม และมีสถานที่ปฏิบัติธรรมเป็นสัปปายะ สะอาด และสงบ





2) วัดควรมีระบบข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยอย่างเป็นระบบ โดยการสร้างและพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเชิงพุทธอย่างครบวงจรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นสากล

3) คณะสงฆ์จังหวัดฉะเชิงเทราประสานภารกิจร่วมกับหน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น จัดทำแผนและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ โดยให้มีหน่วยงานกลางที่มีความรู้ ความสามารถด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ามาทำหน้าที่ในการประสานให้เกิดเครือข่ายที่มีสมาชิกทั้งระดับชุมชน ระดับผู้ประกอบการ ระดับหน่วยงานรัฐ และหน่วยงานเชื่อมโยงของแต่ละพื้นที่ให้มีความเป็นเอกภาพ เพื่อให้วัดมีเครือข่ายที่เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา จากการศึกษาความคิดเห็นต่อบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างอัตลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านการสร้างนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และด้านการสร้างเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ตามลำดับ ผลการศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รายละเอียดดังนี้

1. ด้านการสร้างอัตลักษณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ปฏิบัติธรรมที่เป็นสัปปายะ สะอาดและสงบ การให้ความสำคัญกับขั้นตอนการไหว้พระพุทธรูป ศักดิ์สิทธิ์ การมีพุทธศิลป์งดงาม การส่งเสริมการเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น การจัดการด้านสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์โดยรอบให้มีจำนวนเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว เช่น ลานจอดรถ ห้องสุขา สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น การส่งเสริมการปฏิบัติธรรมให้กับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน การมีศูนย์เรียนรู้เชิงศาสนาและวัฒนธรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนท้องถิ่น การมีความพร้อมในด้านข้อมูลข่าวสาร สถานที่ กิจกรรมและบุคลากร เพื่อรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยววัด การสร้างความรู้ความเข้าใจของชุมชนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา สอดคล้องกับแนวคิดของ ทศนีย์ ปิยะเจริญเดช และคณะ ว่าการสร้างจุดเด่นในการท่องเที่ยวภายในสถานที่ทางพระพุทธศาสนาทั้งจุดเด่นด้านศาสนวัตถุ ศาสนสถาน และศาสนธรรม เป็นต้น มีกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมวัดได้อย่างน่าตื่นตาตื่นใจ เช่น มีเกจิตั้ง มีพระขลัง มีระฆังใหญ่ มีสิ่งจูงใจเลิศ และมีความบรรเจิดของแจก เป็นต้น อีกทั้งการสร้างนวัตกรรมทางสังคมเชิงพุทธเป็นสิ่งสำคัญ โดยการพัฒนาภูมิทัศน์สิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธเกิดความกลมกลืนสัตรีธาแก่ผู้มาเที่ยว มีสถาปัตยกรรมรองรับสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ มีสถานที่





ปฏิบัติธรรมที่เป็นสัปปายะ สะอาดและสงบ สร้างศูนย์เรียนรู้เชิงวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียม ประเพณีของชุมชนท้องถิ่น พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาด้านจิตใจ เช่น การเจริญจิตภาวนา การเข้าคอร์ส อบรม วิปัสสนาทั้งระยะสั้นและระยะยาวสำหรับทุกเพศ ทุกวัย สร้างอัตลักษณ์ด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ห้องสุขา ป้ายบอกทาง ที่จอดรถ ห้องสวดมนต์ หรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมสำหรับศาสนาอื่น ๆ ที่สนใจในการเรียนรู้พระพุทธศาสนา เป็นต้น (ทัศนีย์ ปิยะเจริญเดช และคณะ, 2564) และแนวคิดของ ธราพงษ์ จันแก้ว เห็นว่า การสร้างจุดเด่นให้เกิดขึ้นภายในวัดนั้นจะแตกต่างกันไปตามเจตนาของผู้สร้าง เพื่อให้เป็นที่สนใจกับคนทั่วไปและดึงดูดให้คนเข้ามาเที่ยววัดของตน หากได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากทุกภาคส่วนอย่างเป็นรูปธรรม และต่อเนื่อง จะทำให้การท่องเที่ยววัดมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น (ธราพงษ์ จันแก้ว, 2566)

2. ด้านการสร้างภาคีเครือข่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการจัดระบบข้อมูลข่าวสารและการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัยอย่างเป็นระบบ การกำหนดโครงสร้างการทำงานร่วมกันทุกภาคส่วน มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การจัดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในเครือข่ายมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาองค์ความรู้ใหม่เสมอ การจัดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน การสร้างความรู้สึกร่วมกันกับกระบวนการทำงานเครือข่าย การติดตามและประเมินผล การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว มีความช่วยเหลือและสร้างความเสมอภาคของผลประโยชน์เท่าเทียม และการเชื่อมโยงหน่วยงานวิชาการและแหล่งทุน สอดคล้องกับแนวคิดของ ดนุวัศ สุวรรณวงศ์และภัทรพงษ์ เกริกสกุล ว่าเครือข่ายคือหน่วยการดำเนินงานที่มีกิจกรรมและเป้าหมายร่วมกัน โดยสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยง การแลกเปลี่ยน ตลอดจนการพึ่งพากันในทางใดทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมประสานโดยหน่วยความรู้ การสื่อสาร การถ่ายทอดภายใต้เงื่อนไขการยอมรับซึ่งกันและกัน เครือข่ายการท่องเที่ยวจึงกลายเป็นรูปแบบการเชื่อมโยงเรื่องราว เนื้อหา กิจกรรม ภายใต้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันในด้านต่าง ๆ โดยการแลกเปลี่ยนดังกล่าวนี้ จำเป็นจะต้องขึ้นอยู่กับภายใต้ผลประโยชน์ที่มีร่วมกัน และมีการจัดการผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม รวมถึงเป็นการส่งเสริมต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านั้นอีกด้วย (ดนุวัศ สุวรรณวงศ์ และภัทรพงษ์ เกริกสกุล, 2559) ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับแนวคิดของ กลุข วิศิษฐ์สิน ว่าการสร้างเครือข่ายจำเป็นต้องมีหน่วยงานตัวกลางที่มีความรู้ ความสามารถในการจับประเด็นต่าง ๆ เข้ามาทำหน้าที่ในการประสานให้เกิดเครือข่ายที่มีสมาชิกทั้งระดับชุมชน ระดับผู้ประกอบการ ระดับหน่วยงานรัฐ และหน่วยงานเชื่อมโยงของแต่ละพื้นที่ให้มีความเป็นเอกภาพจะทำให้วัดมีเครือข่ายที่เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ (กลุข วิศิษฐ์สิน, 2566)





3. ด้านการสร้างนวัตกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ยูทูบ (YouTube) และเว็บไซต์ (www) ความได้เปรียบในการแข่งขันและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ชัดเจน การมีระบบติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วระหว่างนักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว การมีระบบข้อมูลและการสืบค้นข้อมูลภายในสถานที่ท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการงานด้านต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ความคิดสร้างสรรค์ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ การประชาสัมพันธ์และการบริการรูปแบบต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การปรับเปลี่ยนองค์กรใหม่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความแตกต่าง และการสร้างแอปพลิเคชันที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ ปรเมษฐ์ คำชู การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวต้องอาศัยปัจจัยจากเทคโนโลยีสารสนเทศ ความคิดสร้างสรรค์ ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการจัดการความรู้ แต่อย่างไรก็ตามนวัตกรรมการท่องเที่ยวจะเกิดประโยชน์ หรือได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว หรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับว่านวัตกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างคุณค่าและสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวต้องเกิดขึ้นตั้งแต่การค้นหาข้อมูล การวางแผน การซื้อบริการ ผ่านออนไลน์ ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวได้ใช้บริการต่าง ๆ ของธุรกิจการท่องเที่ยว และนวัตกรรมสามารถสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว และสามารถสร้างประสบการณ์และความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำในอนาคต (ปรเมษฐ์ คำชู, 2563) และนภัสกร ช่วยชัย ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าการใช้โซเชียลมีเดีย เช่น TikTok เฟสบุ๊ก การทำ Content ในรูปแบบการ์ตูน หรือเป็นคลิปสั้นในการนำเสนอตัวตนของวัดและชุมชนให้ประชาชนได้เข้าใจในเวลาอันสั้นและสามารถเข้าถึงได้ง่าย นับเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดได้ (นภัสกร ช่วยชัย, 2566)

กระบวนการการพัฒนานูปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา จากการศึกษาความคิดเห็นต่อบุพัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า การส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีเทคโนโลยีเป็นกลไกขับเคลื่อน ซึ่งจะทำให้เกิดความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ พระครูสุตธรรมาภรณ์ การพัฒนานวัตกรรมเป็นสิ่งที่วัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญ และจะต้องมีการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้เพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมในการบริหารและการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อให้วัดสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างดี ตลอดจนส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการพัฒนาวัดด้วยการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิมไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ





กระบวนการ หรือรูปแบบการทำงานใหม่ ผ่านการประเมินผลได้ผลเสียอย่างรอบด้าน เพื่อสร้างมูลค่าใหม่ให้แก่วัดจะทำให้วัดมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น (พระครูสุตธรรมาภรณ์, 2566)

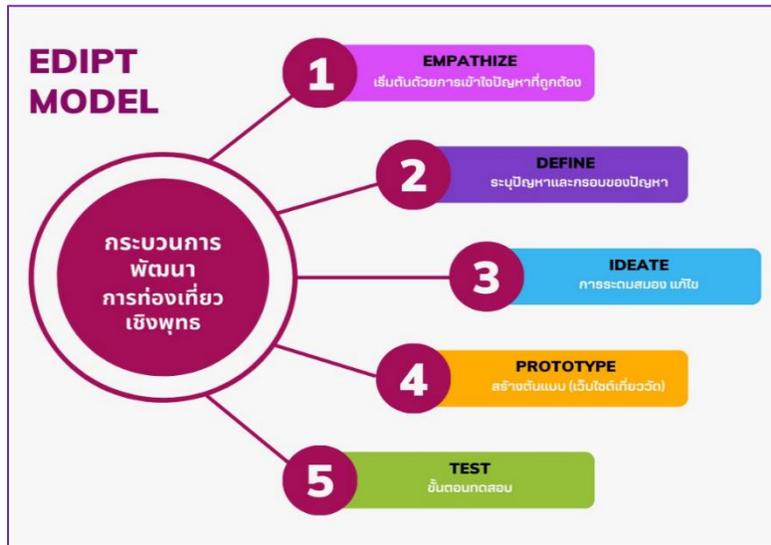
องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาบุพปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า บุพปัจจัยสนับสนุน มีบทบาท หรือกระตุ้นด้านการท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกวัดให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 3 ด้าน คือ 1) ด้านอัตลักษณ์ คือ การสร้างจุดเด่นให้เกิดขึ้นภายในวัดตามเจตนารมณ์ของผู้สร้างเพื่อให้เป็นที่น่าสนใจกับคนทั่วไปและดึงดูดให้คนเข้ามาเที่ยววัดเพิ่มมากขึ้น 2) ด้านเครือข่าย เป็นการส่งเสริมและพัฒนาความเชื่อมโยงกันระหว่างวัด ชุมชนองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาเพื่อให้ไปสู่เป้าหมายโดยผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวของวัดในพื้นที่และวัดที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง และ 3) ด้านนวัตกรรม เป็นการพัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในวัดให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีในการขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธในระดับสากล ส่วนรูปแบบแนวทางในการปฏิบัติเกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธให้มีประสิทธิภาพ คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดเชิงออกแบบในงานมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัย โดยมีเจตนาในการสร้างผลลัพธ์ในอนาคตที่เป็นรูปธรรมเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสรุปเป็นกระบวนการได้ดังนี้

1. จัดประชุมคณะทำงาน เพื่อทำความเข้าใจกับปัญหาที่ถูกต้อง โดยใช้ระยะเวลาในการทำความเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างถ่องแท้เพื่อให้รู้ถึงปัญหาที่แท้จริง โดยการสังเกตสัมภาษณ์หรือสอบถามจากผู้อื่น
2. คณะทำงานช่วยกันระบุถึงปัญหาที่พบและที่ต้องการแก้ไขอย่างชัดเจน โดยจัดลำดับความสำคัญ และหาแนวทางในการแก้ไขเพื่อส่งเสริมและพัฒนา
3. คณะทำงานค้นหาความคิดใหม่ ๆ ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด ด้วยการร่วมระดมสมองกับตัวแทนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยให้คนในทีมเสนอแนวความคิดได้อย่างอิสระ และนำแนวคิดที่ได้มาพิจารณาร่วมกันเพื่อหาแนวทางในการทำงานขั้นต่อไป
4. สร้างแบบจำลองแอปพลิเคชัน “เที่ยววัด” เพื่อใช้สื่อสารอธิบายกับผู้ใช้งาน ว่าแนวความคิดที่คิดค้นขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้หรือไม่ โดยการทดสอบความพึงพอใจเพื่อให้ทีมงานออกแบบสามารถรวบรวมความคิดเห็นข้อเสนอแนะก่อนไปสู่ขั้นตอนการสร้างแอปพลิเคชัน “เที่ยววัด”
- 5) การทดสอบกระบวนการออกแบบจะช่วยสร้างความมั่นใจว่าแอปพลิเคชัน “เที่ยววัด” ที่พัฒนาขึ้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานตามที่ตั้งใจไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



กระบวนการการพัฒนาบัพปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา



ภาพที่ 1 แสดงกระบวนการการพัฒนาบัพปัจจัย
ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. วัตถุประสงค์ทำคู่มือการท่องเที่ยววัดอย่างสร้างสรรค์และใช้เป็นคู่มือสำคัญในการให้ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวปฏิบัติตามขั้นตอนและวิธีการตามที่ระบุไว้ในคู่มือได้อย่างถูกต้อง
2. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฉะเชิงเทรา สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดฉะเชิงเทรา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน (ธุรกิจท่องเที่ยว, โรงแรม, ร้านอาหาร) ควรให้ความสำคัญโดยร่วมกันวางแผนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทราเท่า ๆ กับแผนงานด้านอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งต่อไปควรจะเป็นการศึกษาสภาพปัญหาของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อให้ได้แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของจังหวัดได้ตรงประเด็นและมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน
2. ควรมีการเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาซึ่งสามารถนำผลการศึกษามาปรับใช้เป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธได้ตรงประเด็นและครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน





พระครูสุตธรรมาภรณ์. (18 สิงหาคม 2566). ความคิดเห็นเกี่ยวกับบุปผัจฉัยที่ส่งเสริมการ
พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดฉะเชิงเทรา. (พระมหาสหาย กนตธมฺโม (จำปาแก้ว),
ผู้สัมภาษณ์)

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา.

