

"ไหว้พระ 9 วัด": การท่องเที่ยวและผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรม

โดย

นางสาวจริมา อุปรานุเคราะห์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

"NINE TEMPLES MERIT TOUR": TOURISM AND ITS IMPACTS ON CULTURAL RESOURCES

By

Miss Jarima Upranukrow

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

Master of Arts Program in Cultural Resource Management

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2014

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ "ไหว้พระ 9 วัด": การท่องเที่ยวและผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรม” เสนอโดย นางสาวจริมา อุปรานุเคราะห์ เป็น ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร วัฒนธรรม

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีวรรณ ผิวนี้่ม

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์)

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ชนัญ วงษ์วิภาค)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีวรรณ ผิวนี้่ม)

...../...../.....

53112321: สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

คำสำคัญ: ไหว้พระ 9 วัด / การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม / การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ / การกลายเป็นสินค้า

จริมา อุปรานุเคราะห์: "ไหว้พระ 9 วัด": การท่องเที่ยวและผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรม.

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ. ดร. มณีวรรณ ผิวนิยม. 193 หน้า.

วิทยานิพนธ์เรื่อง "ไหว้พระ 9 วัด: การท่องเที่ยวและผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรม" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการการท่องเที่ยว "ไหว้พระ 9 วัด" ในกรุงเทพฯ โดยเน้นศึกษาเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว ตลอดจนผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาพบว่า การไหว้พระ 9 วัดเริ่มเกิดขึ้นนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 โดยศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ประสงค์จะกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการจัดการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในรูปแบบการไหว้พระและทำบุญ จนต่อมากลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีคนนิยมมากขึ้น "ไหว้พระ 9 วัด" เริ่มจัดครั้งแรกในพื้นที่กรุงเทพฯ แล้วค่อยกระจายความนิยมออกสู่หลายพื้นที่ทั่วประเทศ การไหว้พระ 9 วัดเส้นทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในกรุงเทพฯ คือ เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ซึ่งเริ่มจัดขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา นอกจากนี้ยังพบว่าการไหว้พระ 9 วัดมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้มากขึ้น คือ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ประเภทสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมต่าง ๆ และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ประเภทความเชื่อเรื่องเลข 9 ที่พ้องกับคำว่าก้าวหน้า ความหมายมงคลจากคติในการสักการะที่สอดคล้องกับชื่อวัดและพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งเกิดผลดีในการทำนุบำรุงทรัพยากรทางวัฒนธรรม การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานเพื่อดึงดูดให้พุทธศาสนิกชนเข้าวัดมากขึ้นและการกระตุ้นเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามในช่วงเทศกาลที่มีประชาชนมาไหว้พระขอพรอย่างหนาแน่นมักก่อให้เกิดผลทางลบเช่น ทรัพยากรที่จับต้องได้เสียหาย สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ ปัญหาอาชญากรรม ความขัดแย้งระหว่างวัดกับชุมชนเรื่องผลประโยชน์ในการใช้พื้นที่ และปัญหาการกระจายรายได้ระหว่างพระอารามหลวงในเส้นทางกับวัดอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง ดังนั้นควรมีแนวทางการจัดการร่วมกันในลักษณะบูรณาการ ระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ ในฐานะผู้วางนโยบายและจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไหว้พระ 9 วัด องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ ในฐานะผู้ให้บริการนำเที่ยวในเส้นทาง และวัดในฐานะผู้ดูแลทรัพยากรและรองรับนักท่องเที่ยว การประสานงานการจัดการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้น และส่งเสริมให้การไหว้พระ 9 วัดเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างประโยชน์แก่วัด ทรัพยากรวัฒนธรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และเศรษฐกิจของประเทศได้

สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ .....

53112321: MAJOR: CULTURAL RESOURCE MANAGEMENT

KEY WORD: NINE TEMPLES MERIT TOUR / CULTURAL TOURISM / SPIRITUAL TOURISM /  
COMMODIFICATION

JARIMA UPANUKROW: "NINE TEMPLES MERIT TOUR": TOURISM AND ITS  
IMPACTS ON CULTURAL RESOURCES. THESIS ADVISOR: ASST. PROF. MANEEWAN PEWNIM,  
Ph.D. 193 pp.

The objectives of this research on “Nine Temples Merit Tour: Tourism and Its Impacts on Cultural Resources” were to study the development of “Nine Temples Merit Tour” in Bangkok, especially the route of “Nine Royal Temples Merit Tour”, to examine the behavior and attitudes of sample tourists, and to identify its impacts on related cultural resources. The research employed both qualitative and quantitative approaches.

The making merit spiritual tourism had been launched by Bangkok Tourism Division and the Tourism Authority of Thailand in 2000 in order to stimulate the economy. The most popular route in Bangkok, the “Nine Royal Temples Merit Tour”, was started in 2005. Its subsequently immense popularity led to its spread to other provinces across the country. The research findings indicated that the tour utilized both tangible and intangible cultures. For tangible culture, sacred architecture and religious arts were used to attract tourists. For intangible culture, the tour made use of the auspicious meanings of the Thai number “nine” and the name of the temples as well as religious rituals. The merit tour had positive impacts on both cultural aspects; including improvement on cultural resources maintenance, temple’s facilities and the economy. However, overcrowded tourists during festive seasons caused negative impacts in the forms of damages to tangible culture, insufficient facilities, increasing crime, conflicts of interests between temple administrators and vendors in the surrounding communities and unequal income distribution between the nine royal temples and other temples. A more integrated cultural resources management is recommended through closer collaboration between Bangkok Tourism Division and the Tourism Authority of Thailand who launched the tour, the Bangkok Mass Transit Authority who is the tourism transportation service provider and the temples on the tour route. More effective and integrated management of the “Nine Temples Merit Tour” tour will decrease negative impacts while increase benefits to the temples, their cultural resources, tourists and the economy.

---

Program of Cultural Resource Management      Graduate School, Silpakorn University

Student's signature .....

Academic Year 2014

Thesis Advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง"ไหว้พระ 9 วัด": การท่องเที่ยวและผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรมสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสำเร็จจากความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่าน ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ ครูผู้ถ่ายทอดความรู้และทักษะการเก็บข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่การทำวิจัย และยังสละเวลาเป็นประธานกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ และให้ข้อวิจารณ์เพื่อปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ชัชฌู วงษ์วิภาค ที่กรุณาเป็นกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งให้เห็นข้อบกพร่อง และเสนอข้อคิดเห็นอันมีค่า ตลอดจนปรับแก้งานให้งานมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มณีวรรณ ผิวนิม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้เปิดโลกทัศน์การศึกษาเรื่องแนวคิดและทฤษฎีทางวัฒนธรรม ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จการศึกษา

ขอขอบคุณคุณระพีพัฒน์ เกษโกศลที่เอื้อเฟื้อข้อมูลการทำวิจัยและประสานงานไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ทำให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น ขอขอบคุณอรุณ สารเสวกและคุณสวัสดิ์ โปธิ์ประเสริฐ เจ้าหน้าที่องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพที่อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูล และขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ทุกท่าน

วิทยานิพนธ์นี้จะไม่สำเร็จหากขาดกำลังใจอันยิ่งใหญ่จากครอบครัว แม่เรณู พ่อจรัญ และพี่ชาย รัชฎา อุปรานูเคราะห์ รวมถึงญาติทุกคนที่คอยสนับสนุน อดทนรอเสมอมา ขอขอบคุณจรรยาพรณ สุวรรณรัตน์ ผู้ให้คำปรึกษาทุกครั้งที่มีปัญหา ขอขอบคุณภูมิ ชูสุขที่คอยช่วยเหลือตามกำลังความสามารถและเพื่อน ๆ พี่ ๆ CRM โดยเฉพาะชาว CRM 3 ทุกท่านที่เป็นกำลังใจและให้คำปรึกษาจนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ผู้ศึกษาได้รับเงินทุนการศึกษาจากโครงการพัฒนากำลังคนด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับปริญญาโท – เอก จากคณะกรรมการการอุดมศึกษาจึงขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

อนึ่ง วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้จากความร่วมมือของหลายภาคส่วน แต่หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฌ
สารบัญรูปภาพ .....	ญ
บทที่	
1 บทนำ .....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ .....	3
ขอบเขตการศึกษา .....	3
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
ข้อจำกัดในการศึกษา.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	9
แนวคิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว .....	9
แนวคิดการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม .....	23
แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม .....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	31
3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	49
ระเบียบวิธีวิจัย .....	49
การวิจัยเชิงคุณภาพ .....	50
การวิจัยเชิงปริมาณ .....	53
ระยะเวลาการวิจัย .....	56
4 ผลการศึกษา .....	57
พัฒนาการและสถานการณ์ปัจจุบันของการไหว้พระ 9 วัด .....	57
การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระขอพร 9 พระ	
อารามหลวง .....	86
ผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง .....	127

บทที่	หน้า
พฤติกรรม ทักษะคติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการไหว้พระ ขอพร 9 พระอารามหลวง .....	137
5 สรุปและอภิปรายผล .....	153
สรุปผลการศึกษา .....	154
อภิปรายผลการศึกษา .....	157
ข้อเสนอแนะและแนวทางการจัดการ.....	174
รายการอ้างอิง .....	177
ภาคผนวก .....	188
แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “ไหว้พระ 9 วัด”: การท่องเที่ยวและผลกระทบต่อ ทรัพยากรวัฒนธรรม .....	189
ประวัติผู้วิจัย .....	193

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	ตารางแสดงแผนการดำเนินการวิจัย 56
2	ข้อมูลทั่วไปของของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555-เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 ... 138
3	แหล่งที่มาของข้อมูลไหว้พระ 9 วัด ..... 140
4	ความถี่ในการไหว้พระ 9 วัด ..... 141
5	โอกาสในการมาไหว้พระ 9 วัด ..... 142
6	วิธีการเดินทาง ..... 143
7	สาเหตุที่เลือกวัด ..... 144
8	วัดที่เดินทางไปหรือตั้งใจว่าจะเดินทางไป ..... 145
9	สาเหตุที่มาไหว้พระ 9 วัด ..... 146
10	ความคิดเห็นต่อการไหว้พระ 9 วัด ..... 147
11	ความพึงพอใจด้านสถานที่ของวัดที่เดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ..... 148
12	ความพึงพอใจด้านการบริการของวัดที่เดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ..... 149

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพการจำหน่ายบัตรโดยสารโครงการไหว้พระ 9 วัดกับขสมก. อุบางเขน .....	63
2	ภาพแผนที่นมัสการ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ .....	68
3	ภาพหนังสือ “ไหว้พระขอพร 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์” .....	69
4	ภาพกิจกรรม “ไหว้พระ 9 วัดทางน้ำและถวายเทียนพรรษา กระตุ้นตลาดและส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงเทศกาลเข้าพรรษา ปี 2556” .....	71
5	ภาพรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด ณ สถานีขนส่งหมอชิต .....	73
6	ภาพเจ้าหน้าที่ขสมก. อำนวยความสะดวก ณ จุดจอดรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด วัดชนะสงคราม .....	73
7	ภาพนักท่องเที่ยวเดินทางกับทัวร์ไหว้พระ 9 วัดทางน้ำของบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา .....	75
8	ภาพแผนที่โครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง .....	80
9	ภาพป้ายโฆษณาบริการเรือไหว้พระ 3 วัด บริเวณทางเข้าวัดอรุณราชวราราม .....	83
10	ภาพการถวายสังฆทานของผู้เดินทางกับทัวร์ไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ .....	85
11	ภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำรถ .....	85
12	ภาพประชาชนสักการะหลวงพ่อรุ่งอรุณ วัดอรุณ .....	107
13	ภาพการปรับปรุงภูมิทัศน์ของวัดโพธิ์ .....	109
14	ภาพนักท่องเที่ยวหนาแน่นบริเวณพระอุโบสถวัดพระศรีรัตนศาสดาราม .....	110
15	ภาพการใช้เลข 9 กำหนดปัจจัยในการทำบุญ ณ วัดอรุณราชวราราม .....	112
16	ภาพลานจอดรถของวัดชนะสงคราม .....	122
17	ภาพอาคารจอดรถวัดระฆัง .....	122
18	ภาพห้องน้ำที่สร้างขึ้นใหม่บริเวณข้างพระอุโบสถวัดบวรนิเวศ .....	123
19	ภาพห้องน้ำวัดอรุณราชวราราม .....	123
20	หลังคาคลุมจุดสักการะ ณ วัดกัลยาณมิตร .....	124
21	ภาพเปรียบเทียบก่อนและหลังการรื้อหลังคาคลุมหน้าพระอุโบสถวัดชนะสงคราม .....	125
22	ภาพถุงผ้าสำหรับใส่รองเท้า ณ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม .....	126
23	ภาพจุดจอดทัวร์ขสมก. หน้ากระทรวงกลาโหม .....	127
24	ภาพประชาชนต่อแถวเพื่อรอเรือข้ามฟากจากวัดอรุณไปยังท่าเตียน .....	129
25	ภาพหลังคาคลุมระหว่างพระวิหารพระศาสดาและพระวิหารเก๋ง วัดบวรนิเวศ .....	130

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สังคมไทยกับการเดินทางไหว้พระและแสวงบุญเกิดขึ้นควบคู่กันมาตั้งแต่สมัยโบราณ เมื่อย้อนกลับไปศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการเดินทางแสวงบุญของคนไทยพบว่ามีการเดินทางไปยังสถานที่สำคัญทางศาสนาต่าง ๆ โดยเฉพาะวัดเพื่อไหว้พระขอพรและทำบุญมาแล้วตั้งแต่อดีต (กฤตภูมิ, 2547: 29) โดยปรากฏในหลักฐานหลายประเภท อาทิ วรรณกรรมประเภทนิราศ ที่แม้ว่าวัตถุประสงค์หลักจะเป็นการพรรณนาถึงนางอันเป็นที่รักแต่เนื้อความบางตอนนั้นสะท้อนให้เห็นถึงการเดินทางไปแสวงบุญยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เช่น นิราศพระปฐม นิราศพระบาท เป็นต้น นอกจากนี้ยังศึกษาได้จากประเพณีท้องถิ่นต่างๆ เช่น ประเพณีการขึ้นเขาพนมรุ้ง ประเพณีการเดินขึ้นดอยสุเทพ การทอดกฐิน รวมถึงการเดินทางแสวงบุญในงานประจำปีของวัดสำคัญต่างๆซึ่งผู้ร่วมงานมักเดินทางมาจากต่างถิ่นเพื่อมาร่วมทำบุญ จากตัวอย่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าสังคมไทยมีการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือการแสวงบุญตามวัดต่าง ๆ เป็นเวลานานแล้วในลักษณะของประเพณีประจำปีตามช่วงเวลาที่ได้กำหนดไว้ (เอกรินทร์ พึ่งประชา, 2550: 61) ทั้งนี้ระหว่างการเดินทางและหลังจากบรรลุมัคคุเทศก์ในการทำบุญแล้วก็มักจะสอดแทรกการท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ที่อยู่ในเส้นทางด้วย ดังนั้นการแสวงบุญของคนไทยตั้งแต่อดีตจึงอาจเรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง คือ การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั่นเอง อย่างไรก็ตามการเดินทางที่ปรากฏอยู่นั้นไม่มีการจัดระบบหรือกำหนดจำนวนวัดอย่างชัดเจน รวมทั้งจะเดินทางไปเฉพาะช่วงที่มีงานเทศกาลหรือวันสำคัญทางศาสนา

ต่อมารูปแบบการไหว้พระทำบุญของคนไทยได้เปลี่ยนแปลงไป เมื่อเกิดปรากฏการณ์ “ไหว้พระขอพร 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์” หรือที่นิยมเรียกว่า “ไหว้พระ 9 วัด” (แม้ว่าการสักการะจะประกอบด้วยวัดและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ประเภทอื่น ๆ เช่น ศาลหลักเมืองหรือศาลเจ้าตามความเชื่อของคนท้องถิ่นก็ตาม, ผู้ศึกษา) ความนิยมของคนไทยต่อการไหว้พระ 9 วัดสะท้อนผ่านปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานต่าง ๆ การตีพิมพ์หนังสือคู่มือแนะนำการไหว้พระ 9 วัด หรือ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการกล่าวถึงคำว่า

“ไหว้พระ 9 วัด” โดยทั่วไปในสังคม จึงอาจเรียกได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ของสังคมที่ผู้คนเปลี่ยนลักษณะการทำบุญและท่องเที่ยวทางศาสนาจากเดิมที่เดินทางไปตามเทศกาลงานประเพณีต่างๆ และเป็นสถานที่ที่ตนหรือคนส่วนใหญ่ศรัทธาไปสู่รูปแบบใหม่ คือ สามารถเดินทางในช่วงวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ และเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ได้ตลอดทั้งปี รวมถึงมีการให้ความหมายแก่ศาสนสถานที่จะเดินทางไปเพื่อให้เกิดผลทางจิตใจต่อผู้เดินทางไปทำบุญ และในท้ายที่สุดนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงบุญสามารถเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้ง่ายดายผ่านการจัดการท่องเที่ยว ใน 1 วันสามารถไปได้มากถึง 9 วัดซึ่งเป็นไปได้ยากในอดีต

ผู้ศึกษามุ่งเน้นการศึกษาในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงที่จัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นเส้นทางต้นแบบของการจัดกิจกรรมรูปแบบดังกล่าวในประเทศไทยและยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนั้นยังสนใจศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการที่ทำให้การไหว้พระ 9 วัด กลายเป็นสินค้า หน่วยงานและบริษัทนำเที่ยวต่างมองว่าความต้องการไหว้พระทำบุญของคนไทยสามารถแปลงเป็นสินค้าและบริการ เกิดการประเมินคุณค่าในการแลกเปลี่ยนระหว่างความสะดวกสบายในการเดินทางกับค่าบริการที่นักท่องเที่ยวต้องจ่าย ในขณะที่เดียวกันก็ได้นำเอาประเพณีการแสวงบุญของคนไทยมาผลิตซ้ำความหมายใหม่เพื่อให้นักท่องเที่ยวในปัจจุบันยอมรับได้ กล่าวคือ ได้เพิ่มความหมายมงคลให้แก่วัดต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้ไปสักการะขอพร อีกทั้งยังปรับเปลี่ยนเวลาเดินทางให้สามารถไปได้ถึง 9 วัดในเวลาเพียง 1 วัน ซึ่งผู้แสวงบุญในอดีตไม่สามารถทำให้สำเร็จ นอกจากเส้นทางในกรุงเทพฯ แล้ว ท้องถิ่นอื่น ๆ ยังผลิตสินค้าวัฒนธรรมประเภทเดียวกันนี้ขึ้นเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวเช่นกัน จากข้อมูลการศึกษาพบว่า จะเกิดขึ้นในบริเวณที่มีชื่อเสียงทางการท่องเที่ยว แล้วจึงจัดการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเดิมให้เข้ากับคติ “9 วัด” รวมถึงขยายเส้นทางในจังหวัดอื่น ๆ ที่ได้มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวแต่เดิมด้วย เกิดกระบวนการผลิตซ้ำ (reproduction) วัฒนธรรมและสินค้าการท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังจัดการท่องเที่ยวรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ ไหว้พระ 9 วัดทางบก ไหว้พระ 9 วัดทางน้ำ ไหว้พระประประธาน 9 วัด ไหว้ 9 พระอารามหลวงประจำรัชกาล เป็นต้น

ทั้งนี้การเติบโตอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นกระแสนิยมสิ่งใหม่ในสังคม ประกอบกับการกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่สามารถขายได้จึงทำให้มีความนิยมในการจัดอย่างแพร่หลาย จากการศึกษาพบว่าก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทที่จับต้องได้ คือ วัด ที่

ปรับปรุงภูมิทัศน์และลักษณะทางกายภาพเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็เกิดปัญหาในการจัดการพื้นที่เพื่อรองรับคนจำนวนมากที่มาไหว้พระในช่วงเทศกาลสำคัญ ทรัพยากรที่จับต้องได้ประเภทสิ่งก่อสร้าง ศิลปกรรม ตลอดจนพื้นที่ในพระอารามหลวงถูกใช้งานจนมีสภาพทรุดโทรมหรือเกิดความสกปรก นอกจากนั้นแล้วยังส่งผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ด้านความเชื่อเรื่องการไหว้พระทำบุญของคนไทยที่ยึดโยงกับจำนวนสถานที่ 9 แห่งและยังมีชื่อเป็นความหมายมงคล ตลอดจนการจัดการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการและชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณวัดในประเด็นความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ในการใช้พื้นที่เพื่อประกอบอาชีพกับการที่วัดต้องการพื้นที่คืนเพื่อนำไปรองรับนักท่องเที่ยว จากข้อมูลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษากระบวนการที่การไหว้พระ 9 วัดถูกทำให้กลายเป็นสินค้า โดยวิเคราะห์จากความเป็นมาและสถานการณ์ปัจจุบันของการไหว้พระ 9 วัด และมุ่งเน้นศึกษาในเส้นทาง “ไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง” ที่จัดขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นเส้นทางต้นแบบของกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดในประเทศไทย โดยศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ รวมถึงพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวในเส้นทางดังกล่าวเพื่อประเมินผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง และเป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในรูปแบบการไหว้พระ 9 วัด และรูปแบบอื่นต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

1. ศึกษาพัฒนาการและสถานการณ์ปัจจุบันของการไหว้พระ 9 วัดในประเทศไทย
2. ศึกษารูปแบบการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม รูปแบบการท่องเที่ยว พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวตามโครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. ประเมินผลกระทบของโครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงที่มีต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง

## 3. ขอบเขตการศึกษา

**3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่** ศึกษากิจกรรมไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ ตามโครงการ “ไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นเส้นทางเริ่มต้นของการจัดกิจกรรมในรูปแบบของการไหว้พระ 9 วัดในประเทศไทย และยังเป็นเส้นทางที่มีชื่อเสียงได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสักการะในช่วงเทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ และวันสำคัญทางศาสนา ดังจะเห็นได้จากการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนในช่วงเทศกาลเป็นประจำทุกปี

นอกจากนี้ยังเป็นต้นแบบที่สะท้อนให้เห็นการจัดการท่องเที่ยวที่นำเอาการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์มาเพิ่มมูลค่าและความหมายใหม่ จนกลายเป็นสินค้าการท่องเที่ยวที่สำคัญและกระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ประกอบด้วย

1. วัดสระเกศ ราชวรมหาวิหาร
2. วัดชนะสงคราม ราชวรมหาวิหาร
3. วัดบวรนิเวศวิหาร ราชวรวิหาร
4. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม
5. วัดสุทัศนเทพวราราม ราชวรมหาวิหาร
6. วัดระฆังโฆสิตาราม วรมหาวิหาร
7. วัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร
8. วัดกัลยาณมิตร วรมหาวิหาร
9. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร

### 3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยในครั้งนี้แบ่งเนื้อหาที่ศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 พัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในรูปแบบไหว้พระ 9 วัด เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง จนถึงสถานการณ์ปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 รูปแบบการท่องเที่ยว รูปแบบการจัดการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไหว้พระ 9 วัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

ส่วนที่ 3 ผลกระทบของโครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงที่มีต่อทรัพยากรวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในวัดตามโครงการ

### 3.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ริเริ่มจัดโครงการไหว้พระ 9 วัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ทำการศึกษา จำนวนทั้งหมด 4 คน ได้แก่ นักพัฒนาการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครจำนวน 2 คน ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและผู้อำนวยการภูมิภาคภาคกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำนวน 2 คน กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกแบบเจาะจง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นบุคลากรภาครัฐผู้มีหน้าที่วางแผน กำหนดนโยบาย ตลอดจนประชาสัมพันธ์โครงการแก่ประชาชนทั่วไป ยิ่งไปกว่านั้น กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 คนยังเป็นผู้ริเริ่ม

โครงการไหว้พระ 9 วัดในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างจากกองการท่องเที่ยว เป็นผู้คัดเลือกสถานที่ศักดิ์สิทธิ์จำนวน 9 แห่งมาสร้างเป็นเส้นทางสำหรับเดินทางไปสักการะภายใน 1 วัน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา และในภายหลังได้ร่วมมือโดยตรงกับบุคลากรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอีก 2 คนดังกล่าวในการสร้างเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงและเส้นทางอื่น ๆ ในเวลาต่อมา

กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการโครงการไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ จำนวน 3 คน เลือกแบบเจาะจงจากผู้มีหน้าที่ปฏิบัติงานโดยตรงกับกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดของขสมก. เส้นทางกรุงเทพฯ ซึ่งมีพื้นที่ทับซ้อนกับเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงที่ทำการศึกษาค้นคว้า ประกอบด้วยผู้ให้บริการบนรถโดยสารประจำเส้นทางไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ เป็นประจำทุกวันอาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยเส้นทางนี้มีเจ้าหน้าที่ประจำเพียงคนเดียว นอกจากนั้นยังเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในโครงการรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัดที่จัดในช่วงเทศกาลสำคัญ ได้แก่ พนักงานสื่อสาร องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ ที่รับผิดชอบการวางเส้นทางสำหรับรถเมล์ฟรีที่จัดเฉพาะกิจเพื่อให้บริการนำประชาชนไหว้พระ 9 วัดบนเกาะรัตนโกสินทร์ และนายตรวจเขตการเดินรถผู้ปฏิบัติหน้าที่ควบคุมความปลอดภัย การขึ้นลงรถตามจุดจอดในช่วงที่ให้บริการรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด ประจำจุดหน้าวัดชนะสงคราม เนื่องจากได้รับมอบหมายหน้าที่ให้ปฏิบัติงานมาแล้วหลายครั้งและสามารถให้ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาได้

กลุ่มที่ 3 พระภิกษุหรือเจ้าหน้าที่ประจำศาสนสถานในขอบเขตพื้นที่ศึกษา จำนวน 14 คน เลือกแบบเจาะจง จากเกณฑ์ที่พระภิกษุหรือเจ้าหน้าที่ประจำพระอารามหลวงในเส้นทางศึกษาจำเป็นต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงโดยตรงทั้งด้านการวางนโยบายหรือเป็นผู้ปฏิบัติตามนโยบายก็ได้ นอกจากนั้นจะต้องอาศัยหรือปฏิบัติงานอยู่ที่พระอารามดังกล่าวมาตั้งแต่ก่อนปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบันเพื่อที่จะให้ข้อมูลและสะท้อนความเปลี่ยนแปลงในช่วงก่อนและหลังการเกิดกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงได้อย่างรอบด้าน อย่างไรก็ตามในกรณีที่ไม่สามารถเก็บข้อมูลจากพระภิกษุหรือเจ้าหน้าที่ที่มีคุณสมบัติไม่ตรงตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ อาทิ มาปฏิบัติงานหลังจากปี พ.ศ. 2545 ก็จะมีการสัมภาษณ์บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนอื่น ๆ เพิ่มเติม จึงทำให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละวัดไม่เท่ากัน

กลุ่มที่ 4 แม่ค้าหรือพนักงานขับรถรับจ้างที่ประกอบอาชีพบริเวณวัดหรือผู้อาศัยในชุมชนใกล้เคียงกับขอบเขตพื้นที่ศึกษา จำนวน 10 คน กลุ่มตัวอย่างถูกเลือกอย่างเจาะจงวัดละ 1 คน จากผู้ประกอบการอาชีพที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงซึ่งมีทั้งแม่ค้าที่

จำหน่ายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว และพนักงานขับรถรับจ้างที่มีส่วนในการรับส่งนักท่องเที่ยวตามเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง และจะต้องประกอบอาชีพอยู่บริเวณพระอารามหลวงมาก่อนปี พ.ศ. 2545 ตั้งแต่ก่อนปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบันเพื่อที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงในช่วงก่อนและหลังการเกิดกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงได้อย่างรอบด้าน ยกเว้นวัดสุทัศนเทพวรารามที่ไม่สามารถหาตัวอย่างตามเกณฑ์ได้เนื่องจากประกอบอาชีพบริเวณหน้าวัดมาเพียง 5 ปี จึงทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานขับรถรับจ้างร่วมกับแม่ค้าจำหน่ายอาหารในร้านอาหารบริเวณใกล้เคียงกับวัดเพิ่มเติมด้วย

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดในเส้นทางพื้นที่ศึกษาที่เดินทางช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 – พ.ศ. 2556 เลือกตัวอย่างแบบสุ่มจากหลักการของ Taro Yamane ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน

#### 4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์การไหว้พระ 9 วัด สถานการณ์ปัจจุบันและกระบวนการที่ทำให้การไหว้พระ 9 วัด กลายเป็นสินค้าการท่องเที่ยว
2. ทราบถึงรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากรในการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าร่วมโครงการ
3. ทราบถึงผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในรูปแบบของทัวร์ไหว้พระ 9 วัด และรูปแบบอื่นๆต่อไปในอนาคต

#### 5. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ไหว้พระ 9 วัด หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีรูปแบบการเดินทางเพื่อสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ 9 แห่งภายใน 1 วัน โดยสถานที่นั้นหมายรวมถึงวัด ศาสนสถาน ศาสนวัตถุ สถานที่ หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่น ๆ ตามความเชื่อ เช่น ศาลหลักเมือง ศาลเจ้า พระพุทธรูป เทวรูป เป็นต้น จัดขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ และบริษัทนำเที่ยวเอกชน
2. ไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง หมายถึง กิจกรรมที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพระอารามหลวงบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และฝั่งธนบุรีตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์จำนวนทั้งสิ้น 9 แห่งภายใน 1 วัน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 จนถึงปัจจุบัน ประกอบด้วย วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร

วัดบวรนิเวศวิหารราชวรวิหาร วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร  
วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร  
และวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

## 6. ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อจำกัดบางประการที่ส่งผลต่อการเก็บข้อมูล ทำให้ได้ผล  
การศึกษาในบางประเด็นไม่สมบูรณ์ดังที่คาดหมายไว้ และต้องปรับเปลี่ยนประเด็นในการศึกษาให้มี  
ความเหมาะสมมากที่สุด ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นระหว่างการศึกษา ได้แก่

1. การจัดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดเกิดขึ้นมาตั้งแต่พ.ศ. 2543 หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง  
ไม่ได้เก็บข้อมูลการดำเนินงานไว้ ผู้ศึกษาจึงไม่สามารถหาเอกสารการประชุม คำสั่ง หรือรายละเอียด  
โครงการของการจัดโครงการ walking tour สักการะ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์จนถึงการเข้าร่วมมือโดย  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนั้นการเก็บข้อมูลจึงต้องใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง  
เจ้าหน้าที่กองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหลัก  
เช่นเดียวกับการสัมภาษณ์พระสงฆ์ เจ้าหน้าที่ในบริเวณพื้นที่ศึกษา พบว่าไม่มีข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์  
อักษรยืนยันเกี่ยวกับการเข้าร่วมโครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเนื่องจากผ่านมานานแล้ว  
และในบางประเด็นผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลไม่ตรงกัน จึงจำเป็นต้องตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่ง  
เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ตรงกับความเป็นจริงหรือยึดถือเอาข้อมูลที่มีแนวโน้มใกล้เคียงกันมากที่สุดมาใช้

2. การดำเนินงานโครงการไหว้พระ 9 วัดขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ถูกบริษัทนำ  
เที่ยวและสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศฟ้องร้องเรื่องการทำผิดพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยว  
และมัคคุเทศก์ ผู้อำนวยการเขตการเดินรถที่ 1 (อยู่บางเขน) จึงปฏิเสธไม่ให้สัมภาษณ์ ซึ่งข้อมูลจาก  
เจ้าหน้าที่ระดับบริหารน่าจะเป็นประโยชน์แก่การศึกษาในหลายประเด็น พร้อมกันนั้นเจ้าหน้าที่หลาย  
คนถูกจำกัดการให้ข้อมูลที่ผู้ศึกษาต้องการ จึงจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลบางส่วนจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง  
และสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องบางท่านที่ยินดีให้ข้อมูล

3. พระสงฆ์ ผู้ประกอบการ และคนในชุมชนในพื้นที่ศึกษาบางแห่งมีปัญหาขัดแย้งกันทำ  
ให้ไม่ยินยอมให้สัมภาษณ์ในบางประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่อตัวผู้ให้สัมภาษณ์ ทำให้ไม่ได้รับข้อมูล  
เชิงลึกเรื่องผลกระทบจากการจัดการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดในประเด็นความขัดแย้ง

4. ผู้ศึกษามีอุปสรรคในการเก็บข้อมูลภาคสนาม 2 ช่วง คือ ในช่วงน้ำท่วมใหญ่ เดือนกันยายน – พฤศจิกายน พ.ศ. 2554 และช่วงการชุมนุมทางการเมืองระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556 - มกราคม พ.ศ. 2557 ซึ่งทั้ง 2 ช่วงเกิดขึ้นใกล้เคียงกับเทศกาลปีใหม่ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลในช่วงที่มีจำนวนผู้เดินทางมาไหว้พระ 9 วัดในพื้นที่ศึกษามากที่สุดได้

ถึงแม้จะมีข้อจำกัดในการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาก็ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมและนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาซึ่งเพียงพอและทำให้งานมีความสมบูรณ์ดังวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในบทนี้เป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา โดยศึกษาจากหนังสือ รายงานการวิจัย บทความทางวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และบทความในเว็บไซต์ ผู้ศึกษาได้แบ่งการนำเสนอข้อมูลในบทนี้ออกเป็น 4 หัวข้อหลักคือ

1. แนวคิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. แนวคิดการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม
3. แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นพฤติกรรมของมนุษย์มาตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์ มนุษย์ร่อนเร่ไปตามแหล่งอาหารและย้ายที่อยู่ด้วยเหตุผลในการมีชีวิตรอด เมื่อเริ่มรวมกลุ่มตั้งถิ่นฐาน ชีวิตมีความมั่นคงทางอาหารและความปลอดภัย สัตว์ชาติญาติอยากแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ผลักดันให้มนุษย์ออกเดินทางอีกครั้ง มนุษย์จากบ้านของตนไปค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าและแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ต่อมาสังคมได้พัฒนาจนความซับซ้อนมากขึ้นการเดินทางจึงมีรูปแบบที่หลากหลายตามไปด้วย เช่น การออกค้าขายทางไกล การทำสงคราม การเดินทางเยี่ยมเยือนญาติมิตร การเดินทางเพื่อสุขภาพ การเดินทางไปยังศูนย์กลางความเชื่อหรือสถานที่สำคัญทางศาสนา เป็นต้น จนกระทั่งถึงปัจจุบันที่การคมนาคมสะดวกมากขึ้น การทำงานถูกจัดระเบียบให้มีทั้งวันทำงานและเวลาว่าง รวมถึงการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ใช้เวลาสั้นและสะดวกสบาย มนุษย์จึงออกเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่สลับซับซ้อนและกว้างขวางมากขึ้นตามไปด้วย

ในประเด็นนี้ ผู้ศึกษาต้องการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดต่าง ๆ ภายใต้การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยทำการสำรวจตั้งแต่การท่องเที่ยว การพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่

การท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเพื่อให้เข้าใจพื้นฐานที่จะนำไปสู่การมองเรื่องไหว้พระ 9 วัด ในฐานะการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง

### 1.1 การท่องเที่ยว

การเดินทางและการท่องเที่ยวมีความหมายคล้ายคลึงกันจนบางครั้งสามารถใช้ทดแทนกันได้ อย่างไรก็ตามมีผู้พยายามแยกแยะการเดินทางออกจากการท่องเที่ยว ชาลวูวิทซ์ (2540) ได้อธิบายคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวในภาษาต่าง ๆ ไว้ว่า แต่เดิมภาษาอังกฤษนิยมใช้คำว่า Travel เพื่อพูดถึงการเดินทางท่องเที่ยว และใช้คำว่า Traveller ในความหมายว่า นักท่องเที่ยว ส่วนในประเทศฝรั่งเศสใช้คำว่า Tour ในความหมายเดียวกัน แต่ต่อมาภาษาอังกฤษได้นำคำว่า Tour มาใช้ในการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Grand Tour ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ประเทศต่าง ๆ ทั่วทวีปยุโรป และพัฒนาต่อมาเป็นคำว่า Tourism ที่ใช้กันในปัจจุบัน ดังนั้นการท่องเที่ยวในความหมายของชาวตะวันตกนั้นจึงเกี่ยวข้องกับการศึกษาและการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ในขณะเดียวกันมีนักวิชาการให้ความหมายแก่การเดินทางว่า การออกจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงถึงวัตถุประสงค์และระยะเวลา ดังนั้นการเดินทางจึงมีขอบเขตกว้างกว่าการท่องเที่ยว

#### 1.1.1 นิยามของการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันมีองค์การที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและนักวิชาการให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้แตกต่างกัน ในเบื้องต้นองค์การสหประชาชาติ (United Nations) จัดการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ผลของการประชุมนำไปสู่การกำหนดนิยามที่เป็นสากลสำหรับการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการเดินทางที่ประกอบด้วยเงื่อนไขดังต่อไปนี้ ประการแรกจะต้องเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวแต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร ประการที่สองต้องเกิดจากความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทาง และประการสุดท้ายจะต้องมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายแต่ต้องไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น เดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเจริญรอย เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังอธิบายถึงจุดประสงค์ของการท่องเที่ยวว่าเกิดจากสาเหตุสากล 3 ประการ คือ เพื่อทำกิจกรรมในเวลาว่าง เช่น การนั่งรถตากอากาศ การพักผ่อนหย่อนใจ การเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม การเยี่ยมญาติมิตร เป็นต้น ทำธุรกิจและการประกอบอาชีพ เช่น การประชุมสัมมนา

การติดต่อธุรกิจ การเดินทางเพื่อวิชาชีพ เป็นต้น และอาจมีวัตถุประสงค์ในด้านอื่น ๆ เช่น การศึกษา การรักษาสุขภาพ การปฏิบัติกิจทางศาสนา การเป็นทางผ่านจากกิจกรรมอื่น เป็นต้น

นักวิชาการทั้งไทยและต่างประเทศได้นิยามความหมายของการท่องเที่ยว สอดคล้องกับนิยามขององค์การสหประชาชาติ โดยกล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การนันทนาการหรือการพักผ่อนรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นเมื่อคนมีเวลาว่างจากกิจวัตรประจำวันที่ต้องทำ ผนวกเข้ากับแรงกระตุ้นจากความต้องการภายในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (McIntosh, อ้างถึงใน สมบัติ กาญจนกิจ 2544: 85) การท่องเที่ยวยังจำเป็นต้องเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ หรือแหล่งท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์หลายประการ ในเบื้องต้น คือ ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจและการเปลี่ยนบรรยากาศและสภาพแวดล้อม ซึ่งชูศักดิ์ วิทยาภัก (2554) ให้ความหมายแก่การท่องเที่ยวสอดคล้องกับความหมายดังกล่าวว่า เป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่มีการเคลื่อนย้ายทางพื้นที่ (recreation on the move) แต้นอกเหนือจากการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) ยังระบุเพิ่มเติมว่าการท่องเที่ยวเป็นการออกเดินทางเพื่อบำรุงสุขภาพและในบางครั้งก็ออกเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

อย่างไรก็ตามยังมีข้อถกเถียงในประเด็นวัตถุประสงค์ของการออกเดินทางและระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว กล่าวคือ จะนับว่าการเดินทางออกไปเป็นเวลานานเท่าใดจึงจะถือว่าเป็นการท่องเที่ยว องค์การการท่องเที่ยวโลกระบุเรื่องเวลาไว้ว่าต้องเดินทางไปอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในขณะที่ประเทศอังกฤษระบุไว้ว่าอย่างน้อย 3 ชั่วโมง ซึ่งในประเด็นนี้ยังคงถกเถียงกันอยู่จึงไม่ได้กำหนดแน่ชัด นอกจากนี้วัตถุประสงค์ของการเดินทางยังขาดความชัดเจน (ชูศักดิ์ วิทยาภัก, 2554) เนื่องจากปกติคนจะออกเดินทางด้วยเหตุผลต่างกันทั้งการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก หรือเดินทางด้วยวัตถุประสงค์อื่นแต่มีการพักผ่อนหย่อนใจเสริมเข้าไปด้วย (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2552: 4) จึงไม่สามารถแยกการเดินทางออกจากการท่องเที่ยวได้อย่างสิ้นเชิง

นอกเหนือจากความหมายดังกล่าวแล้ว ยังมีการให้ความหมายของการท่องเที่ยวในเชิงธุรกิจซึ่งเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับหน่วยอื่น ๆ อาทิ หน่วยธุรกิจ ผู้ให้บริการ รวมถึงหน่วยงานรัฐและประชาชนในท้องถิ่นที่มีการจัดการท่องเที่ยวขึ้น ไม่ว่าจะเกี่ยวข้องโดยตรงหรือเป็นเพียงส่วนหนึ่งในกระบวนการการดึงดูดนักท่องเที่ยว (McIntosh and Goeldner, อ้างถึงใน สมบัติ กาญจนกิจ, 2544: 85) ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของชูสิทธิ์ ชูชาติ (2546: 2) และชนัญ วงษ์วิภาค (2552: 3) ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการ

เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ การท่องเที่ยวในความหมายนี้เป็นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการด้านท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนดังกล่าวต้องทำงานร่วมกันเพื่อด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่น และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน และการท่องเที่ยวในปัจจุบันก็ตกอยู่ในกระแสลัทธิบริโภคนิยมและพาณิชย์นิยมจากการบริโภคนิยมค่าทางการท่องเที่ยวและการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวด้วย

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยว เป็นคำที่มีผู้ให้นิยามความหมายหลากหลายและไม่สามารถระบุตรงกันได้ทั้งหมด แต่ความหมายหลักที่สอดคล้องกัน คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจเพื่อวัตถุประสงค์อันหลากหลาย เช่น พักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง ติดต่อธุรกิจ ประชุมสัมมนา ศึกษาเรียนรู้ เล่นกีฬาและกิจกรรมอื่น ๆ เป็นต้น แต่การท่องเที่ยวนั้นต้องไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวถูกนำเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรม ทำให้ได้ผลผลิตหรือสินค้าออกมาสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคอย่างหลากหลายและกว้างขวาง

### 1.1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)

ทรัพยากร หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์นำมาใช้ประโยชน์ ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสร้างขึ้นโดยมนุษย์ การท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรเพื่อเป็นแหล่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปพักผ่อนหรือเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือมนุษย์เป็นผู้สร้างสรรค์ขึ้นก็ได้ แต่จะต้องมีความน่าสนใจเพียงพอที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ โดยส่วนใหญ่นิยมแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ (1) ทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นโดยมนุษย์ ทรัพยากรประเภทแรก คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่มีความสวยงามและน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปเยี่ยมชม อาจเป็นความสวยงามของภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพ สัตว์ป่าและพรรณพืช เป็นต้น (2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น ยังแบ่งออกเป็นที่จับต้องได้ นั่นคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา หมายถึง เพื่อวัตถุประสงค์ด้านต่าง ๆ สามารถมองเห็นและจับต้องได้ในรูปแบบของอาคาร สถานที่ วัตถุ ศาสนสถาน ในขณะที่เดียวกันมนุษย์ก็ได้สร้าง

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ซึ่งหมายรวมถึงความคิด ความเชื่อ แบบแผนการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่ปฏิบัติต่อกันมาเป็นเวลานาน หรืออาจเป็นเหตุการณ์พิเศษที่จัดขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะก็ได้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวนี้จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้นั้น ต้องมีลักษณะที่สำคัญ กล่าวคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีความน่าสนใจและดึงดูดทำให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเยี่ยมชมเยือน หรือเรียกว่า สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ได้แก่ สถานที่และเหตุการณ์สำคัญ สถานที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของธรรมชาติหรือการสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งนำไปสู่กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะมีประสบการณ์ร่วมได้ เช่น เกาะแก่ง เทือกเขา พระราชวัง เทวรูป เป็นต้น แต่เหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นจากการกระทำของมนุษย์เท่านั้น เช่น ประเพณีและวันสำคัญต่าง ๆ ของท้องถิ่น นอกจากนี้แล้วความสะดวกสบายเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการ โดยทรัพยากรท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) อาทิ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวควรทำได้สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย บริเวณแหล่งท่องเที่ยวต้องจัดให้มีสาธารณูปโภคพื้นฐานและบริการต่าง ๆ ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ ลักษณะสำคัญประการสุดท้ายเกี่ยวข้องกับการคมนาคมขนส่งโดยการนำนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางได้สะดวก หากทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น ๆ สามารถเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) ก็จะทำให้ นักท่องเที่ยวมีความต้องการจะเดินทางไปมากยิ่งขึ้น

องค์ประกอบดังกล่าวจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชนหรือการท่องเที่ยวสำหรับคนหมู่มากที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวถูกผลิตออกมาให้มีมาตรฐานและการอำนวยความสะดวกแบบเดียวกัน แต่ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่ต้องการท่องเที่ยวในลักษณะเฉพาะทางมากขึ้น เช่น ท่องเที่ยวผจญภัย ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มนี้ต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบดั้งเดิมโดยที่ไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้การศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่จะเลือกใช้องค์ประกอบข้างต้นในการศึกษาต้องพิจารณาเฉพาะกรณีมากขึ้นตามไปด้วย

## 1.2 อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality Industry, Service Industry) เนื่องจากมีกระบวนการผลิตคล้ายกับสินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ผลิตออกมาในปริมาณมากและมีรูปแบบคล้ายคลึงกัน การท่องเที่ยวสัมพันธ์กับการผลิต การบริโภค และการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค อีกทั้งยังมีปัจจัยการผลิตเหมือนกับอุตสาหกรรมทั่วไป (ฉันทิช วรรณ

ถนอม. 2552; สมหมาย ชินนาค. 2541) ซึ่งประกอบด้วย โรงงาน ในที่นี้จะหมายถึง แหล่งสำหรับผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งก็คือพื้นที่สำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชม ส่วนทุนคือ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า ในที่นี้จะหมายถึงทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาเยือน อาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้ เช่น ธรรมชาติ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน หรืออาจเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ประเพณี ความเชื่อ เทศกาล อุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องอาศัยแรงงานในการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว จึงนับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ขั้นตอนการสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ขั้นตอนการผลิตสินค้าท่องเที่ยวและผู้ให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวด้วย เมื่อผลิตสินค้าเรียบร้อยแล้วจำเป็นต้องคำนึงถึงการขนส่งด้วย โดยรูปแบบการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค การขนส่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะกลับด้านจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ กล่าวคือ สินค้าเป็นสิ่งที่อยู่กับที่ เคลื่อนย้ายไม่ได้ ผู้บริโภคหรือตัวนักท่องเที่ยวต้องเดินทางมาด้วยตัวเอง และสุดท้ายต้องมีการส่งเสริมการขาย เป็นการโฆษณาให้คนทั่วไปรู้จักสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ จึงใจให้คนอยากบริโภคสินค้าเหล่านี้

อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแตกต่างกับอุตสาหกรรมอื่นในด้านผลผลิต ผลผลิตของการท่องเที่ยว คือ การบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ แต่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจเมื่อใช้สินค้าเช่นเดียวกัน จนนักวิชาการท่องเที่ยวบางคนไม่ยอมรับว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม แต่เป็นเพียงกิจกรรมที่จัดให้แก่นักท่องเที่ยว (ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2546: 7)

**1.2.2 พัฒนาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย** ประเทศไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวในฐานะอุตสาหกรรม เนื่องจากเป็นหนทางหนึ่งในการสร้างรายได้แก่ประเทศ นักวิชาการสาขาการท่องเที่ยวถือเอาจุดเริ่มต้นของประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2467 เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ผู้บัญชาการรถไฟ ตั้งแผนกโฆษณาขึ้นในกรมรถไฟเพื่อต้อนรับชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย และประชาสัมพันธ์ประเทศให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวต่างชาติ ต่อมาในปี พ.ศ. 2503 จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ได้ตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามายังประเทศไทย นับเป็นหน่วยงานระดับชาติแห่งแรกที่รับผิดชอบดูแลเรื่องการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ

พ.ศ. 2518 หม่อมราชวงศ์คึกฤทธิ์ ปราโมทย์ ได้แถลงนโยบายอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสภาผู้แทนราษฎร จนในที่สุดได้บรรจุเข้าเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) ในฉบับนี้เน้นให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางเข้ามายังประเทศไทย และต่อเนื่องมายังแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) ที่ยังคงเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างชาติพร้อมกับส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว การปรับปรุงพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ (ศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543: 57) รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ชาวไทยให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

จนกระทั่งถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) เริ่มส่งเสริมการสร้างสินค้าท่องเที่ยวและสร้างสินค้าที่เป็นจุดเด่นประจำในแต่ละปี อาทิ ประกาศให้ปี พ.ศ. 2531 - 2532 เป็นปีศิลปหัตถกรรมไทย เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถที่ทรงส่งเสริมงานศิลปอาชีพ เป็นต้น (ศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543: 57-59) ทำให้การท่องเที่ยวเริ่มกระจายลงไปในพื้นที่ต่าง ๆ มากขึ้น หลังจากนั้นธุรกิจท่องเที่ยวได้กลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) จึงเน้นการพัฒนาศักยภาพการบริการที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนากำลังคนให้สามารถรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ

เมื่อนโยบายการท่องเที่ยวดำเนินมาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) จะพบว่าเกิดปัญหาการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหนักจนเริ่มเสื่อมโทรม จึงได้บรรจุประเด็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เป็นทรัพยากรของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน พร้อมกันนั้นก็ให้ความสำคัญกับท้องถิ่นและส่งเสริมให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเฉพาะตามท้องถิ่นต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) สาระสำคัญยังคงคล้ายคลึงกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 แต่เน้นประเด็นของการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น อาทิ การสร้างความตระหนักรู้อันจะนำไปสู่ความภาคภูมิใจของคนในท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างยั่งยืน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) สังคมไทยมีแนวโน้มเป็นสังคมผู้สูงอายุ จึงปรับแผนการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวสูงอายุ อีกทั้งยังส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยนำเอาภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าและต่อยอดในเชิงพาณิชย์พร้อมกับการรักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้ดำรงอยู่ได้ท่ามกลางการ

เปลี่ยนแปลง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) กำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยชุมชนท้องถิ่น การจัดการมรดกทางวัฒนธรรม และสังคมผู้สูงอายุ ตลอดจนคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรอื่น ๆ ซึ่งต่อเนื่องมาจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ดังนั้นจึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะทางมากขึ้น อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การผจญภัย กีฬา และการท่องเที่ยวสะอาด (Green Tourism) เป็นต้น นอกจากนี้ยังเตรียมพร้อมบุคคลากรเพื่อรองรับสถานการณ์การเมือง เศรษฐกิจ การเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการท่องเที่ยว นำไปสู่การพัฒนาแบบองค์รวมที่สร้างและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556)

### 1.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและสร้างรายได้ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้ให้บริการ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว กระทบชุมชนและผู้อาศัยบริเวณโดยรอบ จนถูกยกกระดืบเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization- UNWTO) แสดงแนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2543 (ค.ศ. 2000) มีนักท่องเที่ยวเดินทาง 694 ล้านคน 10 ปีต่อมา มีนักท่องเที่ยวเดินทางเพิ่มมากขึ้นเป็น 1,000 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นถึง 1,600 ล้านคนในปี พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) (World Tourism Organization, 2012) จำนวนของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นนั้นส่งผลต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่ถูกนำมาใช้มากขึ้น ประกอบกับการท่องเที่ยวในยุคที่ผ่านมา มีลักษณะที่เรียกว่า การท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม (Conventional Tourism) หรือการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) คือ การเดินทางเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะขนาดใหญ่ จุดหมายปลายทางคือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ตารางการเดินทางท่องเที่ยวถูกจัดไว้เป็นมาตรฐานเพื่อความสะดวกในการให้บริการนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวก็ชื่นชอบการท่องเที่ยวลักษณะนี้ เพราะมีราคาถูกและได้รับการบริการที่สะดวกสบาย การท่องเที่ยวของมวลชนขนาดใหญ่นี้เติบโตอย่างรวดเร็วจนส่งผลเสียต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมถึงชุมชนและวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นนั้น ๆ ถูกนำมาเปลี่ยนให้เป็นสินค้าสำหรับการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จนอาจทำให้เสื่อมโทรมและสูญเสียไปอย่างถาวร จากผลกระทบทางลบดังกล่าวจึงมีการค้นหาแนวทางท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่จัดการท่องเที่ยวควบคู่กับการอนุรักษ์ เรียกว่า การท่องเที่ยวแบบ

ยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งเกิดขึ้นทั้งในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานวัตถุ ศาสนสถาน และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี นักท่องเที่ยวบางกลุ่มยอมรับในหลักการดังกล่าว จึงปรับเปลี่ยนแนวคิดทางการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) เพื่อเรียนรู้และเปิดรับประสบการณ์ใหม่ในสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่มีผู้คนเข้าไปเยือนมากนัก การท่องเที่ยวทางเลือก เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) และรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540, บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

**1.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมุ่งเป้าหมายไปยังทรัพยากรท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์ ปัจจุบันการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศไทยเนื่องจากมีทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั้งประเภทประวัติศาสตร์ ประเพณี และวิถีชีวิตที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยว ดังนั้นจึงมีการศึกษาและให้นิยามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถนำมาเป็นแนวทางสำหรับกรวิจัยได้ต่อไป

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางไปยังท้องถิ่นหรือชุมชนที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อชื่นชม ศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมา ตลอดจนเรียนรู้มุมมอง ความศรัทธา และค่านิยม ของพื้นที่นั้น ๆ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540: 8-10; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 283) โดยเรียนรู้ผ่านวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ (สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม, 2549: 1) รวมถึงวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภูมิปัญญา วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียมประเพณี รวมถึงสิ่งอื่น ๆ ที่แสดงถึงการดำรงชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของคนในแต่ละยุคสมัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนหย่อนใจก็จะได้เรียนรู้ผู้อื่น และเป็นกระจกเงาสสะท้อนกลับมาองตนเอง นำไปสู่ความเข้าใจอันดีและสร้างความกลมเกลียวระหว่างกัน (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540: 8-10) และยังช่วยให้ตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมในกรณีที่ได้ท่องเที่ยวเรียนรู้ในพื้นที่วัฒนธรรมของตนเอง

การท่องเที่ยวลักษณะนี้เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้งใจต่อสิ่งที่ได้พบเห็น ช่วยส่งเสริมให้เจ้าของวัฒนธรรมเล็งเห็นถึงความสำคัญและเป็นประโยชน์ในการรักษาวัฒนธรรมและช่วย

ให้สังคมมีความเข้มแข็งมากขึ้น ในขณะที่ด้วยกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านการสร้างรายได้และการจ้างงาน อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมต่อไป (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2552: 15-16; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 283)

**1.3.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) จัดแบ่งการท่องเที่ยววัฒนธรรมออกเป็น 5 ประเภท ตามลักษณะของวัตถุประสงค์ที่เดินทางไป โดยการท่องเที่ยวนั้นชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการ และนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปบนพื้นฐานของความเคารพและมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ตนได้เข้าไปเรียนรู้ ได้แก่

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่จัดขึ้นโดยชุมชน เพื่อความเพลิดเพลินและเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น โดยการท่องเที่ยวต้องให้ความเคารพต่อสถานที่และมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ เช่น การเที่ยวชมร่องรอยทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี พิพิธภัณฑสถานปัตยกรรม ผังเมือง เป็นต้น

การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรมหรืองานประเพณีของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ความเชื่อ สภาพสังคม วัฒนธรรม จากการเข้าร่วมหรือเป็นผู้สังเกตการณ์ในพิธีกรรมทางศาสนา ศิลปะการแสดง มหรสพ ขนบธรรมเนียมประเพณี รวมถึงเทศกาลต่าง ๆ

การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) คือ การท่องเที่ยวในหมู่บ้านหรือชนบทที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องนุ่งห่ม ภาษา งานศิลปะพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ดียิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อเล่นหรือแข่งขันกีฬาในสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวจะได้เล่นกีฬาพร้อมกับเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อีกด้วย

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชิงวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดแทรกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านสุขภาพเข้าไปด้วย เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การฝึกสมาธิ เป็นต้น

การไหว้พระ 9 วัดนับเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ผสมผสานกับงานวัฒนธรรมประเพณี เนื่องจากศาสนสถานเป็นแหล่งรวบรวมศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ ตลอดจนประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับทางการและท้องถิ่นซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ได้ ในขณะเดียวกันก็สามารถสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์และพิธีกรรมตามความเชื่อในแต่ละสถานที่ได้เช่นกัน

**1.3.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือน ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทนี้ นับวันจะยิ่งได้รับความนิยมมากขึ้นจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะมีลักษณะหลากหลายและมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์โดยตรง นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ความเชื่อผ่านการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็เชื่อมโยงเข้ากับชีวิตและประสบการณ์ของตนเองได้ นักท่องเที่ยวจึงได้รับทั้งความรู้และความสนุกสนานเพลิดเพลินควบคู่กันไป

หากจัดประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างกว้าง จะสามารถแบ่งได้เป็นทรัพยากรที่จับต้องได้และทรัพยากรจับต้องไม่ได้ แต่ในการท่องเที่ยวบางครั้งนักท่องเที่ยวอาจได้รับประสบการณ์จากทรัพยากรทั้ง 2 ประเภทไปพร้อมกัน ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ประกอบไปด้วยร่องรอย สิ่งก่อสร้าง ย่านหรือสถานที่ รวมถึงวัตถุที่มนุษย์สร้างขึ้น สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ ทรัพยากรประเภทนี้นักท่องเที่ยวจะเกิดความรู้สึกร่วมในขณะเที่ยวชมได้มาก เพราะเป็นการรับรู้โดยตรงผ่านทางสายตา ตัวอย่างของทรัพยากรประเภทนี้ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน ปราสาท วัง ย่านประวัติศาสตร์ รวมถึงโบราณวัตถุและข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ ส่วนทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ทรัพยากรนี้เป็นผลผลิตที่เกิดจากการสังสมประสบการณ์ ปรากฏออกมาในรูปของประเพณี ศิลปะการแสดง พิธีกรรม เทศกาล และทักษะด้านต่าง ๆ (ชนิก เลิศชาญฤทธ์, 2552: 6) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมในฐานะผู้สังเกตการณ์และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมนี้ได้ ประเพณี เทศกาลท้องถิ่น การแสดง และศิลปะพื้นบ้าน เป็นต้น

#### 1.4 การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ศาสนาและความเชื่อเป็นปัจจัยพื้นฐานอย่างหนึ่งที่ทำให้มนุษย์ออกเดินทาง เมื่อศาสนาหรือความเชื่อถูกสถาปนาขึ้นในดินแดนใดดินแดนหนึ่งก็จะเกิดการรวมตัวของกลุ่มคนที่ศรัทธาในลัทธิความเชื่อนั้น ๆ จนกลายเป็นศูนย์กลางของจิตวิญญาณ ผู้คนจากดินแดนอื่น ๆ ที่มีความคิด

ความเชื่อแบบเดียวกันจึงเดินทางมายังศูนย์กลางเพื่อสักการะสิ่งที่ตนนับถือ (Vukonic, 1996) หากนำกิจกรรมดังกล่าวมาศึกษาในบริบทของการท่องเที่ยวจะพบว่า นิยามของการท่องเที่ยวอย่างกว้าง ๆ คือ การเดินทางของมนุษย์จากที่อยู่อาศัยเดิมไปยังอีกสถานที่หนึ่งด้วยวัตถุประสงค์อื่น ๆ นอกเหนือจากภาระการทำงานหรือแสวงหารายได้เลี้ยงตน การเดินทางเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในดินแดนต่าง ๆ หรือการแสวงบุญนั้นจึงแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวและศาสนา ความเชื่อ ซึ่งมีทั้งที่ต้องการสักการะตามหลักของศาสนาหรือการสักการะขอพรในทางไสยศาสตร์ กลายเป็นรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวที่รวมเอาความเชื่อ ศาสนา และไสยศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนามีบทบาททับซ้อนกันระหว่างการเป็นพื้นที่สำหรับประกอบพิธีกรรมของคนในท้องถิ่น ขณะเดียวกันก็มักมีความโดดเด่นไม่ว่าจะเป็นชื่อเสียงหรือความสวยงามของสถาปัตยกรรมจึงดึงดูดคนให้เข้ามาเยี่ยมชมจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ทางศาสนาความเชื่อหรือเพียงชื่นชมความงามของสถานที่ ดังนั้นจึงมีการปรับปรุงสถานที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์เทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ให้คนมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณย่อมมีความต้องการเติมเต็มทางด้านจิตใจ บางส่วนอยากระลึกถึงคุณค่าและความยิ่งใหญ่ของศาสนา ส่งผลให้ศาสนสถานจำเป็นต้องบูรณะซ่อมแซมและปรับปรุงสถานที่ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมหรือร่วมประกอบประเพณีพิธีกรรมทางศาสนาอีกด้วย ซึ่งแต่เดิมประเพณีเหล่านี้จะถูกจัดขึ้นจากคนภายในท้องถิ่นแต่ต่อมาได้ถูกปรับเปลี่ยนให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทั้งนี้ในบางท้องถิ่นได้นำประเพณีดั้งเดิมของตนมาประดิษฐ์ขึ้นใหม่ จนกลายเป็นที่นิยมแพร่หลายและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมเป็นจำนวนมาก (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2552)

ชนัญ วงษ์วิภาค (2552) ได้ตั้งข้อสังเกตระหว่างประเด็นศาสนาและไสยศาสตร์ไว้ว่า ศาสนาความเชื่อเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมซึ่งเกิดจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์เพื่อจัดการกับพลังธรรมชาติรอบตัว ศาสนาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่คนมีความเชื่อและประกอบพิธีกรรมร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขอสิ่งที่ปรารถนาและความเมตตาจากสิ่งที่ตนนับถือในเรื่องทั่วไป ผลที่ได้นี้อาจเกิดขึ้นในโลกนี้หรือในโลกหน้าก็ได้ ต่างจากความเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ที่เป็นการประกอบพิธีส่วนบุคคลเพื่อให้ได้รับผลที่ตนร้องขออย่างรวดเร็ว การเดินทางไปประกอบพิธีกรรมยังสถานที่ทางศาสนาจึงอาจเกิดขึ้นจากวัตถุประสงค์ทางศาสนา วัตถุประสงค์ทางไสยศาสตร์ หรือทั้งสองลักษณะในเวลาเดียวกัน

กัน ผู้ศึกษามีความเห็นว่าสาเหตุของการเดินทางไปสถานที่ทางศาสนาดังกล่าวสามารถนำมาใช้ศึกษาในกรณีการไหว้พระ 9 วัดถึงวัดอุประสงค์การออกเดินทางของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

**1.4.1 การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในประเทศไทย** การเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้นผูกพันกับวิถีชีวิตของพุทธศาสนิกชนไทยมาตั้งแต่อดีต ความศรัทธาในพระพุทธศาสนาส่งผลให้ผู้นับถือไปยังวัดเพื่อประกอบพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา รวมถึงไปกราบไหว้สิ่ง ที่ตนเคารพบูชาตามแต่เวลาที่สามารถเดินทางไปได้ ไม่ว่าจะ เป็นพระมหากษัตริย์หรือสามัญชนทั่วไป

พระราชกรณียกิจของกษัตริย์ที่นิยมปฏิบัติตามโบราณราชประเพณี คือ การเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวาระการขึ้นครองราชย์หรือโอกาสสำคัญ เช่น พระพุทธบาทสระบุรี พระพุทธชินราช เป็นต้น (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2537: 54) รวมถึงการเสด็จไปถวายผ้าพระกฐินตามวัดหลวงต่าง ๆ ด้วย ส่วนการเดินทางของสามัญชนก็นิยมเดินทางไปยังวัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เช่นเดียวกัน การเดินทางไปยังวัดใกล้บ้านซึ่งเป็นศูนย์รวมใจของคนในท้องถิ่น ชาวบ้านจะได้ทำบุญในงานประจำปีของวัด ในขณะเดียวกันในงานก็จะมีการเล่นรื่นเริง ทำให้ชาวบ้านได้สนุกสนานเพลิดเพลินควบคู่ไปกับการทำบุญในครั้งนั้นด้วย (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2552: 37-44) หากศาสนสถานหรือศาสนวัตถุของท้องถิ่นนั้นมีการกล่าวต่อกันมาว่าศักดิ์สิทธิ์ก็ยิ่งดึงดูดให้คนอยากสักการะกลายเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงสำหรับคนต่างถิ่นต้องการเดินทางมาเยือน และส่งผลให้การเดินทางทางศาสนาขยายวงกว้างออกไปเรื่อย ๆ แต่การเดินทางในอดีตนั้นอาจกล่าวได้ว่ามีความยากลำบาก เนื่องจากการคมนาคมยังไม่สะดวก ผู้ที่จะเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ต้องประกอบไปด้วยความมุ่งมั่นและศรัทธาอย่างแรงกล้า อาทิ พระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี และองค์พระปฐมเจดีย์ ต้องเดินทางโดยเรือและเดินเท้า การเดินทางยิ่งยากลำบากมากขึ้นหากวัดที่ต้องการเดินทางไปตั้งอยู่บนภูเขาสูง เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพที่ผู้ศรัทธาต้องเดินเท้าจากเชิงเขาขึ้นไปยังตัววัดด้านบน ความยากลำบากในการเดินทางดังกล่าวทำให้พบว่าผู้ที่ทำการเดินทางมักเป็นพระมหากษัตริย์ เจ้านายชั้นสูง รวมถึงผู้มีอำนาจและฐานะทางเศรษฐกิจดี เนื่องจากมีศักยภาพเพียงพอในการเตรียมผู้คน อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างเดินทาง จนนำไปสู่ประเด็นของการแข่งขันบุญบารมีจากการเดินทางและความสามารถในการจัดการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ อาทิ ความนิยมเรื่องการเดินทางไปนมัสการพระพุทธบาทครบ 7 ครั้งจะส่งผลให้ได้ขึ้นสวรรค์ เป็นต้น (กิติพร ใจบุญ, 2538: 72)

เรื่องราวการเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะของการแสวงบุญตามสถานที่ศักดิ์สิทธิ์แต่เดิมมักปรากฏในรูปแบบมุขปาฐะ คือ เล่ากันแบบปากต่อปากโดยไม่ได้บันทึกไว้ ต่อมาจึงเริ่มมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่เป็นหลักฐานแสดงถึงการเดินทางท่องเที่ยวทางศาสนาในอดีตคือ นิราศ กวีบันทึกเรื่องราวการเดินทางของตนผ่านนิราศในหลายยุคหลายสมัย ยุคกรุงศรีอยุธยาศรีปราชญ์ได้บันทึกการเดินทางของตนลงในโคลงกำสรวลศรีปราชญ์ จนกระทั่งสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นกวีผู้มีชื่อเสียงในการแต่งนิราศ คือ สุนทรภู่ ได้บรรยายการเดินทางไปสักการะสถานที่ต่าง ๆ อาทิ ภูเขาทอง พระพุทธบาทสระบุรี พระปฐมเจดีย์ เป็นต้น ต่อมาบันทึกการเดินทางถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบอีกครั้งในช่วงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โดยเปลี่ยนรูปแบบจากร้อยกรองมาเป็นร้อยแก้วที่เรียกว่า จดหมายเหตุหรือจดหมายเหตุระยะทาง รวมทั้งผู้นิพนธ์ที่แต่เดิมเป็นข้าราชการบริพารในราชสำนักก็กลับกลายเป็นพระมหากษัตริย์หรือพระบรมวงศานุวงศ์เป็นผู้บันทึกเอง (กิตติพร ใจบุญ, 2538; ชันญ์ วงษ์วิภาค, 2552)

นอกจากนี้ยังสามารถศึกษาเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของคนทั่วไปจากงานบุญต่าง ๆ ที่จัดขึ้นตามช่วงเทศกาล ที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการเดินทางไปสถานที่สำคัญทางศาสนาในวันสำคัญที่วัดได้จัดขึ้น อาทิ การทอดกฐิน การทอดผ้าป่า งานนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์สำคัญประจำปี เป็นต้น

**1.4.2 บทบาทของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ** ชันญ์ วงษ์วิภาค (2552) สรุบบทบาทหน้าที่ของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่สัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว โดยการร่วมประกอบพิธีกรรมทางศาสนาแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของคนในท้องถิ่น ส่วนการเดินทางแสวงบุญหรือท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเทศกาลทางศาสนาต่าง ๆ ก็สะท้อนถึงความกลมเกลียวของหมู่คณะ เมื่อผู้คนเดินทางไปเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาก็จะได้รับความสุข เกิดความสนุกสนานจากการละเล่น การเฉลิมฉลอง และกิจกรรมรื่นเริงต่าง ๆ ในขณะที่คนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวทำพิธีกรรมเพื่อเช่นไหว้วตามความเชื่อจะช่วยบรรเทาความวิตกกังวลของคนต่อสิ่งที่มองไม่เห็น พร้อมกันนั้นก็ทำให้เชื่อว่าจะได้รับความคุ้มครองจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหล่านั้น ซึ่งถือว่าการได้ร่วมทำบุญทางศาสนาช่วยสนับสนุนความมั่นคงของตนในโลกหน้า ส่วนการเข้าร่วมพิธีกรรมซึ่งเป็นไสยเวทย์เชื่อว่าจะให้ผลในเวลาอันสั้น

การทบทวนแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณทำให้ผู้ศึกษามีความเห็นว่า ในปัจจุบันศาสนสถานทั้งหลายทำหน้าที่ใน 2 ระดับ ระดับแรก คือ การเป็นสถานที่เพื่อประกอบพิธีกรรมสำหรับศาสนิกชน และระดับที่สอง คือ การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์

ชื่นชมความสวยงามของศิลปกรรม และเรียนรู้วัฒนธรรมแปลกใหม่ หน้าที่ดังกล่าวนี้ทับซ้อนกันอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าสามารถนำมาประกอบการศึกษาในประเด็นของสถานการณ์ปัจจุบันและรูปแบบการไหว้พระ 9 วัดที่ได้รับความนิยมในสังคมไทยขณะนี้

## 2. แนวคิดการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม

ธนิช เลิศชาญฤทธ์ (2552) เป็นบุคคลแรกที่เขียนหนังสือตำราการศึกษาที่เป็นภาษาไทย เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม โดยได้ให้ข้อมูล ตัวอย่าง และการวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมไว้อย่างละเอียด

การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมหรือการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเป็นขั้นตอนในการจัดการผลิตที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งผลผลิตนั้นจะต้องนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้

### 2.1 ประเภทของทรัพยากรทางวัฒนธรรม

การจัดประเภทของทรัพยากรวัฒนธรรมสามารถใช้เกณฑ์ในการแบ่งที่หลากหลาย ในที่นี้ผู้ศึกษาเลือกเกณฑ์อย่างกว้าง ๆ แบ่งออกเป็น ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (รูปธรรม) และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (นามธรรม) ในระยะแรกของการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมจะมุ่งเน้นไปที่ตัวทรัพยากรที่จับต้องได้ ประกอบด้วยสิ่งก่อสร้าง แหล่งโบราณคดี ร่องรอยของมนุษย์ที่มีคุณค่า ตลอดจนสิ่งสะสมหายากและเอกสารหลักฐานโบราณ แต่ต่อมาเริ่มมีการตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ อาทิ ประเพณี พิธีกรรม ศิลปะการแสดง ทักษะ และงานฝีมือ เป็นต้น

### 2.2 คุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรม

ทรัพยากรทางวัฒนธรรมทั้ง 2 ประเภทจะมีคุณค่าหรือความหมายเช่นใดก็ต้องขึ้นอยู่กับความเข้าใจและการนำไปใช้ในแต่ละสังคม แต่โดยรวมแล้วจะพบว่ามียุทธศาสตร์ใน 4 ด้านหลัก ดังนี้

**คุณค่าเชิงสัญลักษณ์** เพราะเป็นตัวแทนหรือสัญลักษณ์ของเหตุการณ์ในอดีตที่เชื่อมโยงมาสู่ปัจจุบัน ช่วยให้เกิดความรู้สึกผูกพันหรือกระตุ้นเตือนความทรงจำบางอย่าง และสามารถนำคุณค่าด้านนี้ในการสร้างความรู้สึกร่วมกันทางวัฒนธรรม ชาตินิยม หรือทัศนคติทางการเมืองได้

**คุณค่าเชิงวิชาการ** เพราะทรัพยากรทางวัฒนธรรมเป็นผลจากการสั่งสมประสบการณ์และความรู้ของคนในรุ่นหนึ่ง ๆ ที่จะถ่ายทอดให้แก่คนในรุ่นต่อไปสามารถนำไปใช้ในการดำรงชีวิตหรือต่อยอดความรู้เพิ่มเติม ตลอดจนเป็นบทเรียนให้คนรุ่นหลังเข้าใจถึงความเป็นมาของบรรพบุรุษ

**คุณค่าเชิงสุนทรีย์** เพราะทรัพยากรทางวัฒนธรรมบางอย่างมีความสวยงามที่รับรู้ได้ผ่านประสาทสัมผัสด้านต่าง ๆ และส่งผลต่อจิตใจ แต่การรับรู้ถึงความงามนั้นจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ทัศนคติ และพื้นฐานทางวัฒนธรรมของแต่ละบุคคลด้วย

**คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ** เพราะทรัพยากรทางวัฒนธรรมมีประโยชน์ในการใช้สอยเพื่อตอบสนองความต้องการในการดำรงชีวิต อีกทั้งทรัพยากรบางประเภทยังมีประโยชน์ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงมีคุณค่าเชิงเศรษฐกิจในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งคุณค่าเชิงเศรษฐกิจนี้ถือเป็นคุณค่าสากลที่ทั้งโลกเห็นพ้องไปในทิศทางเดียวกันโดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม

### 2.3 รูปแบบการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม

ในปัจจุบันได้มีการจัดรูปแบบการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมโดยใช้เกณฑ์เรื่องผลกระทบมาเป็นหลักในการแบ่ง สำหรับวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วในพื้นที่หรือทรัพยากรที่ยังไม่ได้รับการจัดการใด ๆ มาก่อน จะเป็นทรัพยากรที่ยังไม่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมอื่น ผู้ที่มีส่วนในการจัดการมักเป็นกลุ่มที่ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรที่มีแล้วต้องการนำออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ชุมชน หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในทรัพยากร การจัดการลักษณะนี้ไม่มีกำหนดระยะเวลาปฏิบัติงานที่แน่นอนจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเร่งรีบ การจัดการจึงดำเนินไปโดยไร้ความกดดัน ตรงกันข้ามกับทรัพยากรวัฒนธรรมในกลุ่มที่กำลังตกอยู่ในภาวะไม่ปกติ ถูกคุกคาม เป็นอันตราย หรือสุ่มเสี่ยงที่จะสูญสลายอันมีสาเหตุมาจากกิจกรรมอื่นที่เกิดขึ้นแล้วส่งผลกระทบต่อตัวทรัพยากรนั้น ๆ จะนับว่าเป็นการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมอื่น ต้องอาศัยการจัดการอย่างเร่งด่วน กลุ่มคนที่มีส่วนร่วมจึงมักเป็นหน่วยงานผู้มีอำนาจ นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในการจัดการกับปัญหาได้อย่างทันด่วนที่ โดยการจัดการทั้งสองรูปแบบจะมีขั้นตอนการจัดการเหมือนกัน

ขั้นตอนแรกต้องทำการศึกษาทรัพยากรวัฒนธรรม เช่น การสำรวจ กำหนดประเภท เก็บข้อมูล ทำบัญชีรายชื่อ และการประเมินผล เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน ความหมาย ความสำคัญ และคุณค่าของทรัพยากรทางวัฒนธรรมในบริบทต่าง ๆ ต่อมาจึงนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนการจัดการ เป็นขั้นตอนที่จะกำหนดระยะเวลาการปฏิบัติงานและผลที่คาดว่าจะได้รับ หลังจากนั้นเริ่มระบุผลกระทบในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม โดยพิจารณาใน 2 ระดับ คือ ระดับแรกผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อตัวทรัพยากร ระบุได้จากผลการประเมินสถานการณ์ของทรัพยากรในขณะนั้นว่าจำเป็นที่จะต้องกอบกู้ สงวนรักษาหรือเพียงจัดการอย่างเป็นระบบ ระดับที่สอง คือ ผลกระทบที่

เกิดขึ้นจากการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมที่กำลังจะเกิดขึ้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องระบุปัญหาอย่างรอบคอบเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่จะกระทบต่อตัวทรัพยากร สังคม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เมื่อทราบผลที่จะเกิดขึ้นแล้วจึงลงมือปฏิบัติร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ เป็นการบูรณาการความรู้ที่เกี่ยวข้องเข้ากับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม พร้อมทั้งได้รับฟังความคิดเห็นโดยตรงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการ ขั้นตอนสุดท้าย คือ นำเสนอความรู้ต่อสาธารณะและกระตุ้นการมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาความร่วมมือในการจัดการทรัพยากร การเข้าถึงทรัพยากรอย่างเท่าเทียม และให้ความรู้ที่ถูกต้องต่อไป

#### 2.4 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

แนวคิดเรื่องทรัพยากรวัฒนธรรมและการจัดการเกิดขึ้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ในงานทางด้านโบราณคดีซึ่งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และสงวนรักษาทรัพยากร (สายันต์ไพโรชาญจิตร, 2550: 96-97) ประเภทโบราณสถาน สิ่งก่อสร้าง และแหล่งโบราณคดี รูปแบบการจัดการจึงเกิดจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่มีอำนาจเป็นผู้วางนโยบาย มีผู้เชี่ยวชาญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมทั้งเจ้าหน้าที่รัฐเข้ามารับผิดชอบดูแล วิธีการดำเนินงานจะเน้นที่การออกแบบลักษณะของการจัดการในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งโดยเฉพาะ วัตถุประสงค์หลักจะมุ่งจัดการเพื่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ รูปแบบการจัดการจึงมีลักษณะแบบบนลงล่างและเป็นการสื่อสารเพียงทางเดียว ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

เมื่อเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 รูปแบบการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป โดยขยายขอบเขตการจัดการครอบคลุมถึงทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ประเภทภูมิปัญญา ประวัติศาสตร์ ชุมชน ภูมิทัศน์วัฒนธรรม ในลักษณะการจัดการแบบองค์รวม ในขณะที่เดียวกันก็เปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการนำเสนอทรัพยากรทางวัฒนธรรม และยังอาศัยบุคลากรจากสหสาขาวิชามาช่วยกันวางแผนการจัดการ ตลอดจนบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนแสดงให้เห็นถึงการกระจายอำนาจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มและเป็นการสื่อสาร 2 ทางที่มีการตอบโต้ระหว่างกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาตัวบุคคล ชุมชน และทรัพยากรวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่เป้าประสงค์ใหม่ของการจัดการ นั่นคือ การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในระดับต่อไป

### 3. แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

ในเบื้องต้นได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับการเข้าสู่กระบวนการผลิตในรูปแบบอุตสาหกรรม ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษารื่องการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าต่อไป

### 3.1 อุตสาหกรรมวัฒนธรรม

Theodor Adorno และ Max Horkheimer นักคิดในสำนักแฟรงค์เฟิร์ต (Frankfurt School) เป็นผู้ริเริ่มใช้คำว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” (Culture Industry) เป็นครั้งแรกเมื่อปีค.ศ. 1947 ในบทความเรื่อง "Culture Industry: Enlightenment as a Mass Deception" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหนังสือ Dialectic of Enlightenment โดยนิยามความหมายของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมว่า เป็นกระบวนการผลิตในรูปแบบอุตสาหกรรมของสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือความเคยชินในชีวิตประจำวัน สิ่งนี้เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม การบริโภค และการล่อลวงมวลชน (Mass Deception) (เกษม เพ็ญพิณันท์, 2555)

**3.1.1 การผลิตในระบบอุตสาหกรรม** คือ กระบวนการคิดและผลิตสิ่งต่าง ๆ ออกมาซ้ำกันเป็นจำนวนมาก รวมถึงกระบวนการกระจายสินค้าออกไปยังกลุ่มคนในวงกว้างหรือมวลชน นำไปสู่การบริโภคของคนในสังคมที่ใช้สินค้าเหมือนกัน มีวิถีชีวิตแบบเดียวกัน หลอมรวมความคิดว่าทุกคนสามารถใช้ชีวิตเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน กระบวนการนี้ได้รับอิทธิพลส่วนหนึ่งจากการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อ ที่คอยล่อลวงให้คนในสังคมรับรู้รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเดียวกันบริโภคสิ่งเดียวกันได้ง่าย ทำให้มวลชนตกอยู่ภายใต้การแสวงหาผลประโยชน์ทางการตลาด (เกษม เพ็ญพิณันท์, 2555) สังคมจึงถูกกำหนดรูปแบบให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันตามที่สื่อกำหนด การผลิตและบริโภคนี้นขยายขอบเขตจากสินค้าไปสู่วัฒนธรรมด้วย ดังนั้น อุตสาหกรรมวัฒนธรรมในความหมายของ Adorno และ Horkheimer จึงหมายถึงความถึงกระบวนการการสร้างวัฒนธรรมให้เกิดขึ้น ซึ่งวัฒนธรรมนั้นก็คือสิ่งที่เชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมถูกผลิตในระบบขนาดใหญ่ มีมวลชนเป็นผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญต่อการผลิตในปริมาณมากและการบริโภคเหนือกว่าคุณค่าของวัฒนธรรมและความเป็นมนุษย์ที่แท้จริง (วจิ เรื่องพรวิสุทธิ, 2555; วิริยะ สว่างโชติ, 2553) ซึ่งอาจส่งผลต่อคุณค่า ความหมาย และสุนทรียะของวัฒนธรรมที่เคยมีมาให้หายไป (กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน, 2553: 258) โดยที่ตัวมนุษย์เองไม่ทันตระหนักถึงคุณค่าและความสูญเสียต่อตัววัฒนธรรมนั้น ๆ

**3.1.2 อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม** ภายหลังจากแนวคิดของ Adorno และ Horkheimer มีนักคิดได้นำเสนอมุมมองอีกด้านหนึ่ง คือ Bernard Miège ที่มองอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในเชิงบวก เป็นที่มาของ Cultural Industry ซึ่งเกษม เพ็ญพิณันท์ (2555) เรียกว่า “อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม” เพื่อให้แตกต่างจาก “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ของ Adorno และ Horkheimer แนวคิดนี้เปลี่ยนมุมมองจากการวิพากษ์วัฒนธรรมมาเป็นการมองตัววัฒนธรรมเองว่ามีประโยชน์เชิงสร้างสรรค์ หากนำวัฒนธรรมมาเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม หรือ สินค้าทางวัฒนธรรม จะทำให้คุณค่าทางวัฒนธรรมนั้นแปรเปลี่ยนเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ พร้อมกันนั้นก็จะสามารถสร้างคุณค่าของวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ขึ้นได้ เมื่อมองในกรอบแนวคิดนี้การผลิตและการบริโภควัฒนธรรมจะนำไปสู่การขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจเป็นลำดับต่อไป

พื้นฐานแนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมของ Miège ที่นำวัฒนธรรมมาสร้างให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจนั้นถูกนำมาใช้เป็นนโยบายในหลายประเทศ ประเทศแรก ๆ ที่นำมาใช้ คือ ประเทศอังกฤษ ต่อมา องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโก (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization – UNESCO) เริ่มเล็งเห็นความสำคัญของนโยบายอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมและใช้เป็นแนวทางในการจัดการกับวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก (เกษม เพ็ญพิณันท์, 2555)

UNESCO (2556) อธิบายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นกิจกรรมที่มีขอบเขตกว้าง ทั้งงานฝีมือ ศิลปะ ดนตรี ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ และรวมถึงอุตสาหกรรมสื่อ โดยการทำให้เป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมนั้นเกิดจากการผสมผสานเรื่องเนื้อหา การสร้างสรรค์ ทักษะ และทรัพย์สินทางภูมิปัญญา เพื่อผลิตเป็นสินค้าและบริการที่มีความหมายในทางสังคม วัฒนธรรม พร้อมกันนั้นก็สามารถสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจด้วย โดย UNESCO เชื่อมั่นว่ากระบวนการดังกล่าวมีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และยกระดับความยากจนของคนได้ จึงผลักดันนโยบายอุตสาหกรรมวัฒนธรรมให้เป็นปัจจัยพื้นฐานหนึ่งของการพัฒนาประเทศ

ประเทศไทยโดยสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ได้รับเอาแนวคิดอุตสาหกรรมของ UNESCO มาปรับใช้กับการส่งเสริมวัฒนธรรมภายในประเทศ ซึ่งให้นิยามไว้ว่า “อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเชิงศิลปะและการสร้างสรรค์สินค้า ผลิตภัณฑ์ ผลงาน จากศิลปวัฒนธรรมที่จับต้องได้และไม่ได้ ผลผลิตที่เกิดขึ้นสามารถสร้างรายได้จากการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางวัฒนธรรม” นอกจากนั้นยังกำหนดว่าอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมมีความหมายคล้ายคลึง

และใช้แทนคำว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” แตกต่างกันเพียงเล็กน้อยในประเด็นที่ว่า อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมเน้นที่ตัวมรดกวัฒนธรรมและองค์ความรู้ ในขณะที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เน้นที่ปัจเจกบุคคลและผลงานที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของตัวบุคคลเอง

อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อกังวลถึงอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม ว่าการนำวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่านั้น ควรคำนึงถึงความเหมาะสมของวัฒนธรรม วัฒนธรรมที่ถูกนำมาจำหน่ายมีลักษณะอย่างไร ส่งผลต่อวัฒนธรรมทางจิตใจหรือไม่ และไม่ควรละเลยประเด็นของรัฐซึ่งเป็นหน่วยงานสำคัญในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมว่าจะมีศักยภาพเพียงพอมากน้อยเพียงใด

ผู้ศึกษามีความเห็นที่ปัจจุบันประเทศไทยได้เดินทางเข้าสู่กระแสของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมอย่างเต็มตัว โดยนำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมมาสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ผ่านการประชาสัมพันธ์ของสื่อและองค์กรต่าง ๆ อย่างเช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานวัฒนธรรมร่วมสมัย เป็นต้น เมื่อต้องการศึกษาเรื่องการไหว้พระ 9 วัดซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว จึงควรพิจารณาประเด็นของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมควบคู่กับกระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

### 3.2 กระบวนการกลายเป็นสินค้า

การผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมนับเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม แนวคิดนี้เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจ

นักคิดคนสำคัญที่ศึกษาประเด็นระหว่างวัฒนธรรมกับสินค้า คือ Jean Baudrillard ซึ่งนำแนวคิดของ Karl Marx มาศึกษาในบริบทสังคมยุคหลังอุตสาหกรรมและสังคมร่วมสมัย มากชิสม์ดั้งเดิมกล่าวว่าสินค้าคือผลผลิตที่เป็นรูปธรรมของแรงงาน แต่ระบบทุนนิยมพยายามปิดบังไม่ให้ผู้บริโภคได้เห็นความจริงเบื้องหลังของสินค้านั้น ๆ มาร์กซ์มองสินค้าว่าเป็นวัตถุแห่งการแลกเปลี่ยนเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ สินค้าแต่ละชนิดจะมีมูลค่าในตัวเองอยู่ 2 ระดับ ได้แก่

1. มูลค่าใช้สอยหรือมูลค่าการใช้ประโยชน์ (use value/ utility value) คือ มูลค่าของวัตถุที่มีคุณสมบัติในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในเชิงการใช้งานหรือใช้ประโยชน์ที่แท้จริงจากตัววัตถุนั้นเอง

2. มูลค่าการแลกเปลี่ยน (exchange value) คือ คุณค่าของวัตถุที่ถูกตีราคาโดยการเปรียบเทียบกับสินค้านอื่น ๆ ใช้เงินเป็นตัววัดการแลกเปลี่ยนและสามารถซื้อขายกันได้ การตีราคา

นี้เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนมูลค่าการใช้สอยให้กลายเป็นมูลค่าการแลกเปลี่ยนโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการแลกเปลี่ยน (วจี เรื่องพรวิสุทธิ, 2555)

การแบ่งประเภทของมูลค่าสินค้านี้ เกิดขึ้นในบริบทของสังคมทุนนิยมยุคเริ่มแรกเพื่อตอบคำถามที่ว่า จะผลิตอย่างไรให้เพียงพอต่อการบริโภค ผู้ผลิตจึงเน้นการผลิตปริมาณมากเพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคในขณะนั้น แต่ Baudrillard เริ่มทำการศึกษาช่วงยุคหลังอุตสาหกรรม ผลผลิตที่เร่งผลิตในยุคอุตสาหกรรมนั้นมีปริมาณมากเกินไปเกินความต้องการ ผู้ผลิตจึงต้องหาทางแก้ปัญหาผลผลิตที่ล้นเกินดังกล่าวด้วยการสร้างมูลค่าแบบใหม่เพื่อให้คนต้องการบริโภคสินค้ามากขึ้น นั่นคือมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ (sign value) มูลค่าชนิดใหม่นี้ หมายถึง การบริโภคความหมายของวัตถุ โดยปกติมนุษย์จะบริโภคสินค้าจากความสัมพันธ์ด้านการใช้ประโยชน์ (มูลค่าการใช้สอย) แต่ในสังคมบริโภคนั้น มีการใช้คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ด้วย เพื่อให้วัตถุที่ตนเองใช้งานนั้นบ่งบอกถึงสถานภาพทางสังคม อัตลักษณ์ รูปแบบการใช้ชีวิต เกียรติภูมิ หรืออำนาจที่จะทำให้ตัวผู้บริโภครู้สึกแตกต่างจากคนอื่นในสังคม (วจี เรื่องพรวิสุทธิ, 2555) ทรรศนะของ Baudrillard ในประเด็นนี้ทำให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงเรื่องมุมมองต่อสินค้าจากมิติทางเศรษฐกิจไปสู่การมองในมิติของวัฒนธรรม

Raymond Williams นักทฤษฎีสำนักเบอร์มิงแฮม (Birmingham School) กล่าวถึงกระบวนการทางวัฒนธรรมและการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าว่า เกิดขึ้นจากการผลิตและการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับการผลิตซ้ำสินค้าอื่น ๆ และยังเชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ทางการผลิต การครอบครองและการเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่ไม่เท่าเทียมกันอีกด้วย (พิทักษ์ น้อยวังคลัง, 2546)

การผลิตวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าหรือสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม (Cultural product) ประกอบด้วยกระบวนการดังต่อไปนี้

1. การทำให้เป็นสินค้า (Commodification) คือ การนำวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้มาผลิตเป็นสินค้าและบริการ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อขายให้แก่ผู้บริโภค การทำให้เป็นสินค้านี้เกี่ยวข้องกับการให้ความหมายทั้งจากรากฐานประเพณีที่มีอยู่เดิมหรือคิดค้นขึ้นใหม่ เมื่อถูกผลิตปริมาณมาก คุณค่าหรือคุณภาพอาจลดลงไปเพียงเพื่อขายในตลาดและเน้นกำไรเป็นหลัก

2. การทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardization) คือ กระบวนการผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่ทำให้สินค้าทางวัฒนธรรมมีมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) ยอมรับและสนองตอบความต้องการที่อยากได้รับบริการในแบบที่ตนคุ้นเคย หรือถึงแม้ว่าจะแปลก

ใหม่แต่ก็ต้องไม่แปลกไปจากมาตรฐานมากนัก และในขณะเดียวกันก็ใช้มาตรฐานนี้ในการควบคุมผู้ผลิตให้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่นักท่องเที่ยวต้องการ

3. การผลิตจำนวนมากหรือการผลิตแบบมวลชน (Mass production) คือ การผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมจำนวนมากในระบบอุตสาหกรรม สินค้าจะมีลักษณะเหมือนกันเพื่อจำหน่ายและหวังผลกำไรจากผู้บริโภค ส่งผลให้ชีวิตและวัฒนธรรมของคนในสังคมมีรูปแบบคล้ายคลึงกัน

4. การผลิตซ้ำ (Reproduction) คือ การผลิตซ้ำความหมายเดิมหรือสร้าง ความหมายใหม่ให้แก่ตัวสินค้า กระบวนการนี้มีใช้สูตรตายตัวที่ทำให้เกิดการกระจายไปยังท้องถิ่นอื่น ๆ และทำให้คนเข้าถึงได้ง่ายขึ้น โดยกระบวนการนี้มีตัวแปรสำคัญ คือ สื่อ คอยทำหน้าที่กระตุ้น ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างการยอมรับ สร้างแบบแผน และกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวในสังคม แต่ก็ทำให้เกิดผลกระทบว่าคนไม่สามารถแยกแยะได้ว่าสิ่งใดคือต้นฉบับหรือ “ความจริงแท้” และสิ่งใดถูกผลิตซ้ำขึ้นมา อาจนำไปสู่ปัญหาระหว่างกลุ่มคนที่ยึดถือความหมายเดิมของวัฒนธรรมกับกลุ่มคนที่ผลิตซ้ำหรือสร้างความหมายใหม่ขึ้นได้

กระบวนการทำให้เป็นสินค้า เป็นกระบวนการที่สิ่งของหรือกิจกรรมต่าง ๆ ถูกประเมินว่ามีคุณค่าในการแลกเปลี่ยนและนำไปใช้ในบริบทของการค้า จนกระทั่งปัจจุบันได้ขยายขอบเขตไปสู่วัฒนธรรมด้วย วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรม งานเฉลิมฉลอง ศิลปะพื้นบ้าน ซึ่งแต่เดิมนั้นไม่ใช่สินค้าและไม่สามารถตีค่าเป็นจำนวนเงิน แต่กลับถูกทำให้กลายเป็นสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยว ดังนั้นวัฒนธรรมจึงนับว่ามีมูลค่าในการแลกเปลี่ยน สามารถใช้แลกเปลี่ยนเป็นเงินหรือรายได้ (Cohen 1988: 372) พร้อมกันนั้น การจำหน่ายสินค้าประเภทนี้ได้อาศัยการโฆษณาและสื่อต่าง ๆ จูงใจคนให้เกิดความอยากบริโภค จนในที่สุดคนก็ไม่ได้บริโภคสิ่งเหล่านี้ในแง่คุณค่าการใช้สอยแต่กลับเป็นการบริโภคคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ และผลักให้วัฒนธรรมเข้าไปอยู่ในระบบการบริโภคจนถูกทำให้เป็นอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็วัฒนธรรมที่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ ผู้ผลิตที่พยายามเปลี่ยนทุกสิ่งให้กลายเป็นสินค้าหรือวัตถุแห่งการบริโภคเพื่อหวังผลกำไรมากกว่าคุณค่าการใช้ประโยชน์ที่ติดมากับตัวสินค้า (เย็นจิตร ถิ่นขาม, 2555) กระบวนการนี้เกิดขึ้นอย่างเป็นขั้นตอน ประกอบด้วยปัจจัยหลัก ได้แก่ ความต้องการสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ต้องประดิษฐ์หรือดัดแปลงให้สินค้านั้นมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จากความต้องการที่มีความถี่มากยิ่งขึ้นนี้เอง ทำให้ต้องเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาหรือความถี่

ของสินค้าทางวัฒนธรรมให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การประดิษฐ์ประเพณีของชนเผ่าต่าง ๆ เพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวดูโดยไม่ต้องรอถึงช่วงประเพณีจริง

เมื่อตลาดการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้นจึงเกิดการตั้งคำถามถึง “ความหมาย” ของสิ่งของหรือกิจกรรมเหล่านั้นเมื่อถูกทำให้เป็นสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของ “ความเป็นของแท้” (Authenticity) นักท่องเที่ยวต่างแสวงหาและอยากพบเจอความเป็นของแท้จากสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนสนใจ ซึ่งเมื่อเข้าสู่กระบวนการทำให้เป็นสินค้าและเกิดการประดิษฐ์ประเพณีและวัฒนธรรมย่อมลดสุนทรียะและความสำคัญในฐานะที่เป็นของแท้ลงไป เพราะต้องพยายามปรับตัวให้ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจในวัฒนธรรมที่ตนไปสัมผัสแต่ยังคงต้องการรูปแบบที่ใกล้เคียงกับวัฒนธรรมของตน (Lévi Strauss, อ้างถึงใน Sheperd 2002: 184) ซึ่งสามารถใช้พิจารณาได้ทั้งประเด็นของประเพณีและความเชื่อที่ถูกทำเป็นสินค้าได้

อย่างไรก็ตามยังมีความเห็นว่าการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าอาจไม่ใช่การทำลายวัฒนธรรมเสมอไปแต่กลับกลายเป็นการช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นผ่านการปรับตัวให้เข้ากับตลาดการท่องเที่ยวและเกิดการสืบสานให้คงอยู่ต่อไปได้ (Cohen, 1988) กล่าวคือ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจะกระตุ้นให้คนพื้นเมืองหันกลับมาสนใจในวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน พร้อมกันนั้นคนท้องถิ่นในฐานะผู้แสดงวัฒนธรรมก็จะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนในรูปของรายได้จากการขายสินค้าวัฒนธรรม แต่กรณีนี้จะสำเร็จก็ต่อเมื่อคนท้องถิ่นสามารถแยกแยะว่าสิ่งใดเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ควรสงวนรักษาไว้เฉพาะสำหรับท้องถิ่นและสิ่งใดเป็นวัฒนธรรมที่ใช้เป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว (Sheperd 2002: 184)

การศึกษาเรื่องกระบวนการทำให้เป็นสินค้า สามารถนำมาเป็นแนวทางในการมองปรากฏการณ์และกระบวนการที่ทำให้การเดินทางไหว้พระของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปสู่การไหว้พระให้ได้มากถึง 9 วัดในวันเดียว ตลอดจนกลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจนแพร่กระจายไปทั่วประเทศได้

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

การศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณโดยทั่วไปพบว่ามีกระจายอยู่ทั่วประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ได้รับความนิยมในสังคมไทยทั้งจากปัจจัยความศรัทธาและปัจจัย

ด้านความสวยงามของศิลปกรรมที่ปรากฏอยู่ในศาสนาสถาน โดยนิยมเรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ผู้ศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและการประเมินผลกระทบต่อศาสนสถานได้ การศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรกเป็นการศึกษารูปแบบการจัดการและความพร้อมของวัดในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ส่วนใหญ่แล้วพระสงฆ์จะมีบทบาทสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวและการรองรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ปรากฏในงานของ รสีกา อังกูรและคณะ (2545) ที่ทำการวิจัยเรื่อง **ความพร้อมของวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยผ่านการนำชมศิลปวัฒนธรรม** โดยเลือกศึกษาวัดในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 15 แห่ง ตั้งประเด็นว่าวัดแต่ละแห่งเป็นศูนย์รวมมรดกทางวัฒนธรรม พระสงฆ์ซึ่งเป็นผู้เผยแผ่ศาสนาและใกล้ชิดกับวัดมากที่สุดจึงควรมีบทบาทสำคัญในการจัดการนำชมศิลปวัฒนธรรมภายในวัดพร้อมกับสอดแทรกคตินธรรมแก่นักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าแต่ละวัดมีวิธีการอบรมพระสงฆ์ผู้ทำหน้าที่นำชมแตกต่างกัน แต่มีวัดที่มีความพร้อมด้านกายภาพ นโยบาย และการถ่ายทอดความรู้แก่พระสงฆ์ มีเพียง 2 แห่ง คือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และวัดสุทัศนเทพวรารามเท่านั้น การดำเนินโครงการประสบปัญหา ได้แก่ นักท่องเที่ยวแต่งกายไม่สุภาพ ปัญหาหมักคุดเทศก์เถื่อน ปัญหาแผงค้าไม่เป็นระเบียบและมีจลาจล รสีกาและคณะจึงให้ข้อเสนอแนะให้ทางวัดพัฒนาบุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกำหนดนโยบายส่งเสริมพระพุทธศาสนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็ควรขอความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกให้ช่วยเหลือในการพัฒนาปัจจัยทั้ง 3 ด้าน งานวิจัยชิ้นนี้มีส่วนคล้ายคลึงกับการศึกษาของพระมหาบุญพิเชษฐ์ จันท์เมือง (2553) เรื่อง **การจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอกในเกาะรัตนโกสินทร์** ที่ศึกษาเกี่ยวกับวัดในฐานะผู้รับผิดชอบในการจัดการท่องเที่ยว แต่มีความต่างกันเนื่องจากพระมหาบุญพิเชษฐ์ทำการศึกษาในขอบเขตที่กว้างกว่า โดยสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวของพระอารามหลวงชั้นเอกในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ พบว่าทุกวัดมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและมีทรัพยากรท่องเที่ยวดึงดูดให้คนเข้ามาเที่ยวชม โดยเฉพาะเพื่อความเพลิดเพลินและเพื่อศึกษาศิลปกรรมในวัดเป็นหลัก แต่ด้านการบริการยังมีปัญหาในประเด็นระหว่างการอนุรักษ์กับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ ซึ่งพระมหาบุญพิเชษฐ์สรุปว่า พระอารามหลวงชั้นเอกในพื้นที่ที่ศึกษานั้นไม่สามารถหลีกเลี่ยงจากการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้ แต่ควรที่จะร่วมมือกันหาหนทางในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพควบคู่ไปกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมสำคัญของชาติ

นอกเหนือจากวัดในเขตกรุงเทพมหานครแล้ว ยังมีการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางต่างจังหวัดโดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยว อารีย์ นัยพินิจและคณะ (2556) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เรื่อง **การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์** ทำการวิจัยในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ พบว่าในกลุ่มจังหวัดดังกล่าวมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงศาสนารูปแบบวัดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างดี และมีปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวเนื่องจากตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้สะดวก นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาในช่วงเทศกาลและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา สอดคล้องกับการศึกษาของสายชล ปัญญชิต (2556) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจะเดินทางท่องเที่ยววัดตามงานเทศกาล ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มประเทศอาเซียนนิยมเดินทางเข้ามาเที่ยววัดในจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียงกับประเทศของตน เช่น นักท่องเที่ยวมาเลเซียและอินโดนีเซียจะเข้ามาท่องเที่ยววัดในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี ส่วนนักท่องเที่ยวจากลาวและกัมพูชานิยมท่องเที่ยววัดในจังหวัดนครพนมและมุกดาหาร อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้เสนอแนะต่อวัดให้พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของแต่ละวัด พร้อมกับตั้งหน่วยงานรับผิดชอบและมีนโยบายการดำเนินงานอย่างชัดเจน ในขณะที่เดียวกันวัดก็จำเป็นต้องร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนเพื่อช่วยเหลือในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่การท่องเที่ยวและดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวไม่ให้กระทบกับหน้าที่ในการทำนุบำรุงศาสนา

การศึกษาอีกกลุ่มหนึ่งจะเลือกศึกษาจากมุมมองของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในหลายพื้นที่ อาทิ สุธาทิพย์ นันทโชติ (2555) ศึกษาเรื่อง **พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเขตจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยวสูงอายุ** และภัชรบถ ฤทธิ์เต็ม (2556) ที่ศึกษารูปแบบ **การจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด** งานทั้ง 2 เรื่องใช้ระเบียบวิธีวิจัยผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ แต่จะเน้นที่การศึกษาเชิงปริมาณผ่านการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นหลัก งานของสุทธาทิพย์เลือกศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในสังคม และเลือกการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพราะได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เดินทางมากับญาติ กิจกรรมที่ทำ คือ การทำบุญบริจาคเงินเพื่อเพิ่มบุญกุศลและเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตภายในระยะเวลา 1 วัน สิ่งดึงดูดใจให้เดินทางไปยังวัดต่าง ๆ คือ ความชื่อเสียงของพระเกจิอาจารย์และสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่น

ๆ นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในวัด รวมถึงป้ายแสดงรายละเอียดในวัดด้วย สุดาทิพย์กล่าวว่าวัดเป็นศูนย์รวมของประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม การศึกษา รวมถึงสถานที่สำหรับทำบุญ ดังนั้นจึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อย ๆ นำไปสู่การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ส่วนในงานของภัชรบถจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปและเน้นไปที่ความคิดเห็นต่อตัววัดและการจัดการของวัดในการท่องเที่ยว โดยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมากต่อสถานที่จัดการท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อประเด็นด้านกลยุทธ์ บุคลากร และการประชาสัมพันธ์

## 4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระ 9 วัด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการไหว้พระ 9 วัด นับว่าเป็นประเด็นใหม่ในแวดวงวิชาการ เนื่องจากกระแสการไหว้พระ 9 วัดเพิ่งเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 2540 แต่จากความนิยมของประชาชนทำให้เริ่มมีผู้สนใจศึกษามากขึ้น โดยสาขาวิชาที่ศึกษาในปัจจุบันนับได้ว่ามีความหลากหลาย ทั้งสาขาการท่องเที่ยว วัฒนธรรม บริหารธุรกิจ รวมถึงมานุษยวิทยาด้วย ผู้ศึกษาได้ทำการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

กฤดีกมล (2547) เขียนบทความเรื่อง **“ไหว้พระ 9 วัด “ศรัทธา” นำ “ปัญญา” ปรากฏการณ์ในความอ่อนแอของมนุษย์”** แสดงทัศนะในช่วงเริ่มต้นของปรากฏการณ์ไหว้พระ 9 วัด ในสังคมไทย ว่าเป็นปรากฏการณ์ที่วัดและการทำบุญนั้นถูกให้ความหมายใหม่และผู้ที่เข้าร่วมก็หวังจะได้รับผลในเรื่องลาภ ยศ สรรเสริญซึ่งไม่ใช่แก่นแท้ของศาสนา กลายเป็นสิ่งที่บริษัทและกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ใช้เป็นช่องทางเพื่อแสวงหากำไรจากความเชื่อที่ผิดของมนุษย์ในยุคปัจจุบัน ดังนั้นจึงทำการวิพากษ์วิธีการทำบุญพร้อมกันให้ความรู้เกี่ยวกับการทำบุญที่เหมาะสมตามความคิดเห็นของผู้เขียน

เอกรินทร์ พึ่งประชา (2550) เขียนบทความเรื่อง **“ท้าวไหว้พระ 9 วัด และการก่อตัวของสูตรมหามงคลในสังคมบริโภคนิยม”** ซึ่งเป็นบทความทางมานุษยวิทยา ข้อมูลส่วนใหญ่อ้างอิงมาจากบทความของกฤดีกมล วิเคราะห์ว่าการท้าวไหว้พระ 9 วัดนี้เกิดขึ้นจากการสร้างความหมายให้กับพิธีกรรมและคติความเชื่อ ประเด็นแรก คือ เรื่องของตัวเลขระหว่างเลข “6” ที่ความหมายไม่เป็นมงคล กับเลข “9” ที่สื่อความหมายในเชิงบวก ประเด็นถัดมา คือ การให้ความหมายกับวัดและศาสนสถานที่จัดให้คนไปสักการะ โดยคัดเลือกสถานที่ที่มีประวัติความเป็นมายาวนานที่เอื้อต่อการสร้างความหมายอันเป็นมงคลพร้อมกันนำจุดเด่นทางศิลปกรรมของแต่ละสถานที่มาเพิ่มความศักดิ์สิทธิ์ให้

มากยิ่งขึ้น และประเด็นสุดท้าย คือ ความพยายามในการเชื่อมโยงความหมายมงคลที่สร้างไว้ในเบื้องต้นกับหลักธรรมทางศาสนาเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับพิธีกรรมไหว้พระ 9 วัดดังกล่าว ผลของการศึกษาสรุปว่าปัจจัยเบื้องหลังที่ท้าวไว้พระ 9 วัดได้รับความนิยมในสังคมไทย เนื่องมาจากความเชื่อดั้งเดิมในเรื่องการแสวงบุญที่ยังคงสืบทอดมาตั้งแต่อดีต ในขณะที่เดียวกันก็มีปัจจัยส่งเสริมให้คนนิยมมากขึ้นคือ วิกฤตเศรษฐกิจที่ให้คนต่างต้องหาที่พึ่งทางจิตใจและจบลงในรูปแบบของการไหว้พระขอพร ผู้ศึกษามีความเห็นว่างบพทความทางวิชาการนี้มีความใกล้เคียงและเป็นแนวทางการศึกษาของงานวิจัยที่จะศึกษาได้

นอกจากบทความเชิงวิพากษ์ปรากฏการณ์การไหว้พระ 9 วัดแล้ว ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณประเภทไหว้พระ 9 วัด ในสาขาวิชาการท่องเที่ยว สถาปัตยกรรม การตลาด และการบริหารธุรกิจ โดยงานวิจัยกลุ่มนี้ทำการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปไหว้พระ 9 วัดในหลายพื้นที่ ตลอดจนศึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระ 9 วัดด้วย

เส้นทางการศึกษาที่มีผู้ทำการวิจัยมากที่สุด คือ บริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ได้แก่ งานวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการไหว้พระ 9 วัด บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ (มุสสดี วัฒนเมธาและคณะ, 2552) งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการทำบุญไหว้พระ 9 วัด (วิศิษฐ์ เดชมากและคณะ, 2552) วิทยานิพนธ์เรื่องประสิทธิผลการรณรงค์โครงการไหว้พระ 9 วัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ทนภ พงศ์พิเชษฐ์ชัย, 2554) วิทยานิพนธ์เรื่องการพัฒนาศาสนสถาน 9 แห่งเพื่อการท่องเที่ยวบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์และเขตฝั่งธนบุรี (สมบุรณ์ อินเียว, 2555) ซึ่งงานของสมบุรณ์จะวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการพัฒนาศาสนสถานแต่ละแห่ง

เส้นทางอื่น ๆ ที่มีการศึกษาอยู่ในบริเวณภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดสมุทรสงคราม เรื่องการตลาดขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานครสำหรับการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด เส้นทางแม่กลอง (จิรายุทธ เชาวดี, 2550) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาไหว้พระ 9 วัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (เจริญศรี จวนสง, 2552) จังหวัดสิงห์บุรี เรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเขตจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (สุดาทิพย์ นันทโชค, 2555) ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อสำรวจ

ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไหว้พระในบริเวณพื้นที่ศึกษา ตลอดจนข้อมูลของหน่วยงานและวัดที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระ 9 วัด

ผลการศึกษาของงานวิจัยส่วนใหญ่จะสอดคล้องกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ยกเว้นงานวิจัยของทนภ พงศ์พิเชษฐ์ชัย (2554) ที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด อายุเฉลี่ย 20-35 ปี อาชีพ ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และรับจ้าง แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาในปัจจุบันไม่ใช่กลุ่มผู้สูงอายุดังที่เคยเป็นมาในอดีต แต่กลับเป็นกลุ่มวัยรุ่น ผู้ใหญ่ตอนต้น และวัยทำงาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุน้อยจะให้ความสำคัญกับกลุ่มเพื่อน การท่องเที่ยว และการพักผ่อน (มุสสดี วัฒนเมธา, 2550) อีกทั้งมีเวลาและยังไม่มีภาระรับผิดชอบมากนัก จึงนิยมท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยรถส่วนตัวหรือรถประจำทางเป็นหมู่คณะกับกลุ่มเพื่อนและครอบครัว ในกลุ่มวัยทำงานที่มีงานประจำ อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จะมีการแบ่งเวลาทำงานและวันหยุดที่ชัดเจน จึงสามารถวางแผนท่องเที่ยวได้ในวันหยุด (จิรายุทธ เชาว์ดีและคณะ, 2550) และสามารถใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวได้มากกว่าคนในวัยที่ยังศึกษาอยู่ อย่างไรก็ตามการศึกษาของสุดาทิพย์ นันทโชค (2555) เน้นกลุ่มประชากรวัยผู้สูงอายุจึงทำให้อายุของกลุ่มประชากรแตกต่างจากการศึกษาอื่น ๆ รวมถึงสถานภาพที่สมรสแล้วและนิยมเดินทางมากับญาติและครอบครัว

นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาเดินทางไหว้พระ 9 วัดภายใน 1 วัน ไม่มีการพักผ่อน สาเหตุการเดินทางมีความหลากหลาย มุสสดี วัฒนเมธาและคณะ (2550) ศึกษากลุ่มตัวอย่างหลากหลายเชื้อชาติและศาสนาทำให้พบว่านักท่องเที่ยวที่ไม่ได้นับถือศาสนาพุทธจะเดินทางมาเพื่อชมความงามของสถาปัตยกรรมแต่ไม่ต้องการศึกษาหลักธรรมคำสอน แต่หากศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาพุทธจะเดินทางมาท่องเที่ยว ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความเป็นสิริมงคล และชื่นชมความงามของสถาปัตยกรรม (วิศิษฐ์ เดชมากและคณะ, 2552; ทนภ พงศ์พิเชษฐ์ชัย, 2554)

นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไหว้พระ 9 วัดจากหลายช่องทาง ช่องทางที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้มากที่สุด คือ สื่อที่เป็นบุคคล ได้แก่ การบอกเล่าของเพื่อนหรือญาติ และจะพบมากที่สุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเองและเดินทางกับโครงการไหว้พระ 9 วัดที่จัดโดยองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (ขสมก.) (จิรายุทธ เชาว์ดีและคณะ, 2550; มุสสดี วัฒนเมธาและคณะ, 2550; เจริญศรี จวนสง, 2552) รองลงมาจึงเป็นการรับรู้ผ่านสื่อมวลชน ทนภ พงศ์พิเชษฐ์ชัย (2554) ศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการไหว้พระ 9 วัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

พบว่า ช่วงเทศกาลปีใหม่ได้ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสักการะเพื่อเป็นสิริมงคล ส่วนเทศกาลสงกรานต์ได้จัดโครงการ “ท่องเที่ยวออมบุญ ไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง” จากกิจกรรมดังกล่าวทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมากกว่าช่วงปกติ 3-5 เท่า แต่นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่จะรับรู้จากสื่อและสื่อมวลชน เช่น รถประจำทางขสมก. ที่ให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวที่มาไหว้พระ 9 วัดบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์ในช่วงเทศกาล งานเทศกาลและกิจกรรมที่จัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สื่อกลางแจ้ง อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปยังวัดต่าง ๆ ด้วยหลายปัจจัย วิศิษฐ์ เดชมากและคณะ (2552) พบว่านักท่องเที่ยวเลือกวัดจากความงามทางสถาปัตยกรรม ความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธรูป และคติความเชื่อที่สอดคล้องกับวัดแต่ละแห่ง ซึ่งวัดทั้งหมดเป็นวัดในโครงการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แนะนำไว้ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานของมุสสตี วัฒนเมธา และคณะ (2550) และ สุดาทิพย์ นันทโชค (2555) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปทำบุญยังวัดที่มีพระพุทธรูปและพระเกจิอาจารย์ชื่อดัง

งานวิจัยส่วนหนึ่งได้ทำการสำรวจและเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด วิศิษฐ์ เดชมากและคณะ (2552) ศึกษาเรื่องการตลาดของการไหว้พระ 9 วัดเส้นทางเกาะรัตนโกสินทร์ พบว่าแต่ละวัดมีสถาปัตยกรรมสวยงาม มีความศักดิ์สิทธิ์ และประวัติศาสตร์ยาวนาน แต่สถานะเศรษฐกิจจะส่งผลต่อการจ่ายเงินทำบุญ ซึ่งแต่ละคนใช้จ่ายประมาณ 1,000 บาท ดังนั้นจึงควรสนับสนุนการท่องเที่ยวด้วยการจัดบริการรถรับส่งระหว่างวัดหรือนำเที่ยวราคาประหยัด รวมถึงป้ายบอกทางสำหรับผู้เดินทางเอง การจัดกิจกรรมพิเศษในวันสำคัญทางศาสนา และประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปได้รับรู้มากยิ่งขึ้น

สำหรับเส้นทางต่างจังหวัด สกนธ์ ภู่งามดี (2553) ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยววัดภาคกลาง: การพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมา การดำเนินงาน ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นของโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดที่จัดโดยขสมก. แล้วนำไปพัฒนาเป็นยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของขสมก. ต่อไป ผู้ศึกษาเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการเขตการเดินทางที่ 1 (อุบบางเขน) ซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง นอกจากนี้ยังเข้าสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมกับโครงการไหว้พระ 9 วัดกับขสมก. ใน 5 เส้นทาง ได้แก่ กรุงเทพฯ สิงห์บุรี เพชรบุรี ฉะเชิงเทรา และราชบุรี พร้อมกับสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมโครงการ

ผลการศึกษาพบว่าโครงการนี้เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2549 สนองตอบนโยบายของรัฐบาลในการกระตุ้นการท่องเที่ยวยภายในประเทศและสร้างรายได้เพิ่มให้กับองค์กรที่กำลังประสบภาวะขาดทุนต่อเนื่อง โครงการนี้มีอุปสรรค คือ การต่อใบอนุญาตกับกระทรวงคมนาคมแบบปีต่อปีทำให้ไม่มั่นคง อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเรียกร้องให้เจ้าหน้าที่ผู้นำเที่ยวเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง แต่เจ้าหน้าที่มีภาระงานประจำทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขได้นอกจากนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวร้องเรียนเรื่องการดำเนินงานทับซ้อนกับเส้นทางที่ผู้ได้รับใบอนุญาตถูกต้องจัดการท่องเที่ยวอยู่ และสุดท้าย คือ เริ่มมีบริษัทท่องเที่ยวและรถร่วมบริการขสมก. จัดโครงการนำเที่ยวในลักษณะเดียวกัน สกนธ์จึงเสนอยุทธศาสตร์แก้ไขปัญหาล่าช้า ในขณะเดียวกันก็แสดงทรรศนะว่าโครงการนี้เน้นการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแสวงบุญเป็นหลัก นักท่องเที่ยวได้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาส่งผลให้ได้รับความสุขใจ สะท้อนให้เห็นว่าคนในสังคมยังนิยมพึ่งพาศาสนาและพิธีกรรมเพื่อเสริมสร้างกำลังใจ การศึกษาที่เกิดขึ้นระหว่างปี พ.ศ. 2549-2551 ซึ่งเป็นระยะเริ่มต้นของโครงการจึงทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงประวัติความเป็นมาของโครงการยุคเริ่มต้น รวมทั้งปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น ทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบกับการทำงานในปัจจุบัน ส่งผลให้ได้รับข้อมูลรอบด้านมากยิ่งขึ้น

#### 4.3 งานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า

งานวิจัยที่นำเอาวัฒนธรรมประเภทความเชื่อและประเพณีมาทำเป็นสินค้าเพื่อตอบสนองต่อกระแสการท่องเที่ยวมีการศึกษาในหลายพื้นที่

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536) ศึกษาเรื่อง **ท่องเที่ยวบุญบังไฟในอีสาน: บุญบังไฟต้องรับใช้ ขาวยโสธรไม่ใช่ขาวยโสธรรับใช้บุญบังไฟ** นิธิวิเคราะห์ว่าการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเนื้อหาของบุญบังไฟไม่ได้เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวหรือนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวอย่างที่มุ่งศึกษากัน แต่กลับเกิดขึ้นจากปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะประเด็นโครงสร้างความสัมพันธ์ของสังคมยโสธรที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อซึ่งเป็นเครื่องมือของระบบย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย กรณีของบุญบังไฟจึงสะท้อนให้เห็นถึงการทำหน้าที่เพื่อตอบสนองโครงสร้างของ “เมืองยโสธร” ที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งมีการท่องเที่ยวเป็นส่วนเร่งเร้าให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การศึกษาเรื่องบุญบังไฟชิ้นนี้ได้ตั้งคำถามที่น่าสนใจว่า ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับวัฒนธรรมประเพณีในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ถูกกระทำโดยการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ซึ่งคำถามนี้สามารถใช้เป็นแนวในการศึกษาโดยเลือกมองปัจจัยให้กว้างกว่าประเด็นเรื่องการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว การศึกษาเรื่อง

ความเชื่อในพื้นที่ภาคอีสานยังปรากฏในงานของพลธรรม์ จันทร์คำ (2551) เรื่อง **พญานาค: อุดมการณ์ที่เมืองคำชะโนดสู่กระบวนการทำให้เป็นสินค้า** ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) อุดมการณ์พญานาคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น พบว่า คนท้องถิ่นคำชะโนดเชื่อว่า พญานาคมีอยู่จริงพร้อมกันนั้นก็มีความศักดิ์สิทธิ์อำนาจในการลงโทษ ทำให้พญานาคเป็นสิ่งที่มีความอำนาจในการบันดาลความอุดมสมบูรณ์ ให้โชคลาภ และเงินตราแก่ผู้นับถือได้ ในทุกยุคทุกสมัย (2) การกลายเป็นสินค้าของอุดมการณ์พญานาค นาคมีบทบาทในการบันดาลสิ่งที่คนร้องขอและมีอำนาจในการลงทัณฑ์ ดังนั้นจึงบังเกิดเป็นความศรัทธาซึ่งเป็นทุนดึงดูดคนจากภายนอกให้เข้ามาในพื้นที่แห่งนี้ สะท้อนให้เห็นถึงตัวคำชะโนดเองที่เป็นวัตถุดิบสร้างมูลค่าทางการแลกเปลี่ยนได้ หลังจากนั้น คณะกรรมการบ้านม่วงเข้ามาดูแลจัดการผลประโยชน์โดยสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ในภายหลังวัดได้เข้ามาดูแลพื้นที่แทน ผลประโยชน์ที่มากขึ้นก็นำไปสู่การแสวงหาผลประโยชน์จนเกิดความขัดแย้งระหว่างคณะสงฆ์ด้วยกันเอง และความขัดแย้งกับองค์การบริหารส่วนตำบลที่เข้ามาบริหารงานภายหลัง แม้จะเกิดความขัดแย้งแต่คำชะโนดเองยังถูกพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง มีการสร้างสะพานคอนกรีตเพื่อข้ามไปยังคำชะโนด การสร้างห้องน้ำ ชุมประตู่ กำแพงวัด รวมถึงศาลและป้ายบอกทางต่าง ๆ ทำให้คำชะโนดกลายเป็นสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเต็มตัว โดยสรุปแล้วสิ่งเหล่านี้เป็นทุนทางวัฒนธรรมของเมืองคำชะโนดที่นำมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยอาศัยนำเอาความเชื่อเรื่องความศักดิ์สิทธิ์มาทำให้เป็นสินค้าที่มีมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ มีหลักการสนับสนุนเป็นเรื่องความเชื่อและเรื่องเล่าปรัมปรา ทำให้ผู้บริโภคเกิดความศรัทธาเชื่อถือและเลือกซื้อหามาบริโภค นำไปสู่การสร้างรายได้ให้มากขึ้นนั่นเอง

พิทักษ์ น้อยวังคลัง (2546) ทำการวิจัยเรื่อง **กระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า การท่องเที่ยวในภาคอีสาน** โดยมุ่งศึกษากระบวนการเกิดและรูปแบบสินค้าท่องเที่ยว แล้วจึงตรวจสอบความหมายของตัวสินค้านั้นผ่านมุมมองผู้ผลิตและชุมชน พิทักษ์กล่าวว่ากระบวนการสร้างแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยว โดยมีสถาบันต่าง ๆ ในสังคมทั้งต่างประเทศและภายในประเทศเป็นผู้กำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว พร้อมกันนั้นก็ได้ทำการผลิตซ้ำและสืบทอดความหมายของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือก็ได้รับการพัฒนาในลักษณะนี้เช่นกัน นำไปสู่การสร้างสินค้าท่องเที่ยว ได้แก่ สินค้าหัตถกรรมที่สัมพันธ์กับภูมิปัญญาดั้งเดิมหรือสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สินค้าการแสดงจะสอดคล้องกับโบราณวัตถุสถาน วัฒนธรรม ประเพณี ประกอบเข้ากับการแสดงของตัวมนุษย์ สินค้ายึดเหนี่ยวจิตใจ เกี่ยวข้อง

กับศาสนาโดยมีวัดเป็นศูนย์กลางและมีหน้าที่ผลิตสินค้าความเชื่อต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายให้กับผู้ศรัทธา การศึกษาดังกล่าวเน้นประเด็นของปัจจัยการผลิต พลังงานการผลิต ความสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงการครอบครองปัจจัยการผลิตด้วย การศึกษาถูกเจาะจงลงไปในพื้นที่เฉพาะของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือในงานของณัฐพล มีแก้วและสมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2555) เลือกรับการศึกษากรณี **ถนนชายโขงเมืองเชียงคาน: การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย** มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าในบริบทการท่องเที่ยวและผลกระทบที่เกิดขึ้น การศึกษาครั้งนี้ใช้ทฤษฎีอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและการกลายเป็นสินค้าเข้ามาใช้ ทำให้พบว่า เชียงคานเป็นชุมชนเก่าแก่กว่า 100 ปี แต่ก็ไม่ได้รับความสนใจในฐานะแหล่งท่องเที่ยว จนกระทั่งเกิดกระแสของการโหยหาอดีต (nostalgia) ทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มสนใจและหลงใหลเข้ามายังเชียงคานมากขึ้น วัฒนธรรมต่าง ๆ ของเชียงคานถูกนำมาผลิตเป็นสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งแต่เดิมการผลิตและวิถีชีวิตดังกล่าวมีคุณค่าในเชิงใช้สอยและการแลกเปลี่ยน จนเมื่อการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากขึ้นจึงถูกเพิ่มมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ ทำให้เกิดการบริโภคความหมายที่ผู้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวร่วมกันสร้างขึ้น สินค้าที่ศึกษา ได้แก่ โฮมสเตย์ การทำผ้าไหม การตัดบาตรข้าวเหนียว และสภาพบ้านไม้เก่าแก่บริเวณชุมชนริมโขง เมื่อคนในชุมชนนำเอาวัฒนธรรมดังกล่าวมาผลิตเป็นสินค้าจึงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ คือ ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ในขณะที่เดียวกันก็เกิดการแย่งชิงทรัพยากรทางวัฒนธรรมและการเข้ามาของกลุ่มทุนภายนอก ทำให้คนท้องถิ่นกลายเป็นลูกจ้างของคนคนในท้องถิ่นและคนภายนอก ส่วนด้านสังคม ทำให้ชุมชนได้รับการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน อันเป็นผลมาจากการปรับปรุงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม คุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีต่อคนในชุมชนถูกตีความหมายใหม่ บางส่วนก็ถูกประยุกต์ให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยว กลายเป็นสินค้าให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อโดยปราศจากความเข้าใจถึงคุณค่าดั้งเดิม

ทวิช จตุรพุกษ์ (2548) เรื่อง **พรมแดน อัตลักษณ์และกระบวนการกลายเป็นสินค้า: การเมืองวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในบริบทการท่องเที่ยว** แสดงให้เห็นว่ากลุ่มชาติพันธุ์ที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลถูกรัฐและองค์กรเอกชนดึงเข้าสู่กระแสของการพัฒนาและระบบทุนนิยม โดยเฉพาะการท่องเที่ยว ส่งผลให้กลุ่มชาติพันธุ์นำเอาวัฒนธรรมของตนออกมาผลิตเป็นสินค้าเพื่อขาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการเพราะอยากบริโภคคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมเหล่านั้น จนในที่สุดกลุ่มชาติพันธุ์ทั้งหลายก็เกิดการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมของตน รวมถึงฉกฉวยและหยิบยืมเอาวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์อื่นเข้ามาทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อสนองตอบความ

ต้องการของนักท่องเที่ยว จนในที่สุด อัตลักษณ์ของแต่ละชนเผ่าก็พร่าเลือนลงและถูกลอมรวมกัน กลายเป็นลักษณะของชนเผ่า หรือ “ความเป็นชาวเขา” ร่วมกันทั้งหมด เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์ (2548) เรื่อง **อาชานท์บาซาร์: การค้ากับความเป็นชาติพันธุ์** สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนเอกลักษณ์ของมนุษย์ให้กลายเป็นสินค้าโดยเลือกศึกษาจากกลุ่มชาติพันธุ์เช่นเดียวกันแต่เลือกเจาะจงชาติพันธุ์อาชานท์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า บริเวณไนท์บาซาร์ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นตลาดขายของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว เป็นพื้นที่ที่ชาวอาชานท์เข้ามาใช้เพื่อประกอบอาชีพค้าขายและสามารถสร้างอำนาจต่อรองในหลายกรณี โดยชาวอาชานท์เองได้ปรับเปลี่ยนตนเองให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่อยากเห็นความแปลกใหม่และอยากได้สินค้าของที่ระลึกที่เป็น “ความจริงแท้” (Authenticity) ดังนั้นการซื้อขายจากมือชาวเขาที่แต่งกายในชุดชาวเขาหรือเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขาจึงช่วยตอบสนองความต้องการในด้านนี้ได้ ชาวอาชานท์ในฐานะผู้บุกเบิกลงมาขายสินค้าบนพื้นที่ราบจึงทำหน้าที่นำเอาสินค้าวัฒนธรรมของชนเผ่าตนมาขายโดยเพิ่มมูลค่าด้วยการปรับตนเองให้เป็นสินค้าด้วย ในเวลาต่อมาจึงเกิดการเลื่อนไหลของสินค้านี้ระหว่างชาติพันธุ์ เพราะต้องนำสินค้าจากชนเผ่าต่าง ๆ ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันมาสร้างความแปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว ผลคือการผลิตสินค้าทางชาติพันธุ์แบบรวมเผ่าหรือข้ามเผ่าจึงทำให้ลดทอนลักษณะทางวัฒนธรรมลงไป

นอกเหนือจากบริบททางการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีการนำแนวคิดการทำให้เป็นสินค้าไปประยุกต์ใช้ในหลายสาขาวิชา ทั้งเศรษฐศาสตร์ ศิลปศาสตร์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา และในศาสตร์อื่น ๆ อาทิ

ขวัญหทัย เจริญไมตรี (2543) ศึกษาเรื่อง **คน ไก่ชน และการชนไก่ กระบวนการกลายเป็นสินค้าในบริบทสังคมไทย** กล่าวว่าไก่ชนถือเป็นกีฬาพื้นบ้านของคนไทยมาตั้งแต่อดีต ในปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลเสนอนโยบายเปิดบ่อนไก่ชนเสรีโดยให้เหตุผลว่าเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้าน ความคิดเห็นของคนในสังคมแตกออกเป็น 2 ฝ่าย ฝ่ายต่อต้านเห็นว่าเป็นการส่งเสริมการเล่นพนันและทารุณสัตว์ ฝ่ายสนับสนุนแย้งว่าเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถส่งเสริมไก่ชนให้เป็นสัตว์เศรษฐกิจได้ เหตุผลของฝ่ายสนับสนุนนี้เองสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามให้คุณค่าแก่ไก่ชน ทำให้ไก่ชนกลายเป็นสินค้าที่สร้างรายได้แก่เกษตรกร จำหน่ายภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงการสร้างไก่ชนที่มีชื่อเสียงของฟาร์มต่าง ๆ ผลของการศึกษาข้อมูลดังกล่าวนำไปสู่ผลที่ว่าไก่ชนอยู่ท่ามกลางการให้ความหมาย ทั้งความหมายที่มีอยู่เดิมและถูกให้ความหมายใหม่ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ให้ได้รับการยอมรับในฐานะสินค้า ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อ ประวัติศาสตร์ และกลไกของไก่

ชน โดยมีการให้ความหมายเรื่อง “อุดมทัศน์” หรือลักษณะไก่อตามตำนาน เช่น ไก่เหลืองหางขาว (ไก่พระนเรศวร) ไก่ประดู่หางดำ (ไก่พระเอกาทศรถ) เป็นต้น การรวบรวมองค์ความรู้โบราณเพื่อสร้างมาตรฐานไก่ชน และการรื้อฟื้นพิธีกรรมในการชนไก่ เพื่อตอบสนองกระแสสังคมบริโภคนิยมในยุคปัจจุบัน

ปัญญา เลิศสุขประเสริฐ (2548) นำเอาแนวคิดการกลายเป็นสินค้ามาประยุกต์ใช้ในการศึกษาทางเศรษฐศาสตร์ เรื่อง **กระบวนการกลายเป็นสินค้าของพิธีกรรมงานศพ** ปัญญาเลือกศึกษาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา คือ การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับพิธีกรรมงานศพเริ่มขึ้นในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 วัดหลวงได้รับเงินอุดหนุนจากทางารน้อยลงจึงต้องหารายได้เลี้ยงตัว การรับจัดพิธีกรรมงานศพจึงเป็นช่องทางที่สำคัญ ต่อมามีการสร้างเมรุในวัดซึ่งกลายเป็นทุนอย่างหนึ่ง ประกอบกับการเผาศพในที่โล่งแจ้งเป็นสิ่งต้องห้าม คนจึงต้องหันเข้าหาวัดเพื่อพึ่งพาการจัดงานศพ อีกทั้งสังคมสมัยใหม่ไม่สามารถหาแรงงานช่วยเหลือในการจัดงานได้จากญาติพี่น้องเช่นในอดีต วัดจึงเข้ามามีบทบาทในการจัดการ รวมถึงเป็นตลาดระหว่างร้านที่ให้บริการสินค้างานศพกับเจ้าภาพ เกิดการผูกขาดและผลประโยชน์ระหว่างร้านค้ากับวัดมากขึ้น การจัดงานศพกลายเป็นสิ่งที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงจนทำให้กลายเป็นสินค้าและบริการในที่สุด ปัญญาได้ประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยพบว่างานศพกลายเป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเชิงสัญญาะ กล่าวคือ การจัดพิธีกรรมในปัจจุบันเป็นการแสดงถึงฐานะภาพทางเศรษฐกิจหรือ “หน้าตา” ของเจ้าภาพ ดังนั้นการจัดงานศพจึงเป็นการบริโภคเชิงสัญญาะมากกว่าการบริโภคมูลค่าการใช้สอย เมื่อวัดเข้ามาทำหน้าที่รับจัดงานศพทำให้บทบาทของวัดที่มีต่อสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่มีหน้าที่ทางศาสนาก็ต้องทำหน้าที่บริการแก่สังคมด้วย ซึ่งถือว่าการปรับบทบาทที่เกิดขึ้นมานานแล้ว แต่การที่วัดเข้ามาทำหน้าที่รับจัดพิธีกรรมงานศพในสังคมบริโภคนิยมทำให้วัดต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจนสูญเสียบทบาทในการชี้นำทางสังคมผ่านพิธีกรรมทางศาสนา และเมื่อพิธีกรรมงานศพเมื่อเข้าสู่กระบวนการทำให้เป็นสินค้าแล้ว จะส่งผลกระทบต่อการจัดงานศพของคนในสังคม ผู้ที่มีฐานะจะสามารถจัดงานศพได้อย่างง่ายดายเพราะมีกำลังทรัพย์สำหรับจ่ายแก่ผู้ให้บริการ แต่สำหรับผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดีมากนักจะจัดพิธีกรรมงานศพได้ลำบากมากขึ้นเพราะขาดเงินในการจัดงาน สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำทางสังคมในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

วัชรกร รัตนกิจ (2550) ศึกษาเรื่อง **พระเครื่อง: การสื่อสารกับการบริโภคเชิงสัญญาะ** มุ่งประเด็นไปยังการให้ความหมายของพระเครื่องในกลุ่มของบุคคลทางโลก ได้แก่ ขรราวาสผู้มีความรู้

เกี่ยวกับพระเครื่องและชมราวาสนักสะสม กับบุคคลทางธรรม ได้แก่ พระสงฆ์ กรอบการศึกษา คือ แนวคิดการบริโภคนิยมเชิงสัญญา โดยพระเครื่องนั้นเป็นสิ่ง “ศักดิ์สิทธิ์” แต่ถูกนำมาทำให้กลายเป็นสินค้า ตามตรรกวิทยาการบริโภคนิยมเชิงสัญญาของโบริยาร์ด เภนธ์ดังกล่าว ประกอบด้วย 1) มูลค่าการใช้สอย คือ การเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อของผู้สะสม 2) การแลกเปลี่ยนโดยใช้เงิน คือ การเช่าบูชาพระเครื่อง 3) การแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ คือ การตีความและให้ความหมายแก่พระเครื่องชนิดต่าง ๆ และ 4) คุณค่าเชิงสัญญา คือ การจัดแบ่งประเภทหรือลำดับชั้นของพระเครื่องเพื่อแสดงให้เห็นถึงลำดับชั้นของผู้ครอบครอง

วัชรกรแสดงทรรศนะว่าการนำทฤษฎีตะวันตกมาใช้กำกับการศึกษาพระเครื่องซึ่งมีลักษณะการบริโภคนิยมแตกต่างจากสินค้าทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ในโลกตะวันตก ทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ถึงปัจจัย “ความศักดิ์สิทธิ์” ที่มีอยู่ในตัวสินค้า อย่างไรก็ตามข้อสรุปของงานวิจัยชิ้นนี้ คือ พระเครื่องเป็นสินค้าทางความเชื่อหรือจิตวิญญาณจึงไม่ถูกเช่าบูชาหรือแลกเปลี่ยนเชิงสัญญาเพียงอย่างเดียว แต่ยังคงถูกบริโภคนิยมเชิงประโยชน์ใช้สอยและการบริโภคนิยมเชิงการแลกเปลี่ยนผสมผสานกับการบริโภคนิยมเชิงความศักดิ์สิทธิ์ควบคู่ไปด้วยเสมอ ทั้งจากผู้บริโภคทางโลกและทางธรรม

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาการบริโภคนิยมเชิงวัฒนธรรมประเภทที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับงานวิจัยของผู้ศึกษาเองที่เลือกศึกษาการบริโภคนิยมเชิงจิตวิญญาณหรือในงานวิจัยส่วนใหญ่เรียกการท่องเที่ยวเชิงศาสนา จึงสามารถนำแนวคิดมาประยุกต์ใช้ ตลอดจนเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างในการให้ความหมายและการบริโภคนิยมเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาได้

#### **4.4 งานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย**

งานวิจัยในหัวข้อนี้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาประเด็นของทัศนคติ พฤติกรรม ความพึงพอใจ และการประเมินผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องทั้งทางบวกและลบ ซึ่งข้อเสนอแนะทั้งหมดพบว่าจะต้องให้ความสำคัญกับชุมชนในการมีส่วนร่วมจัดการท่องเที่ยว โดยได้รับความร่วมมือจากทางหน่วยงานภายนอกเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน งานวิจัยในประเด็นผลกระทบจากการท่องเที่ยวมีการศึกษาในหลายสาขาวิชา อาทิ การท่องเที่ยว มานุษยวิทยา เศรษฐศาสตร์ การจัดการ เป็นต้น แต่งานวิจัยเกือบทุกเรื่องจะมีจุดร่วมกัน คือ การประเมินผลกระทบ 4 ด้าน ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ระเบียบวิธีวิจัย

ส่วนใหญ่ประกอบด้วยการสัมภาษณ์หรือการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง หรือทั้ง 2 แบบผสมผสานกัน

ในระยะแรกของการทำงานวิจัยเรื่องผลกระทบจากการท่องเที่ยวจะพบว่ามี การศึกษาในพื้นที่ศึกษาขนาดใหญ่ เช่น ระดับจังหวัดหรือภูมิภาค ภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (2529) ศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม: กรณีศึกษา **จังหวัดเชียงใหม่** และสุรีย์ บุญญาณพงษ์ (2539) วิจัยเรื่องผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว: **กรณีศึกษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน** งานวิจัยทั้ง 2 เรื่องศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการท่องเที่ยวที่มีผลเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ศึกษา ผลกระทบทางบวกที่เกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการสร้างอาชีพแก่คนในท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ส่วนในด้านสังคมและวิถีชีวิตจะได้รับผลกระทบทางลบมากกว่า เช่นเดียวกับผลการศึกษาของอาคม พัตถิยะและคณะ (2533) ในรายงานการวิจัยเรื่อง **ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมภาคใต้** ที่พบว่าการท่องเที่ยวส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์ของคนในท้องถิ่น ความสัมพันธ์ในครอบครัวมีความห่างเหินกันมากขึ้น เกิดช่องว่างระหว่างวัย ความสัมพันธ์ในชุมชนก็เกิดการรวมกลุ่มเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น อีกทั้งยังนำเอาวัฒนธรรมประเพณีออกมาใช้ในกิจกรรมท่องเที่ยว แต่ก็ทำให้คนท้องถิ่นตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมและเกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่

การศึกษาวิจัยเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงขอบเขตพื้นที่การศึกษาให้แคบลง และเจาะจงไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อันเนื่องมาจากกระแสความนิยมการท่องเที่ยวประเภทนี้ที่เพิ่มมากขึ้น

การศึกษาผลกระทบในบริบทของชุมชนชาวเขาในงานของสุนิสา ฉันทร์รัตนโยธิน (2546) เรื่อง **ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อชุมชน: กรณีศึกษาหมู่บ้านดอยปุย ต.สุเทพ อ. เมือง จ. เชียงใหม่** และงานของพลอยศรี โปราณนันทน์ (2548) ใน **ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อคนกลุ่มน้อยในเชียงใหม่: กรณีบ้านม้งดอยปุย** ศึกษาเรื่องผลกระทบการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนชาวเขาพื้นที่บ้านม้งดอยปุย พบว่าชาวบ้านในหมู่บ้านต่างปรับตัวให้สอดคล้องกับการเข้ามาของการท่องเที่ยว โดยหมู่บ้านแห่งนี้เป็นหมู่บ้านชาวเขาซึ่งมีวัฒนธรรมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นคนพื้นราบ นักท่องเที่ยวจึงนิยมเดินทางมาเพื่อบริโภควัฒนธรรมที่แตกต่าง ชาวบ้านเองก็ได้นำเอาวัฒนธรรมของ

ตนมาเปลี่ยนเป็นสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว งานของสุนิสาอยู่ในขอบเขตของมานุษยวิทยาจึงศึกษาเรื่องประเพณีประติษฐ์ ที่คนในท้องถิ่นนำเอาประเพณีและวัฒนธรรมมาประติษฐ์ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า แต่งานวิจัยทั้ง 2 เรื่องมีข้อค้นพบตรงกันในเรื่องผลกระทบทางบวกต่อชุมชนด้านเศรษฐกิจและการประกอบอาชีพ และผลกระทบทางลบต่อความสัมพันธ์ของคนในท้องถิ่นและปัญหาสิ่งแวดล้อมตามมา

มณีวรรณ ผิวนิมและปรารณา จันทรพันธุ์ (2546) วิจัยเรื่อง **โครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ** ศึกษาเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระหว่างตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำ ตลอดจนสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษา และสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่าตลาดน้ำทั้ง 2 แห่งมีพัฒนาการต่างกัน ตลาดน้ำดำเนินสะดวกปรับตัวจากตลาดท้องถิ่นมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและมีกลุ่มทุนภายนอกเข้ามาลงทุน ในขณะที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเกิดจากความตั้งใจให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน การดำเนินงานและผลกระทบจึงแตกต่างกัน โดยพบว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า ประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรมก็พบว่าไม่กระทบมากนักเนื่องจากมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และช่วยเหลือกันในชุมชนมากกว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มุ่งเน้นการค้าเป็นหลัก แต่ตลาดน้ำทั้งสองก็ยังต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการพัฒนาต่อไป

ด้านนักท่องเที่ยวพึงพอใจตลาดทั้ง 2 แห่ง แต่พบว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกขายสินค้าราคาแพง ส่วนตลาดน้ำตลิ่งชันเน้นขายอาหารมากเกินไป นักท่องเที่ยวยังมองว่าการสร้างตลาดน้ำขึ้นใหม่เหมือนเป็นการหลอกลวงและคิดราคาบริการเกินจริง อีกทั้งยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะระดับนโยบายให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับภาครัฐ เอกชน และนักวิชาการ ให้นำเสนอตลาดน้ำที่มีเอกลักษณ์สอดคล้องกับวิถีชุมชน และกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

ยังมีงานที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการประเมินผลกระทบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่งานการศึกษาปัจจัยทางสังคม ผลกระทบ และการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของ นิวัฒน์ อมาตยกุล (2549) และงานของวิภาดา ศุภรัฐปรีชา (2553) เรื่องผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนวัดเกต เชียงใหม่ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกัน โดยทั้ง 2 พื้นที่เป็นชุมชนเก่าแก่ เกาะเกร็ดเป็นชุมชนชาวมอญ

ตั้งแต่สมัยอยุธยาจึงมีประเพณีและวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงจากอาชีพเกษตรกรรมมาให้บริการด้านการท่องเที่ยว ส่วนพื้นที่วัดเกิดเป็นชุมชนเก่าแกริมน้ำปิงและเป็นจุดศูนย์กลางการค้าในอดีต จึงมีสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า ต่อมาจึงพัฒนาให้เป็นย่านการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางบวกและลบ

ในงานของนิวัฒน์ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากคนในชุมชนเพียงกลุ่มเดียว ในขณะที่วิภาดาเก็บข้อมูลหลากหลายกลุ่มมากกว่า ทั้งจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ คนในชุมชน ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่รัฐ รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย พบว่ามีผลทางด้านบวกในการช่วยสร้างความภาคภูมิใจแก่คนท้องถิ่นจากการฟื้นฟูวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวและมีรายได้เข้าสู่คนในพื้นที่ อย่างไรก็ตามกลับพบว่ามีผลกระทบด้านลบต่อคนในชุมชนที่เปลี่ยนไปเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวและการค้า มีการย้ายเข้าของคนต่างถิ่นเพื่อประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในขณะที่คนในชุมชนก็มีการย้ายออก และรายได้กระจุกตัวอยู่ที่คนบางกลุ่ม ในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นจะพบว่าในพื้นที่เกาะเกร็ดซึ่งเป็นชาวมอญเกือบทั้งหมดจะสามารถดำรงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้มากกว่าชุมชนวัดเกิดซึ่งประกอบขึ้นจากคนหลายกลุ่ม แต่ก็มีวัฒนธรรมร่วม คือ การแต่งกายและการพูดคำเมือง ส่วนนักท่องเที่ยวในชุมชนวัดเกิดรู้สึกพึงพอใจมากกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาแต่ก็ยังมีปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน ผู้ศึกษาทั้ง 2 คนมีข้อเสนอบางประการที่คล้ายคลึงกัน โดยต้องการให้ชุมชนเป็นผู้กำหนดแนวทางการจัดการท่องเที่ยว ดึงจุดเด่นออกมาพัฒนาอย่างรอบคอบ เน้นให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนและแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันบนพื้นฐานของการอนุรักษ์ ส่วนบริเวณเกาะเกร็ดต้องการให้ภาครัฐเข้ามาเป็นผู้ลงมือพัฒนาร่วมด้วย

งานวิจัยที่ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวปรากฏในงานของธีรวดี จำเดิม (2548) เรื่อง **ผลกระทบการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่** ซึ่งชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยวแบบบนลงล่าง กล่าวคือ การจัดการท่องเที่ยวที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้วางนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนเวียงกุมกาม จังหวัดเชียงใหม่โดยขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทำให้เกิดความขัดแย้งเรื่องการเวนคืนที่ดินเพื่อใช้ในการอนุรักษ์ควบคู่กับการท่องเที่ยว ตลอดจนความขัดแย้งกับวัดในฐานะที่วัดเป็นแหล่งผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานของมิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (2553) ที่ศึกษาศักยภาพ ผลกระทบ และความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีโอกาสได้วางแผนร่วมกันก็จะช่วยลดผลกระทบเชิงลบและพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ศึกษาเข้าใจพื้นฐานของแนวคิดต่าง ๆ นำไปสู่การประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎี ร่วมกับงานที่ผู้วิจัยคนอื่น ๆ ได้ศึกษาไว้ก่อนหน้า และนำมาปรับใช้ในงานวิจัยของตนเอง โดยแนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้เข้าใจองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ทั้งด้านทรัพยากรท่องเที่ยวและปัจจัยส่งเสริมต่าง ๆ ตลอดจนพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่อ้างอิงจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทิศของนักวิชาการ และหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งพบว่าแนวโน้มเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในรูปแบบการท่องเที่ยวมวลชนไปสู่การท่องเที่ยวทางเลือก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พร้อมกับการปลูกฝังจิตสำนึกในการเรียนรู้ และอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว กระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการเพื่อให้ตระหนักถึงประโยชน์และคุณค่าของทรัพยากรในการสร้างรายได้ สอดคล้องกับประเด็นที่ผู้ศึกษาพบว่าในปัจจุบันคนไทยนิยมท่องเที่ยวในสถานที่ทางวัฒนธรรม ซึ่งในกรณีนี้ คือ วัด การท่องเที่ยวดังกล่าวเกิดจากการวางนโยบายของภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ วัดเองในฐานะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวก็ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวและได้ทำหน้าที่ทางศาสนาต่อพุทธศาสนิกชนควบคู่กันไป อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาสังเกตว่างานวิจัยในประเด็นการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณหรือการท่องเที่ยวเชิงศาสนายังมีไม่มากนักเนื่องจากการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในช่วง 1-2 ทศวรรษที่ผ่านมา การศึกษาส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมภายในวัด ตลอดจนบทบาทของวัดในการรองรับนักท่องเที่ยวและเสนอแนะแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวควบคู่กับการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ในขณะเดียวกันได้ทำการสำรวจแนวคิดเรื่องการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม เนื่องจากกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงที่ศึกษาอยู่นั้นมีการใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวด้วย การศึกษาแนวคิดดังกล่าวทำให้เห็นถึงความจำเป็นในการจัดการอย่างเหมาะสมต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบทางลบที่จะเกิดขึ้นต่อทรัพยากร ซึ่งผู้ศึกษาพบว่าในปัจจุบันมีการศึกษาประเด็นการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณหรือการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในด้านการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทความเชื่ออยู่อย่างจำกัดด้วยเช่นกัน

ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง คือ แนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่าควรทำความเข้าใจกระบวนการเปลี่ยนแปลงการไหว้พระทำบุญของคนไทยให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวเชิงศาสนา ซึ่งแนวคิดนี้ช่วยอธิบายกระบวนการและขั้นตอนในการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า แต่แนวคิดดังกล่าวเป็นแนวคิดของทางตะวันตกที่ใช้ศึกษาวัฒนธรรมประเภทจับต้องได้เป็นหลัก ทำให้ต้องศึกษาเพิ่มเติมจากงานวิจัยที่ทำในบริบทของประเทศไทยด้วย แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมปัจจุบันยังได้ถูกมองมุมใหม่ในสถานะของผลิตภัณฑ์ที่ช่วยสร้างมูลค่าทาง

เศรษฐกิจ เช่นเดียวกับวัตถุประสงค์หนึ่งในการสร้างโครงการไหว้พระ 9 วัด และไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงขึ้นมาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงทศวรรษที่ 2540

งานวิจัยเกี่ยวกับการไหว้พระ 9 วัด มีการศึกษาเฉพาะการจัดการโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงและการจัดไหว้พระ 9 วัดโดยองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพที่มีเส้นทางหลากหลายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเชิงปริมาณเกี่ยวกับพฤติกรรม ทักษะคติ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาต่าง ๆ ที่หน่วยงานดังกล่าวจัดขึ้น ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพในหัวข้อนี้ยังมีอยู่อย่างจำกัด

การศึกษาเรื่องผลกระทบจากการท่องเที่ยว ในช่วงแรกจะพบว่าเป็นการศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมในพื้นที่การท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ในระยะต่อมาจึงเริ่มมีงานที่ศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมมากขึ้น สอดคล้องกับกระแสความนิยมการท่องเที่ยวทางเลือกและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่จากการสำรวจพบว่ายังเน้นเรื่องผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้มากกว่าทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ประเภทพิธีกรรมหรือความเชื่อ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเกี่ยวข้องกับศาสตร์หลายด้านจึงพบว่ามีการศึกษาในหลายสาขาวิชา อาทิ สาขาการท่องเที่ยวที่จะเน้นศึกษาผลกระทบทางกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว สาขามานุษยวิทยาศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับทฤษฎีอุตสาหกรรมวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน หรือการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมภายในท้องถิ่น ส่วนสาขาเศรษฐศาสตร์ศึกษาในขอบเขตของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อรายได้ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยในประเด็นข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาเห็นถึงแนวทางในการออกแบบงานวิจัยซึ่งจะช่วยเติมเต็มการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณและการไหว้พระ 9 วัดให้ครอบคลุมประเด็นที่ยังขาดไปได้มากขึ้น

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการศึกษาเรื่อง “ท้าวไหว้พระ 9 วัด”: การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาและสภาพการณ์ปัจจุบันของการเดินทางเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 9 แห่งที่ได้รับความนิยมจากพุทธศาสนิกชน พร้อมกันนั้นก็ได้ศึกษากระบวนการที่ทำให้การไหว้พระลักษณะดังกล่าวกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวเชิงศาสนา และประเมินว่ากิจกรรมดังกล่าวเมื่อถูกทำเป็นสินค้าแล้วจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องทั้งต่อตัวศาสนสถานและการเข้าวัดทำบุญของคนไทยอย่างไรบ้าง โดยมีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจข้อมูลเบื้องต้น ขั้นตอนของการสำรวจเบื้องต้นผู้ศึกษาแบ่งวิธีการสำรวจออกเป็นการศึกษาเอกสารเพื่อสำรวจแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะศึกษา และการสำรวจพื้นที่ที่จะศึกษาเพื่อหาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่นั้นๆ

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล ประกอบไปด้วยแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์และแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมจากการเข้าไปสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด ตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บจากแบบสอบถามที่แจกให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไหว้พระ 9 วัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูล ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ และทำการวิเคราะห์ประเมินผลข้อมูลที่มีประโยชน์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

#### 1. ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้ศึกษาเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมกับการศึกษาในแต่ละวัตถุประสงค์ แต่จะเลือกใช้ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักและใช้การวิจัยเชิงปริมาณเข้ามาเสริมให้งานมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

## 1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

**1.1.1 การศึกษาเอกสาร (Documentary Study)** ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาทั้ง เอกสารปฐมภูมิ (Primary Data) และเอกสารทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. เอกสารปฐมภูมิ ประกอบด้วย เอกสารของหน่วยงานราชการที่มีส่วนในการผลักดันให้เกิดการไหว้พระ 9 วัด ได้แก่ กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ เอกสารดังกล่าวประกอบด้วยคู่มือการนำเที่ยวในโครงการ “ไหว้พระ 9 วัด” และเอกสารประเมินผลการจัดโครงการ

2. เอกสารทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา กระบวนการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานและพัฒนาการของการไหว้พระ 9 วัด นอกจากนั้นยังศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปรากฏการณ์การไหว้พระ 9 วัด บทความในวารสาร นิตยสาร สื่อออนไลน์ซึ่งทำให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันและความคิดเห็นของบุคคลต่างๆที่มีต่อการไหว้พระ 9 วัด

**1.1.2 การสำรวจพื้นที่ที่จะศึกษา** โดยสังเกตการณ์กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ในช่วงเทศกาลสำคัญ วันหยุดเสาร์ อาทิตย์ที่ไม่ตรงกับวันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันธรรมดา เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้วางแผนการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ต่อไป

**1.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล** ใช้วิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี และในการเก็บข้อมูลแต่ละประเภทจะใช้เครื่องมือที่แตกต่างกัน

**การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)** โดยเข้าร่วมโครงการ “ไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง” ด้วยวิธีการและรูปแบบที่แตกต่างกัน ได้แก่

1. การเข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงโดยขึ้นรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัดของขสมก .ที่จัดบริการในเทศกาลสำคัญครั้งที่ 1 วันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 ตรงกับวันมาฆบูชา ครั้งที่ 2 วันที่ 12 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 ตรงกับวันเข้าพรรษา

2. การเข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด เส้นทางกรุงเทพฯ ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ ครั้งที่ 1 วันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2555 ครั้งที่ 2 วันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556

3. การเข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดทางน้ำและถวายเทียนพรรษา จัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย วันที่ 13 กรกฎาคม พ.ศ. 2557

4. การเข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดทางน้ำ โดยบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด วันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556

**การสัมภาษณ์ (Interview)** ใช้เครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลโดยการสร้างแบบ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากประชากร 4 กลุ่ม ได้แก่

1. ผู้ริเริ่มโครงการไหว้พระ 9 วัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ใช้วิธีการเลือก กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงทั้งหมด เพื่อให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการก่อตั้งกิจกรรม เกณฑ์การคัดเลือก สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ รวมถึงผลการดำเนินงานตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ประกอบด้วย

ระพีพัฒน์ เกษโกศล นักพัฒนาการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนัก วัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

ณพัทยศ เอมะสิทธิ์ นักพัฒนาการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนัก วัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

สุรพล เศวตรเศรณี ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สมชาย ชมภู่น้อย ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคกลาง การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย

2. เจ้าหน้าที่องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ผู้รับผิดชอบโครงการไหว้พระ 9 วัด เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านการจัดโครงการขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ลักษณะและผลการ ดำเนินงาน กลุ่มตัวอย่างถูกเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย

อรุณ สารเสวก ผู้ให้บริการบนรถโดยสาร (ปฏิบัติหน้าที่เก็บค่าโดยสาร) องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการนำเที่ยวตามโครงการไหว้พระ 9 วัด เส้นทางกรุงเทพฯ

ณรงค์ โนจกุล พนักงานสื่อสาร องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ

สวัสดี โพธิ์ประเสริฐ นายตรวจเขตการเดินรถที่ 4 (อุบลองเตย) องค์การ ขนส่งมวลชนกรุงเทพ

3. พระสงฆ์และเจ้าหน้าที่ประจำพระอารามหลวงตามเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง สำหรับข้อมูลการเข้าร่วมโครงการไหว้พระ 9 วัด การจัดการเพื่อรองรับ นักท่องเที่ยว ผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรมภายในวัด และความคิดเห็นต่อกิจกรรมดังกล่าว ใช้ วิธีการเลือกแบบเจาะจงจำนวน 14 คน ได้แก่

พระมหาบุญรุ่ง สิริโชติ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดอรุณราชวราราม

พระมหาปรีชา ปสนโน ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดระฆังโฆสิตาราม  
 พระครูปริตรโกศล ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดบวรนิเวศวิหาร  
 พระมหาบุญคง ฌมมิโก ผู้ช่วยประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการบริหารโครงการเปิดพระ  
 อารามภาคกลางคืน และกรรมการศูนย์เผยแผ่การท่องเที่ยว วัดสุทัศนเทพวราราม  
 พระมหานิคม นิสโก รองประธานคณะกรรมการบริหารโครงการเปิดพระ  
 อารามภาคกลางคืนและกรรมการศูนย์เผยแผ่การท่องเที่ยว วัดสุทัศนเทพวราราม  
 พระมหาดาวทอง ดิสสุโร พระลูกวัด วัดกัลยาณมิตร  
 พระมหาอุดม ปัญญาโก เลขานุการแผนกทัศนศึกษา วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม  
 ชโลกร สุพรรณกุล ช่างฝีมือซ่อมตุ๊กตาหิน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม  
 แสงชัย สมพันธ์ พนักงานวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม  
 พระมหาญาณเดช ญาณวีโร พระลูกวัด วัดสระเกศ  
 พระนิกร ฐานโกโร พระอาคันตุกะ วัดสระเกศ ทำหน้าที่ประจำจุดถวาย  
 สังฆทานบนบรมบรรพต

พระมหาภาณุ ภาณุโก ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดชนะสงคราม  
 พนม ชื่นหวานวงศ์ พนักงานวัดชนะสงคราม  
 รณกร เจริญศรี พนักงานนำชม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

4. แม่ค้าหรือพนักงานขับรถรับจ้างผู้ประกอบอาชีพหรือคนในชุมชนใกล้เคียง  
 บริเวณวัดในเส้นทางที่ศึกษา ทำให้ทราบเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อการประกอบอาชีพและความ  
 คิดเห็นต่อการไหว้พระ 9 วัด ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่มจำนวน 10 คน ได้แก่

อภิสร่า อินทร์ประเสริฐ แม่ค้าจำหน่ายน้ำและขนมบริเวณท่าน้ำวัดอรุณ  
 เจ้าหน้าที่ประจำจุดถวายสังฆทานและจำหน่ายน้ำดื่มวัดระฆังโฆสิตาราม  
 พีโจ คนขับรถสามล้อรับจ้างบริเวณข้างวัดบวรนิเวศวิหาร  
 วิเชียร หลงชล คนขับรถสามล้อรับจ้างบริเวณหน้าวัดสุทัศนเทพวราราม  
 เจ้าของร้านขนมร้านขายอาหารหน้าวัดสุทัศนเทพวราราม  
 สุกัญญา นุชเนตร พนักงานเก็บค่าโดยสารเรือข้ามฟากบริษัทยอดสยาม  
 โป้ทจำกัด ประจำท่าเรือปากคลอง-วัดกัลยาณมิตร

พรนภา ศรีกาญจน์ แม่ค้าจำหน่ายน้ำและขนมบริเวณถนนเซตุพน  
วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

อำนวยการ กอแก้ว พ่อค้าจำหน่ายไอศกรีมกะทิสดวัดสระเกศ  
วิโรจน์ วิบูลย์เวชวานิชย์ คนขับรถสามล้อรับจ้างวัดสระเกศ  
บุญมี พิณจิตร คนขับรถสามล้อรับจ้างบริเวณวัดชนะสงคราม

## 1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้ศึกษาได้ประยุกต์ใช้ความรู้จากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและแหล่งข้อมูลที่ได้ศึกษา มาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่ม

**1.2.1 การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง** ผู้ศึกษาเลือกวิธีการใช้ระดับความผิดพลาดของ Taro Yamane ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่านิยมใช้มากที่สุด สูตรการคำนวณ คือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการคำนวณหา

N = จำนวนประชากร ผู้ศึกษาอ้างอิงจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไหว้พระ 9 วัดจากรายงานประเมินผลกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2546 ว่ามีนักท่องเที่ยวเข้าร่วมงานประมาณ 24,000 คน (อินโฟเรลีส: 2547) ซึ่งในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มขึ้น จึงกำหนดจำนวนประชากรโดยประมาณ 50,000 คนต่อปี

e = ระดับความผิดพลาด ผู้ศึกษาเลือกระดับความผิดพลาดที่  $\pm 5$

ผลการคำนวณตามสูตร ได้จำนวนประชากร คือ 397 คน จึงตัดสินใจเลือกทำแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด

**1.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล** ในการศึกษาเชิงปริมาณมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง โดยเก็บจากจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง เดินทางกับทัวร์ของชมก. ในวันอาทิตย์ และเดินทางกับรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัดที่ชมก. ที่ให้บริการในช่วงเทศกาลสำคัญ ทั้งในช่วงปกติและช่วงเทศกาลเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างในแต่ละช่วงเวลา และสะท้อนให้เห็นถึงผลการศึกษาจากหลายมุมมองมากขึ้น

1. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 เลือกแบบสุ่มจำนวน 4 ครั้ง ในช่วงเวลาที่ต่างกันเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงในช่วงปกติและช่วงเทศกาล ผู้ศึกษาทำการแจกแบบสอบถามในช่วงเวลา 9.00 – 12.00 น. และ 13.00 – 16.00 น. โดยประมาณ และไม่คำนึงถึงจำนวนแบบสอบถามในแต่ละครั้ง แต่จะใช้เวลาเป็นตัวกำหนด ซึ่งการเก็บข้อมูลในครั้งที่ 4 ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่เหลือจาก 3 ครั้งแรกจนครบ 400 คน

ครั้งที่ 1 เก็บข้อมูลวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2555 แจกแบบสอบถาม 45 ชุด บริเวณวัดบวรนิเวศวิหาร วัดชนะสงคราม และวัดสระเกศ เป็นวันเสาร์ไม่ตรงกับช่วงเทศกาล เก็บจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตัวเอง

ครั้งที่ 2 วันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 แจกแบบสอบถาม 30 ชุด บริเวณวัดกัลยาณมิตรและวัดพระศรีรัตนศาสดาราม เป็นวันธรรมดาไม่ตรงกับช่วงเทศกาล เก็บจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตัวเอง

ครั้งที่ 3 ในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 แจกแบบสอบถาม 170 ชุด บริเวณวัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดระฆังโฆสิตาราม และวัดอรุณราชวราราม ตรงกับวันอาทิตย์ในช่วงเทศกาลมาฆบูชา เก็บจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตัวเอง และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับทัวร์ไหว้พระ 9 วัด ของขสมก. เส้นทางกรุงเทพฯ

ครั้งที่ 4 ในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 แจกแบบสอบถาม 155 ชุด บริเวณวัดบวรนิเวศวิหาร วัดชนะสงคราม วัดสระเกศ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดสุทัศนเทพวราราม ตรงกับวันมาฆบูชา เก็บจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตัวเอง และนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัดของขสมก. บริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์

2. ลักษณะคำถามที่เลือกใช้ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด ใช้ในการสำรวจข้อมูลตามขอบเขตตัวเลือกที่กำหนด และคำถามปลายเปิดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นของตนอย่างเสรี แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ภูมิลำเนา และที่อยู่ปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรม ประกอบด้วย การรับรู้ข้อมูล ความถี่โอกาสในการไหว้พระ 9 วัด การเดินทาง เกณฑ์การเลือกวัด วัดที่เดินทางไป และวัตถุประสงค์ในการไหว้พระ 9 วัด

### ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็น ได้แก่

แบบสอบถามทัศนคติต่อการไหว้พระ 9 วัด ประกอบด้วย การส่งเสริมศาสนา การดึงดูดให้เข้าวัด การช่วยเสริมสิริมงคล ความสอดคล้องกับหลักศาสนา และความรู้เรื่องประวัติศาสตร์และศิลปกรรม

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อวัดที่ได้เดินทางไป แบ่งเป็น ด้านสถานที่ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว บรรยากาศการเดินทาง และคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ด้านความคิดเห็นต่อการบริการ ประกอบด้วย การจัดบุคลากรดูแลนักท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการไหว้พระ การให้ความรู้เพิ่มเติมด้านประวัติศาสตร์และศิลปกรรม ความปลอดภัย และการให้ข้อมูลเพิ่มเติม

### ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

#### 1.3 การวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากการศึกษาตามขั้นตอนแล้ว ผู้ศึกษาจะทำการสังเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้รับมาประมวลผล ทำการสังเคราะห์ แยกแยะข้อมูล หลังจากนั้นจึงเลือกใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการและอยู่ในขอบเขตของการศึกษามาใช้

ขั้นตอนถัดมาคือการวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลส่วนที่สังเคราะห์แล้วมาวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การสรุปผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา พร้อมกับเสนอแนะแนวทางสำหรับการทำวิจัยต่อไปในอนาคต

## 2. ระยะเวลาการวิจัย

ตารางที่ 1 ตารางแสดงแผนการดำเนินการวิจัย

กิจกรรม	พ.ศ. 2555											พ.ศ. 2556														
	ก. พ.	มี. ค.	เม. .ย.	พ. ค.	มิ. ย.	ก. ค.	ส. ค.	ก. ย.	ต. ค.	พ. ย.	ธ. ค.	ม. ค.	ก. พ.	มี. ค.	เม. .ย.	พ. ค.	มิ. ย.	ก. ค.	ส. ค.	ก. ย.	ต. ค.	พ. ย.	ธ. ค.			
การสำรวจพื้นที่ที่จะศึกษา	→																									
การศึกษาเอกสาร	→																									
การสร้างเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล		→																								
การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม		→																								
การเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์		→																								
การเก็บข้อมูลแบบสอบถาม			→																							
การวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูล												→														

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากการศึกษาเอกสารและการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 พัฒนาการและสถานการณ์ปัจจุบันของการไหว้พระ 9 วัด ในประเทศไทย การไหว้พระ 9 วัดในเขตกรุงเทพฯ และเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ตลอดจนรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นที่ 2 การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

ประเด็นที่ 3 ผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

ประเด็นที่ 4 พฤติกรรม ทักษะทัศนคติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

#### 1. พัฒนาการและสถานการณ์ปัจจุบันของการไหว้พระ 9 วัด

การทำบุญไหว้พระของคนไทยในอดีตมีลักษณะเป็นการเดินทางไปทำบุญยังวัดใกล้บ้าน ในบางโอกาสอาจเดินทางไปยังวัดที่มีชื่อเสียงในพื้นที่ห่างไกลจากท้องถิ่นของตนเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียง แต่ส่วนใหญ่จะเดินทางในช่วงเทศกาล ทั้งเทศกาลงานประจำปีวัดจัดขึ้นหรือเทศกาลพิเศษและวันสำคัญทางศาสนา ซึ่งการเดินทางไปนี้จะสอดคล้องกับการประกอบอาชีพ ไม่ว่าจะเป็ฤดูกาลเพาะปลูกของผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรหรือวันหยุดของผู้ที่ประกอบอาชีพตามความถนัดทั้งราชการและเอกชน รูปแบบการเดินทางพบว่าไม่ได้กำหนดจำนวนสถานที่ที่จะเดินทางไปอย่างแน่นอนในทุกครั้ง แต่จะปรับเปลี่ยนจำนวนให้เหมาะสมกับการเดินทาง ทั้งนี้ จุดมุ่งหมายหลักคือการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา แต่ในขณะเดียวกันก็ได้พักผ่อนหย่อนใจจากภาระงานประจำด้วยทั้งในช่วงการเดินทาง ระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรม หรือหลังจากเสร็จสิ้นการประกอบพิธีกรรมที่ศาสนสถานแล้ว เนื่องจากเส้นทางที่เดินทางไปอาจมีแหล่งท่องเที่ยวให้แวะชมหรือตัวศาสนสถานเดินทางไปก็มีลักษณะทางสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม ภูมิทัศน์หรือสิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ ที่ทำให้ผู้มาเยือนได้ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจไปในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงเรียกได้ว่าการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในเวลาว่างนอกเหนือจากการทำงานถือว่าการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง คือ

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาหรือที่ในปัจจุบันเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณซึ่งมีความหมายกว้างขวางครอบคลุมมากกว่า

ต่อมาเริ่มมีการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณประเภทที่เดินทางไปไหว้พระสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์โดยกำหนดจำนวนสถานที่ที่จะไปอย่างแน่นอน และใช้เวลาเพียง 1 วันในการเดินทางไปยังสถานที่ทั้งหมด พร้อมกันนั้นก็ได้เพิ่มความหมายแก่การสักการะซึ่งสอดคล้องกับชื่อประวัติความเป็นมา สิ่งศักดิ์สิทธิ์สำคัญของสถานที่นั้น ๆ ซึ่งภายหลังได้คลี่คลายมาเป็นกิจกรรมที่เรียกว่า “ไหว้พระ 9 วัด” ทั้งที่ประกอบด้วยวัดเพียงประเภทเดียวหรือผสมผสานกับศาสนสถานตามความเชื่อของคนกลุ่มต่าง ๆ ร้อยเรียงเข้าด้วยกันเป็นเส้นทางสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ควบคู่กับการท่องเที่ยว

**1.1 การไหว้พระ 9 วัดในประเทศไทย** กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นเฉพาะผู้นับถือศาสนาพุทธในประเทศไทยเท่านั้น เนื่องจากตั้งอยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมของสังคมไทย เรื่องความเชื่อเกี่ยวกับเลข 9 ที่พ้องกับคำว่า “ก้าวหน้า” ซึ่งมีความหมายเป็นมงคล ทำให้ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับความรู้สึกเป็นสิริมงคลจากการสักการะศาสนสถานจำนวน 9 แห่ง เส้นทางไหว้พระสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์จึงต้องกำหนดจำนวนให้มี 9 แห่งเท่ากันทั้งหมด นอกจากนั้นแล้วการคัดเลือกสถานที่จำเป็นต้องมีความหมายมงคลช่วยส่งเสริมให้เกิดผลดีในด้านต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้กิจกรรมมีความน่าสนใจและสร้างความรู้สึกลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น และจำเป็นต้องสร้างเส้นทางให้เดินทางได้ครบถ้วนในเวลา 1 วันด้วย

การไหว้พระ 9 วัดมีจุดกำเนิดและได้รับความนิยมมากที่สุดในเขตกรุงเทพฯ หลังจากนั้นจึงเริ่มกระจายออกไปยังพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทยแต่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นจังหวัดโดยรอบพื้นที่กรุงเทพฯ หรือจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางการท่องเที่ยวอยู่แล้ว นอกจากนั้นยังต้องมีปัจจัยเรื่องทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานที่ประชาชนให้ความเคารพศรัทธา เนื่องมาจากทรัพยากรวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อนับเป็นจุดเด่นและจุดดึงดูดของการท่องเที่ยวประเภทไหว้พระ 9 วัด หน่วยงานผู้ริเริ่มจัดโครงการดังกล่าวเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลการท่องเที่ยว ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร (ปัจจุบัน คือ กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมมือกันจัดกิจกรรมขึ้นเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในเขตเกาะรัตนโกสินทร์ เนื่องจากในช่วงปี 2540 ประเทศไทยเผชิญกับปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจภายในประเทศชะลอตัว การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายได้ ประกอบกับประชาชนต้องการที่พึ่งทางจิตใจเมื่อเกิดภาวะวิกฤต ทำให้เกิดกิจกรรมรูปแบบการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเสริมสร้างกำลังใจ ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศ ผลการจัดกิจกรรมปรากฏว่าได้รับความนิยมอย่างมากเนื่องจากประชาชนต้องการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและความเชื่อเพื่อเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ จึงทำให้หน่วยงาน

ภาครัฐและเอกชนอื่น ๆ ตลอดจนชุมชนท้องถิ่นนำเอารูปแบบการไหว้พระ 9 วัดไปเป็นต้นแบบสร้างเส้นทางท่องเที่ยวในลักษณะไหว้พระ 9 วัดโดยมีรูปแบบแตกต่างกันและขยายไปยังพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย

จากการศึกษาพื้นที่ที่เกิดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด พบว่าเกิดขึ้นมากที่สุดในกรุงเทพฯ และจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียงกับกรุงเทพฯ ในระยะเดินทางไปกลับได้ภายใน 1 วัน หรือเกิดขึ้นในจังหวัดที่มีผู้นิยมเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนอยู่ก่อนแล้วและสามารถเสริมกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดเข้าไปได้ โดยรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวก็จะแตกต่างกันไปตามหน่วยงานที่จัดกิจกรรม ซึ่งหน่วยงานหลักที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดอย่างต่อเนื่องได้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ส่วนบริษัทนำเที่ยวเอกชนและหน่วยงานท้องถิ่นมีการจัดกิจกรรมเช่นกันแต่ไม่ชัดเจนเท่ากับ 2 หน่วยงานดังกล่าว

**1.1.1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย** เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ รัฐบาลได้มอบหมายนโยบายแก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้จัดถวายความรู้แก่พระสงฆ์ในเขตกรุงเทพฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตระหนักว่าวัดเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแต่ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม จึงจัดโครงการนำพระสงฆ์ไปศึกษาดูงานในหัวข้อ “การพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต” ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยคัดเลือกวัดและโบราณสถานจำนวน 9 แห่งที่มีความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวในลักษณะแตกต่างกัน อาทิ วัดที่มีชื่อเสียง วัดที่มีทรัพยากรน่าสนใจแต่ไม่ได้รับความนิยม วัดเก่า วัดใหม่ เป็นต้น การเลือกเลข 9 มาใช้เนื่องจากเป็นเลขมงคลตามความเชื่อของคนไทยและเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 9 พร้อมกันนั้นก็ได้เชิญสื่อมวลชนให้เข้าร่วมโครงการด้วย สื่อได้นำเสนอข่าวว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดโครงการเกี่ยวกับการไหว้พระ 9 วัดมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสิริมงคลพร้อมกับได้ท่องเที่ยว (สมชาย ชมภู่น้อย, 2556)

จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2545 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดโครงการ “ไทยเที่ยวไทย ไปได้ทุกเดือน” เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวภายในประเทศ และกระตุ้นการท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ อีกทั้งยังต้องการให้ประชาชนมีที่พึ่งทางจิตใจและสามารถฝ่าฟันอุปสรรควิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นตั้งแต่พ.ศ. 2540 (สุรพล เศวตรเศรษฐี, 2556) จึงร่วมมือกับศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (กองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ) ในการนำกิจกรรมสักการะ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในแผนงานสำหรับเดือนมกราคมอันเป็นเดือนแรกของปี (สมชาย ชมภู่น้อย, 2556) เป็นที่มาของโครงการ “นมัสการ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์” เพื่อเป็นการเริ่มต้นชีวิตในช่วงปีใหม่ ตามแนวคิดที่ว่า “การเริ่มต้นที่ดี คือ ส่วนหนึ่งของความสำเร็จ” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555) ผลปรากฏว่าได้รับความนิยมอย่างมากจนการจราจรแออัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ซึ่งเป็นพื้นที่จัดกิจกรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงนำเอาความคิดดังกล่าวมาปรับ

เป็นเส้นทางใหม่แต่ยังคงอยู่ภายในกรุงเทพฯ เพื่อให้ผู้ที่เดินทางมาอย่างหนาแน่นในเส้นทางเดิมให้กระจายตัวออกไป

เมื่อการไหว้พระ 9 วัดเริ่มมีความเข้มแข็งในด้านรูปแบบและการจัดการ จึงมีการจัดทัวร์ไหว้พระ 9 วัดในลักษณะเดียวกันในพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางการท่องเที่ยวอยู่แล้ว ผ่านการจัดการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยส่วนภูมิภาคที่ได้นำเสนอเส้นทางไหว้พระ 9 วัดในพื้นที่รับผิดชอบของตน ได้แก่

1. เส้นทางภาคกลาง ในปีพ.ศ. 2555 นายสมชาย ชมภูน้อย ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ออกแผนการตลาดท่องเที่ยว ภูมิภาคภาคกลาง ประจำปี พ.ศ. 2556 ในหัวข้อ “สวัสดิประเทศไทย” เพื่อกระตุ้นให้ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศช่วงเทศกาลขึ้นปีใหม่ เจาะกลุ่มเป้าหมายไปยัง 19 จังหวัดภาคกลาง และวางแผนการท่องเที่ยวในลักษณะการไหว้พระขอพร 9 วัดเพื่อเป็นสิริมงคลและการเริ่มต้นปีใหม่อย่างมีความสุข กิจกรรมจัดขึ้นใน 19 จังหวัด ตามอำนาจการดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภูมิภาคภาคกลาง โดยงานจัดตลอดทั้งเดือนมกราคม 2556 โครงการนี้ได้คัดเลือกวัดและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์จังหวัดละ 9 แห่ง ได้แก่ สมุทรสงคราม สุพรรณบุรี อ่างทอง ชัยนาท สิงห์บุรี สระบุรี ลพบุรี กาญจนบุรี กรุงเทพฯ นนทบุรี ปทุมธานี ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ เพชรบุรี ราชบุรี ประจวบคีรีขันธ์ พระนครศรีอยุธยา สมุทรสาคร และนครปฐม (tiewpakklang, 2556)

2. เส้นทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้วางนโยบายให้แต่ละจังหวัดคัดเลือกสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เพื่อนำมาเป็นจุดขายในโครงการ ซึ่งบางจังหวัดคัดเลือกรายชื่อวัดมาได้มากกว่า 9 แห่ง ส่วนบางจังหวัดมีสถานที่ที่เหมาะสมน้อยกว่า 9 แห่ง จังหวัดที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมดประกอบด้วย กาฬสินธุ์ ขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู เลย ร้อยเอ็ด สกลนคร ยโสธร มหาสารคาม อำนาจเจริญ ชัยภูมิ มุกดาหาร นครราชสีมา สุรินทร์ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี แต่เส้นทางที่ได้ประชาสัมพันธ์เป็นเส้นทางหลัก ได้แก่ เส้นทางไหว้พระธาตุ 4 เมือง รุ่งเรืองตลอดชีวิต ในกลุ่มจังหวัด “ร้อย แก่น สาร สินธุ์” (ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นำคณะสื่อมวลชนเข้าร่วมและนำเสนอข่าวแก่ประชาชนทั่วไปในปี พ.ศ. 2553

3. เส้นทางภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประชาสัมพันธ์เส้นทางไหว้พระ 9 วัด เส้นทางจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย วัดเชียงใหม่ วัดดวงดี วัดดัดภัย วัดพระสิงห์ วัดเชียงยืน วัดพระธาตุดอยสุเทพ วัดสวนดอก วัดลอยเคราะห์ และวัดชัยมงคล (konthaitour, 2556) ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นวัดที่มีชื่อเสียง นอกจากนั้นในวันที่ 14 มิถุนายน 2556 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเชียงใหม่ จัดโครงการ “อิมบุดู อุ่นใจ ไป 3 เวียง” ในรูปแบบการไหว้พระ 9 วัดที่เชื่อมโยงวัดสำคัญใน 3 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง ลำพูน และ

เชียงใหม่ เข้าด้วยกัน จังหวัดลำปางประกอบด้วยวัดพระธาตุลำปางหลวงและวัดพระแก้วดอนเต้าสุชาดาราม จังหวัดลำพูน ได้แก่ วัดพระธาตุหริภุญชัย วัดมहांวันนาราม และวัดจามเทวี จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ วัดพระธาตุดอยสุเทพ วัดเจ็ดยอด วัดพระสิงห์ และวัดเจ็ดยอดหลวง รวมทั้งสิ้น 9 วัด เมื่อผู้เข้าร่วมโครงการเดินทางไปสักการะครบทั้งหมดจะสามารถขอรับเกียรติบัตรประจำโครงการได้ (konhuleg, 2556)

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีลักษณะเป็นการสำรวจศักยภาพของศาสนสถานในพื้นที่ต่าง ๆ นำมาสร้างเป็นเส้นทางไหว้พระ 9 วัด หลังจากนั้นจะประชาสัมพันธ์เส้นทางให้กับสื่อแขนงต่าง ๆ ได้รับทราบเพื่อทำข่าวนำเสนอแก่สาธารณชน เพื่อเป็นเส้นทางต้นแบบสำหรับผู้สนใจได้เลือกเดินทางด้วยตนเองตามเส้นทางที่กำหนด นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้บริษัทนำเที่ยวเอกชนสามารถนำเส้นทางนี้ไปใช้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบการจำหน่ายทัวร์ด้วยเช่นกัน ในส่วนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเองจะจัดทัวร์ไหว้พระ 9 วัดในบางโอกาส เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสำคัญทางศาสนา ซึ่งไม่ได้จัดเป็นประจำทุกปี ผู้ที่เข้าร่วมจะต้องติดตามข่าวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าเปิดให้ร่วมกิจกรรมหรือไม่ แต่ถ้าหากต้องการสอบถามข้อมูลเพื่อเดินทางด้วยตนเองก็สามารถตรวจสอบได้จากเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและโทรศัพท์สอบถามจากเจ้าหน้าที่ได้

**1.1.2 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)** ในปี พ.ศ. 2549 ขสมก. เริ่มเข้ามามีบทบาทในการจัดรถบริการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไหว้พระ 9 วัด สาเหตุการจัดโครงการเนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวซึ่งเป็นสถาบันพื้นฐานของสังคม ในสมัยรัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (พ.ศ. 2547) และรัฐบาลพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ (พ.ศ. 2549) ประกอบกับปัจจัยภายในองค์กร กล่าวคือ ในช่วงปี พ.ศ. 2549 ขสมก. ประสบภาวะขาดทุนต่อเนื่องเดือนละประมาณ 500 ล้านบาท และมีหนี้สินเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี (สกนธ์ ภู่งามดี. 2553: 165) จากปัจจัยทั้งสองด้านทำให้ขสมก. เล็งเห็นถึงศักยภาพในการใช้รถโดยสารประจำทางมาบริการนักท่องเที่ยวและจัดเก็บค่าโดยสารเป็นรายได้ส่วนหนึ่งของหน่วยงาน จึงเป็นที่มาของโครงการ “ครอบครัวสุขสันต์ ไหว้พระ 9 วัดกับขสมก.” โดยเริ่มต้นจากเขตการเดินทางที่ 1 (อุบ่างเขน) เป็นเขตการเดินทางแรกที่ให้บริการรถนำเที่ยวในวันเสาร์และวันอาทิตย์เพื่อไปไหว้พระ 9 วัดในเส้นทางกรุงเทพฯ และจังหวัดในภาคกลาง ต่อมาจึงขยายไปสู่เขตการเดินทางอื่น ๆ และให้บริการในเส้นทางที่หลากหลายมากขึ้น

เกณฑ์การคัดเลือกวัดของขสมก. ในเบื้องต้นจะจัดวางเส้นทางที่สามารถเดินทางไปกลับกรุงเทพฯ ได้ภายใน 1 วัน วัดถูกคัดเลือกต้องมีความสามารถในการรองรับและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้ อาทิ ห้องน้ำสะอาด มีจุดให้บริการดอกไม้ ธูป เทียน นอกจากนี้ขสมก. จะคัดเลือกวัดจากการที่มีพระสงฆ์จำพรรษาอยู่และสามารถประกอบพิธีทางศาสนาให้แก่

นักท่องเที่ยวได้ ประกอบกับคัดเลือกวัดผสมผสานกันระหว่างวัดที่มีชื่อเสียงกับวัดที่ขาดแคลนปัจจัย ในการพัฒนาให้อยู่ในรายการท่องเที่ยวเดียวกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์และ ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา วัดก็จะได้รับความช่วยเหลือจากนักท่องเที่ยวผ่านการบริจาคเงินทำบุญ เป็นการกระจายรายได้แก่วัดและชุมชนที่ต้องการทุนทรัพย์ในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ต่อไป

เมื่อเริ่มต้นโครงการในปี พ.ศ. 2549 ขสมก. ให้บริการนำเที่ยวโดยรถปรับอากาศปรับอากาศ (รถเมล์ล์) จำนวน 35 ที่นั่งในวันเสาร์และอาทิตย์ทั้งหมด 14 เส้นทาง ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร อ่างทอง-สามชุก ฉะเชิงเทรา กาญจนบุรี อยุธยา นครนายก สระบุรี เพชรบุรี สิงห์บุรี สมุทรสงคราม นครปฐม สุพรรณบุรี-สามชุก ราชบุรี และลพบุรี (สกนธ์ ภู่งามดี. 2553: 169-170) บางเส้นทางนั้นจะให้บริการเฉพาะวันเสาร์หรืออาทิตย์ ส่วนบางเส้นทางที่ได้รับความนิยมมากจะให้บริการทั้ง 2 วัน และจัดรถเสริมตามปริมาณนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเทศกาลและวันสำคัญ จะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากจึงต้องมีการเสริมรถให้มากขึ้น

ในปี พ.ศ. 2554 ได้มีการเพิ่มเส้นทางบริการไหว้พระ 9 วัดจากเดิม 14 เส้นทางในเขตกรุงเทพฯ และภาคกลางที่อยู่ใกล้เคียงกับกรุงเทพฯ เป็น 24 เส้นทาง ในระยะทางที่ไกลขึ้นจากเดิมทั้งในกรุงเทพฯ ภาคกลาง ภาคกลางตอนบน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาค ตะวันออก เส้นทางส่วนใหญ่จะจัดขึ้นเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือสัปดาห์เว้นสัปดาห์ ได้แก่ พิษณุโลก นครสวรรค์ อุทัยธานี ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง อยุธยา นครราชสีมา นครปฐม สุพรรณบุรี ราชบุรี กาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรีชลบุรี จันทบุรี สระแก้ว แม่กลอง แม่กลอง (ชมหิ่งห้อย) เพชรบุรี หัวหิน กรุงเทพฯ (ไหว้พระ 9 วัด) กรุงเทพฯ (ไหว้พระ 5 วัด ชมตลาดน้ำ 3 แห่ง) ยกเว้นบางเส้นทางที่จัดขึ้นให้ตรงกับเทศกาลในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น ชัยภูมิ จะจัดเฉพาะช่วงดอกกระเจียวบานเดือน มิถุนายนถึงสิงหาคม และเส้นทางเขาตึกภูฏาน จังหวัดจันทบุรีที่จัดช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม ซึ่งการ ขยายเส้นทางในระยะหลังนี้บางเส้นทางยังคงบริการไหว้พระ 9 วัดเช่นเดิม แต่บางเส้นทางมีการ ปรับเปลี่ยนจำนวนวัดให้เหมาะสมกับระยะทางและเวลา รวมทั้งบางเส้นทางได้นำนักท่องเที่ยวแวะชม ตลาดน้ำหรือตลาดโบราณซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงด้วย เช่น เส้นทางสุพรรณบุรีแวะตลาด 100 ปีสามชุก เส้นทางสระแก้วแวะตลาดการค้าชายแดน (ตลาดโรงเกลือ) จากจำนวนเส้นทางที่ เพิ่มขึ้นนี้สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางไปกับขสมก. จนต้องขยาย เส้นทางเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการสร้างทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ เดินทางอยู่แล้วให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ซึ่งนักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจกับการปรับเปลี่ยน เส้นทางให้หลากหลายมากยิ่งขึ้นและยังต้องการให้เพิ่มเส้นทางใหม่อีกอย่างต่อเนื่อง

ด้านการให้บริการ ทางขสมก. จะคัดเลือกพนักงานขับรถและพนักงานเก็บค่า โดยสารที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ แล้วจึงทำการอบรมมารยาทและข้อปฏิบัติพื้นฐานให้พร้อมสำหรับการปฏิบัติงาน ซึ่งพนักงานทั้งหมดมีอัธยาศัยดี มีจิตใจพร้อมบริการ จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วย

ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง พนักงานเก็บค่าโดยสารจะมีหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่จะเดินทางไป จากการสอบถามพบว่าศึกษาหาข้อมูลจากหนังสือและคำบอกเล่าของผู้ที่มีความรู้พร้อมกับจัดทำเอกสารให้แก่ผู้ใช้บริการโดยออกค่าใช้จ่ายด้วยตนเองทั้งหมด ทุกคนที่มาทำงานล้วนมาด้วยจิตอาสาเพราะไม่ได้รับค่าแรงเพิ่มจากเงินเดือนปกติ แต่ก็มีความสุขและได้บุญร่วมกับผู้ที่มาไหว้พระ (อรุณ สารเสวก, 2555)

ผู้ที่ต้องการไหว้พระ 9 วัดจะต้องเดินทางมาซื้อตั๋วด้วยตนเองก่อนเวลารถออก (ประมาณ 6.30-7.30 น.) หากเส้นทางใดมีผู้ประสงค์ใช้บริการเกินกว่าที่นั่งของรถ 1 คัน อาจมีการเพิ่มรถ แต่ก็ขึ้นอยู่กับเส้นทางและจำนวนคนที่ต้องการไป (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ภาพการจำหน่ายบัตรโดยสารโครงการไหว้พระ 9 วัดกับขสมก. อุบางเขน

อย่างไรก็ตามขสมก. ประสบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทัวร์ไหว้พระ 9 วัด ซึ่งเป็นปัญหาต่อเนื่องตั้งแต่พ.ศ. 2550 เมื่อสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทท.) ยื่นเรื่องต่อกระทรวงคมนาคมและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้ตรวจสอบกรณีขสมก. จัดจำหน่ายทัวร์ว่าอาจขัดต่อพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 และพ.ศ. 2545 ในมาตรา 14 ห้ามผู้ใดประกอบธุรกิจนำเที่ยวเว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียน และมาตรา 39 ห้ามมิให้ผู้ใดเป็นมัคคุเทศก์ เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์จากนายทะเบียน ตามพระราชบัญญัติได้นิยามคำว่าธุรกิจนำเที่ยวว่า การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ที่พักนัจกร และหรือมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาจากลักษณะการดำเนินงานแล้วพบว่าทัวร์ไหว้พระ 9 วัดของขสมก. ช่วงพ.ศ. 2549-2550

ดำเนินการเข้าข่ายธุรกิจท่องเที่ยวในด้านการจัดรถเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทาง จัดอาหาร และมัคคุเทศก์ซึ่งพนักงานเก็บค่าโดยสารเป็นผู้ทำหน้าที่มัคคุเทศก์ ตามนิยามที่ว่า ผู้ที่นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่หรือบุคคลโดยได้รับค่าตอบแทน นายเจริญ ว่างอนานนท์ นายกสมาคมฯ กล่าวว่าขสมก. ไม่ได้จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ดังนั้นจึงไม่สามารถนำเที่ยวแบบบริษัทนำเที่ยวได้ นอกจากนั้นขสมก. ยังเปิดขายทัวร์ในราคาถูก เพราะใช้รถโดยสารที่มีอยู่แล้วจึงไม่มีค่าใช้จ่ายเรื่องค่าเช่ารถ ทำให้บริษัทนำเที่ยวเอกชนมีต้นทุนสูงกว่าและต้องขายทัวร์ราคาแพง นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวเอกชนลดจำนวนลงอย่างมาก ด้านขสมก. ได้ทำหนังสือชี้แจงกลับมาว่าจะขอทำทัวร์ถึงสิ้นปี 2550 เนื่องจากประชาชนให้การตอบรับดีและยังต้องการให้ขสมก. ดำเนินการต่อไป (ASTV ผู้จัดการรายวัน, 2556)

หลังจากปัญหาร้องเรียนดังกล่าว ขสมก. พยายามหลีกเลี่ยงการกระทำผิดกฎหมายโดยบริการเฉพาะรับส่งนักท่องเที่ยวไปไหว้พระ 9 วัด แต่ห้ามพนักงานให้ความรู้เกี่ยวกับวัดที่จะไปและส่งนักท่องเที่ยวบริเวณประตูวัด ไม่นำนักท่องเที่ยวเข้าไปในสถานที่ต่าง ๆ (อรุณ สารเสวก, 2555) ส่วนตัวนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าชอบการบริการของขสมก. เพราะมีราคาถูก ปลอดภัย สถานที่ท่องเที่ยวน่าสนใจ และมีเส้นทางให้เลือกหลากหลาย แต่ไม่ทราบเรื่องข้อกฎหมายใด ๆ คิดว่าการที่บริษัทนำเที่ยวเอกชนออกมาร้องเรียนเพราะเสียประโยชน์ ตนเป็นผู้บริโภคน่าจะเลือกใช้บริการที่ตนเองพึงพอใจได้ (มनु สายบำรุง, 2555)

ในปี พ.ศ. 2554 นายโอภาส เพชรมุณี ผู้อำนวยการองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ได้ออกมาชี้แจงว่าขสมก. และบริษัททัวร์มีกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน ขสมก. บริการแก่ผู้มีรายได้น้อยให้ได้ไหว้พระทำบุญในราคาถูก อีกทั้งขอให้กลุ่มทัวร์ที่มีปัญหาแจ้งเส้นทางที่ต้องการใช้เข้ามาแล้วขสมก. จะพยายามหลีกเลี่ยงเส้นทางให้ (ศูนย์กลางข่าวสารด้านคมนาคม, 2556) แต่อย่างไรก็ตาม ขสมก. ยังคงดำเนินการขายทัวร์ไหว้พระ 9 วัดและขยายเส้นทางออกไปอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทนำเที่ยวได้รับผลกระทบมากขึ้น จนถึงปี พ.ศ. 2555 นางสาวมัธรัตน์ พิระญาณโกเศส นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศในขณะนั้นยื่นเรื่องร้องเรียนต่อสำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน ขอให้ดำเนินการอย่างเด็ดขาดกับขสมก. ในประเด็นการทำผิดพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และการนำเอารถประจำทางซึ่งเป็นทรัพย์สินของทางราชการมาให้บริการแข่งขันกับเอกชน ที่ผ่านมาได้ยื่นเรื่องร้องเรียนผ่านกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คณะกรรมการการท่องเที่ยว และคณะอนุกรรมการการท่องเที่ยวมาแล้ว แต่ขสมก. ยังเพิกเฉยและอ้างว่าต้องมีคำสั่งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม (สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ, 2556; ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2556.) ในปีเดียวกันนายยุทธชัย สุนทรรัตนเวช นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศคนถัดมา กล่าวถึงกระแสที่ว่าขสมก. จะไปจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวอย่าง

ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งสมาคมฯ จะยื่นฟ้องศาลปกครองทันทีเพื่อให้พิจารณาว่า ขสมก. ทำผิดวัตถุประสงค์องค์กรหรือไม่ หากศาลปกครองตีความชัดเจนว่าทำผิดก็จะฟ้องศาลแพ่งเพื่อเรียกค่าเสียหายทันที (มติชน, 2555: 19)

ปัญหานี้ส่งผลถึงตัวผู้ศึกษาในขั้นตอนการขอสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเจ้าหน้าที่ขสมก. เขตการเดินรถที่ 1 (อุบลางเขน) ปฏิเสธที่จะให้ข้อมูลใด ๆ เนื่องจากกังวลว่าค่าให้สัมภาษณ์จะเกี่ยวข้องกับข้อกฎหมายที่อาจผูกพันตามมา

ปัญหาติลงเมื่อสำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดินได้ส่งหนังสือมาที่ขสมก. มีใจความว่าการจัดทัวร์ไหว้พระ 9 วัดไม่ผิดกฎหมายและสามารถดำเนินการต่อไปได้ เพราะช่วยส่งเสริมสถาบันครอบครัวและช่วยให้ประชาชนที่มีรายได้น้อยสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ในค่าบริการที่ถูก ทำให้ประชาชนมีทางเลือกมากขึ้น แต่ขสมก. ห้ามจัดเลี้ยงอาหาร ห้ามมีบริการมัคคุเทศก์ ห้ามจัดบริการค้างคืน ถ้ามีก็จะถือว่าผิด (ขสมก.พาไหว้พระต่างจังหวัดไม่ผิด, 2556)

**1.1.3 บริษัทนำเที่ยวเอกชนและหน่วยงานท้องถิ่น** บริษัทนำเที่ยวเอกชนพบว่ามีการจัดในรูปแบบทัวร์ไหว้พระ 9 วัดโดยอาศัยเส้นทางของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหลักและปรับรูปแบบให้สอดคล้องกับพื้นที่นั้น ๆ พร้อมกันนั้นก็ได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้วย อาทิ บริษัทคนไทยทัวร์จำกัด จัดรายการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด จังหวัดเชียงใหม่ในราคา 1,500-1,990 บาทซึ่งจำหน่ายอยู่ในเว็บไซต์หลังรักประเทศไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ส่วนหน่วยงานท้องถิ่นมีการจัดหลายรูปแบบ ทั้งโดยองค์การปกครองท้องถิ่น กลุ่มคนในชุมชน หรือธุรกิจท้องถิ่น ซึ่งจะสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ตลาดน้ำยามเย็น อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีภูมิประเทศเป็นแม่น้ำลำคลอง วัดสำคัญหลายแห่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำด้วยเช่นกัน ทำให้เกิดบริการไหว้พระ 9 วัดทางน้ำ เป็นต้น

**1.2 การไหว้พระ 9 วัดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล** กรุงเทพมหานครนับเป็นพื้นที่แรกในประเทศไทยที่เกิดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดขึ้น จุดเริ่มต้นของการเดินทางเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์รูปแบบ “ไหว้พระ 9 วัด” กำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2537 โดยนายสุริยัน สุจริตพลวงศ์ (หมอหยอง) หมอดูชื่อดังในขณะนั้นได้จัดกิจกรรมสักการะ 6 มงคลสถานในกรุงเทพฯ โดยคัดเลือกจากนามอันเป็นมงคลของแต่ละสถานที่เพื่อให้สอดคล้องกับคุณสมบัติที่ผู้มาทำบุญจะได้รับกลับไป แต่เลข 6 นับว่าไม่เป็นมงคล เพราะพ้องกับคำว่า “หกหล่มหรือลุ่มเหลว” จึงไม่เป็นที่นิยมมากนัก

**1.2.1 ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร** (ปัจจุบัน คือ กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร) เป็นหน่วยงานที่ริเริ่มจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบไหว้พระ 9 วัดขึ้นเป็นครั้งแรก ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “Walking Tour” เดินเท้าท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และย่านใน

อดีตของกรุงเทพฯ การจัดกิจกรรมนี้ต่อเนื่องมาจนถึงช่วงใกล้สิ้นปี พ.ศ. 2543 เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร (กองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ) จึงเลือกจัดกิจกรรมเดินเท้าเที่ยวชม 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นเส้นทางที่ 7 เส้นทางนี้เป็นเส้นทางที่ 7 เรียกชื่อว่า “Walking Tour 9 วัด” ที่จัดขึ้นเพื่อเป็นกิจกรรมในช่วงส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ทางผู้จัดได้ส่ง forward mail ให้กับกลุ่มผู้สนใจที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับทางหน่วยงาน ในการจัดครั้งนั้นมีผู้เข้าร่วมทั้งหมด 30 คน มีค่าใช้จ่ายคนละ 100 บาท เป็นค่าดอกไม้ ธูป เทียน และให้นักท่องเที่ยวแวะรับประทานอาหารในย่านที่มีชื่อเสียงระหว่างเส้นทางเดินเท้า

เจ้าหน้าที่ได้ศึกษาเรื่องราวการสักการะจากหนังสือของหมอดูที่เขียนเกี่ยวกับคติและเคล็ดในการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ อาทิ พ. สุวรรณ มาเปลี่ยนแนวคิดในการนำเสนอใหม่ โดยได้ตัดคติความเชื่อบางส่วนออกไป และนำความเชื่อบางส่วนมารวมเข้ากับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ปรากฏในแต่ละสถานที่ ให้คนได้ไหว้พระพร้อมกับการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปะต่าง ๆ แล้วจึงทำการคัดเลือกสถานที่และจัดให้อยู่ในเส้นทางที่สามารถเดินเท้าได้ (ณพัตยศ เอมะสิทธิ์, 2556) โดยสาเหตุที่จัดสักการะ 9 วัดเพื่อให้พ้องกับคำว่า “ก้าวหน้า” (ระพีพัฒน์ เกษโกศล, 2555; เอกรินทร์ พึ่งประชา 2550: 62-63)

เกณฑ์การคัดเลือกสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เลือกจากสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอยู่ก่อนแล้ว หลังจากนั้นจึงลงพื้นที่สำรวจด้วยตนเองโดยอ้างอิงตามเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อาทิ ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การให้บริการห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อความต้องการ ตลอดจนการให้บริการจำหน่ายดอกไม้ ธูป เทียนและอุปกรณ์การสักการะอื่น ๆ นอกจากนั้นแล้วยังต้องเข้าถึงสะดวกด้วยการคมนาคมที่หลากหลาย สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ผ่านเกณฑ์และถูกนำมาร้อยเรียงเป็นเส้นทางเดินเท้าร่วมกับการใช้ขนส่งสาธารณะ รูปแบบการท่องเที่ยวใช้การเดินทางจากวัดบวรนิเวศวิหาร วัดชนะสงคราม วัดสุทัศนเทพวราราม ศาลเจ้าพ่อเสือ ศาลหลักเมืองกรุงเทพฯ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และใช้บริการเรือข้ามฟากเพื่อไปยังวัดระฆังโฆสิตาราม และวัดอรุณราชวราราม

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม คือ การท่องเที่ยวศึกษาประวัติศาสตร์พร้อมกับการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม วัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการไหว้พระขอพร ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ประหยัด ได้รับความรู้ และมีคุณค่า (ณพัตยศ เอมะสิทธิ์, 2556) ซึ่งจากการประเมินพบว่าผู้ร่วมโครงการมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปจากกลุ่มที่สนใจศิลปวัฒนธรรมกลายเป็นกลุ่มที่ต้องการไหว้พระขอพรมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสอดคล้องกับสถานการณ์ช่วงปีพ.ศ. 2540-2543 หลังประเทศต้องเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจอย่างหนัก คนไทยจึง

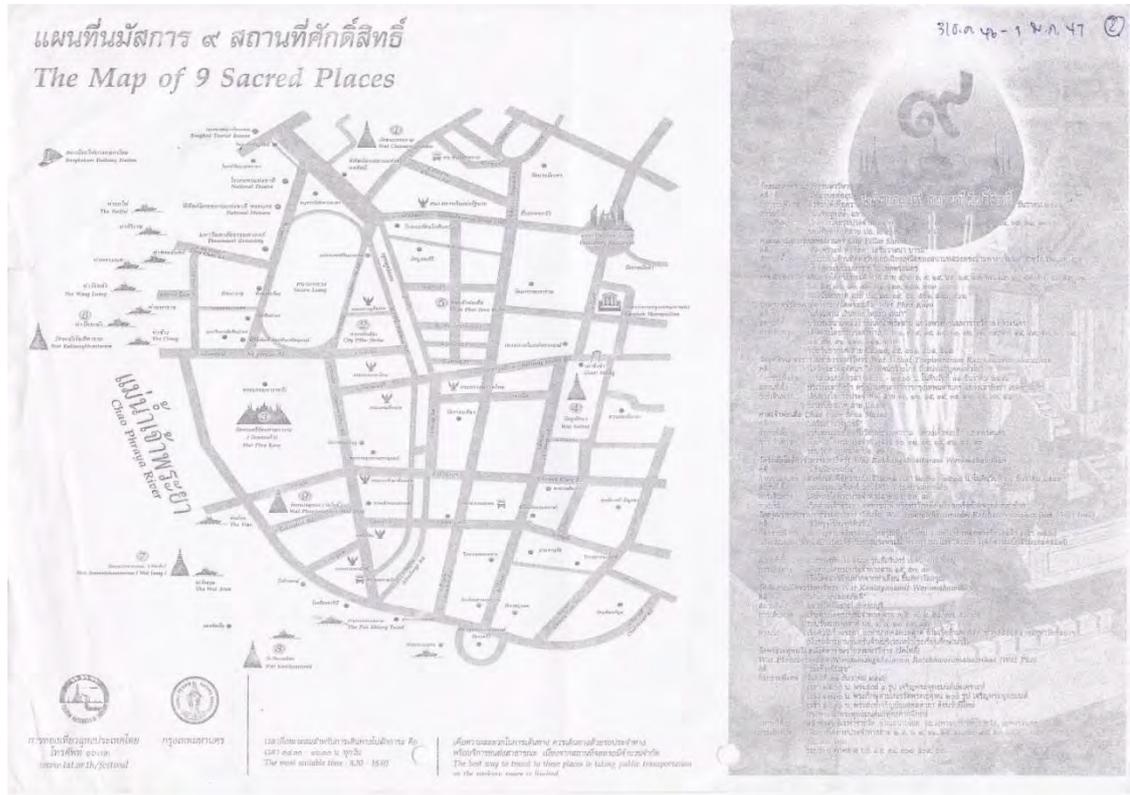
พยายามหาที่พึ่งทางจิตใจ กิจกรรม “ไหว้พระ 9 วัด” จึงเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น (เอกรินทร์ พึ่งประชา, 2550: 62)

**1.2.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย** ในปีพ.ศ. 2545 ได้ร่วมมือกับกองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ โดยคัดเลือกสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ทั้งหมด 9 แห่งซึ่งเคยจัดเดินเท้าท่องเที่ยวแล้วประสบความสำเร็จ ได้แก่ วัดชนะสงคราม ศาลหลักเมือง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดสุทัศนเทพวราราม ศาลเจ้าพ่อเสือ วัดระฆังโฆสิตาราม วัดอรุณราชวราราม วัดกัลยาณมิตร และวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม มาประชาสัมพันธ์ในระดับประเทศ ผู้จัดงานได้เปิดตัวโครงการโดยการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวแล้วเชิญบุคคลสำคัญ ศิลปิน นักแสดง ตลอดจนตัวแทนบริษัทนำเที่ยวจากทั่วประเทศ และสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ให้มาทำข่าว เมื่อสื่อมวลชนนำเสนอข่าวออกไปทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องจัดรถบริการแก่ประชาชนทั่วไปตามรายการที่ได้จัดแก่กลุ่มบุคคลสำคัญและสื่อมวลชนในลักษณะการจำหน่ายทัวร์ และจัดแบ่งกลุ่มวัดออกเป็น 3 กลุ่ม คือ พระนครทิศเหนือ พระนครทิศใต้ และฝั่งธนบุรี เพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ ผลจากการจัดงานช่วงสิ้นปี พ.ศ. 2545 ต่อเนื่องถึงต้นปี พ.ศ. 2546 นับว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง การเดินทางในปีแรกจัดในลักษณะของการจำหน่ายทัวร์ ผู้ใหญ่ราคา 399 บาท เด็กอายุต่ำกว่า 12 ปี ราคา 299 บาท เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับยานพาหนะและมัคคุเทศก์ ให้บริการพานักท่องเที่ยวเดินทางไปครบทั้ง 9 วัด มีประชาชนเข้ามาร่วมกิจกรรมทุกวันตั้งแต่เริ่มต้นโครงการในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2545 ต่อเนื่องนานถึง 10 สัปดาห์ (ระพีพัฒน์ เกษโกศล, 2555; สมชาย ชมพูน้อย, 2556) นักท่องเที่ยวเข้าร่วมงานทั้งหมด 1,368 คน (อินโฟร์เสิร์ช. 2547: 8)

จากความสำเร็จดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงประชาสัมพันธ์กิจกรรมนี้ต่อเนื่อง แต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการจัดบริการนำทัวร์ไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นการจัดพิมพ์คู่มือที่ให้ข้อมูลจำเป็นในการเดินทางแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวให้เดินทางด้วยตนเอง ในเบื้องต้นผู้เดินทางเป็นชาวไทยทั้งหมดจึงจัดพิมพ์เฉพาะภาษาไทย ต่อมาเริ่มมีชาวต่างชาติให้ความสนใจจึงจัดพิมพ์เพิ่มเติมอีก 2 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ต้องการเข้าวัดทำบุญ เสริมสิริมงคลในช่วงปีใหม่ รวมถึงต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานและการอนุรักษ์โบราณสถานบนเกาะรัตนโกสินทร์และพื้นที่โดยรอบคู่มือมัสการ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ มี 2 รูปแบบ คือ

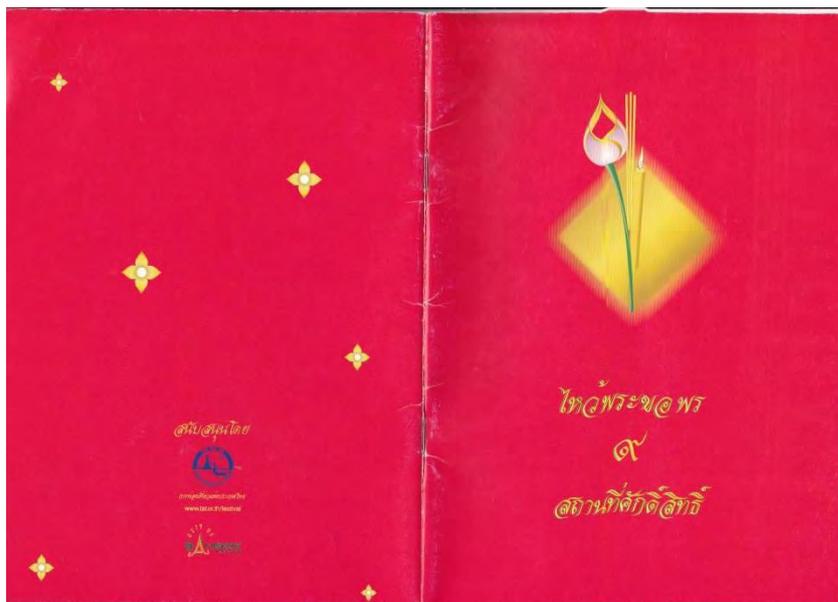
1. แผนที่มัสการ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ จัดพิมพ์ในปี พ.ศ. 2546 ต่อเนื่องถึงต้นปี พ.ศ. 2547 แบ่งเป็นส่วนแผนที่และส่วนข้อมูลเพิ่มเติม แผนที่ประกอบไปด้วยสถานที่สำคัญและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ 9 แห่งบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และพื้นที่โดยรอบ ชื่อสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ประกอบด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ส่วนข้อมูลเพิ่มเติมเป็นภาษาไทยทั้งหมด แสดงรายละเอียดของชื่อวัด

และศาสนสถาน คติการสักการะ กิจกรรมพิเศษ เช่น กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี สถานที่ตั้ง และวิธีการเดินทาง ได้แก่ หมายเลขรถประจำทาง และขนส่งสาธารณะชนิดอื่น ๆ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ภาพแผนที่นมัสการ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์  
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, แผนที่นมัสการ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์. (ม.ป.ท., 2546).

2. หนังสือ “ไหว้พระขอพร 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์” จัดพิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่ม (ภาพที่ 3) โดยความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครช่วงปลายปี พ.ศ. 2547 คู่มือเล่มนี้เน้นย้ำถึง “การเริ่มต้นที่ดี คือ ส่วนหนึ่งของความสำเร็จ” เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวาระเริ่มต้นปีใหม่ พร้อมทั้งตระหนักถึงคุณค่าของโบราณสถานสำคัญของเกาะรัตนโกสินทร์และบริเวณโดยรอบ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. ม.ป.ป.) จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว คู่มือฉบับนี้จึงให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัด แต่ตัดกิจกรรมสำคัญที่จัดช่วงวันสิ้นปีออกไป



ภาพที่ 3 ภาพหนังสือ “ไหว้พระขอพร 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์”

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. **ไหว้**

**พระขอพร 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์.** (ม.ป.ท.), (ม.ป.ป.)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำรายงานผลประเมินกิจกรรมไหว้พระขอพรเสริมสิริมงคล 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2546 – วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2547 พบว่า มีผู้ร่วมกิจกรรมโดยเดินทางด้วยตนเองจำนวน 24,000 คน แต่เดินทางได้เฉลี่ยเพียง 5.62 แห่ง จากที่กำหนดไว้ 9 แห่ง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 316 บาทต่อคน เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2545 - 2546 ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดบริการนำเที่ยว จะพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนจาก 1,368 คน เป็น 24,000 คน และเงินทุนหมุนเวียนจาก 900,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 7,560,000 บาท (อินโฟเรล็กซ์. 2547: 8) ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมของคนไทยต่อการเข้าร่วมกิจกรรมใหม่ที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยองค์การการท่องเที่ยวภายในประเทศ

การไหว้พระ 9 วัด หรือสักการะ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ได้รับความนิยมอย่างสูง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นหน่วยงานริเริ่มจัดโครงการจึงปรับรูปแบบของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ จาก 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง โดยตัดสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ 2 แห่ง คือ ศาลเจ้าพ่อเสือและศาลหลักเมืองออกไปเปลี่ยนเป็นวัดบวรนิเวศวิหารและวัดสระเกศแทน ทำให้เส้นทางนี้ประกอบไปด้วย 9 วัด ซึ่งเป็นพระอารามหลวง หรือการ “ไหว้พระ 9 วัด” ทั้งหมด ได้แก่ วัดชนะสงคราม วัดบวรนิเวศวิหาร วัดสระเกศ วัดสุทัศน์เทพวราราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดกัลยาณมิตร วัด

อรุณราชวราราม วัดระฆังโฆสิตาราม (ณพัตยศ เอมะสิทธิ์, 2556) เรียกชื่อเส้นทางนี้ว่า “ไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง” อย่างไรก็ตาม วัดดังกล่าวนับเป็นวัดที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวเดินทางไปเป็นจำนวนมากตลอดทั้งปี ทำให้เกิดปัญหาหลายประการ ได้แก่ นักท่องเที่ยวกระจุกหนาแน่นตัวอยู่ในวัดที่กำหนด ส่งผลให้เส้นทางรอบบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เกิดการจราจรติดขัดเป็นวงกว้าง ส่วนเรือข้ามฟากจากเกาะรัตนโกสินทร์ไปยังวัดระฆังโฆสิตารามและวัดอรุณราชวรารามก็มีประชาชนใช้บริการหนาแน่นจนอาจเกิดอันตรายได้ นอกจากนี้แล้วยังมีปัญหาที่เกิดขึ้นกับการเลือกเข้าวัดของผู้ร่วมกิจกรรมด้วย ตามปกติประชาชนจะกระจายกันไหว้พระตามวัดต่าง ๆ แต่เมื่อเกิดโครงการไหว้พระ 9 วัดที่มีคติและความหมายในการสักการะเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้คนเลือกเข้าวัดที่อยู่ในเส้นทาง วัดในบริเวณใกล้เคียงจึงได้รับผลกระทบทำให้คนเข้าวัดน้อยลง จนทำให้วัดบางแห่งต้องนำปัญหาดังกล่าวมาหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ระพีพัฒน์ เกษโกศล, 2555) นำไปสู่การปรับปรุงรูปแบบและเส้นทาง ประกอบกับการไหว้พระ 9 วัดได้รับความนิยมมากจึงต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกันเพิ่มเติม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงเสนอเส้นทางไหว้พระ 9 วัดเส้นทางใหม่ในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งวัดที่เพิ่มเติมขึ้นมาเป็นวัดที่มีการท่องเที่ยวเบาบางกว่าวัดในเส้นทางแรก ประกอบด้วย 2 เส้นทาง คือ

“ไหว้พระวัด 9 รัชกาล” ได้แก่ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดอรุณราชวราราม วัดราชโอรสาราม วัดราชประดิษฐ์ วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม วัดบวรนิเวศ วัดสุทัศน์เทพวราราม และวัดพระรามเก้ากาญจนาภิเษก การคัดเลือกวัดในเส้นทางนี้เกิดจากความต้องการกระจายประชาชนออกไปยังเส้นทางอื่น แต่ยังคงต้องเป็นวัดสำคัญและมีมาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวได้ จึงเป็นที่มาของการไหว้พระวัดประจำรัชกาล เกณฑ์การคัดเลือก คือ ต้องเป็นวัดที่มีพระบรมอัฐิของพระมหากษัตริย์อยู่ที่วัดนั้น ยกเว้นวัดพระรามเก้ากาญจนาภิเษกที่เป็นวัดในพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบันจึงนับว่าเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 9 ในโครงการนี้ อย่างไรก็ตามเมื่อนับจำนวนแล้วจะพบว่ามียอดเพียง 8 แห่ง เนื่องจากวัดราชบพิธสถิตมหาสีมารามเป็นวัดประจำรัชกาลทั้งรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 7 แต่ในบางรายการอาจถือเอาวัดเบญจมบพิตร เป็นวัดประจำรัชกาลที่ 5 ทำให้จำนวนวัดครบทั้ง 9 แห่ง (ณพัตยศ เอมะสิทธิ์, 2556)

“ไหว้พระ 9 วัดล่องแม่น้ำเจ้าพระยา” ใช้เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองบางกอกน้อย การเดินทางจะใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยาร่วมกับเรือข้ามฟากเป็นพาหนะหลัก เส้นทางประกอบด้วย วัดกัลยาณมิตร วัดอรุณราชวราราม วัดวัดระฆังโฆสิตาราม วัดอมรินทราราม วัดศรีสุทธาราม วัดคฤหบดี วัดราชาธิวาส วัดเทวราชกุญชร และวัดยานนาวา เส้นทางนี้ยังไม่ได้ได้รับความนิยมมากนักเนื่องจากเดินทางค่อนข้างลำบากกว่าเส้นทางทางบก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะจัดนำเที่ยวเส้นทางนี้ในวาระสำคัญ เช่น โครงการ “ไหว้พระ 9 วัดทางน้ำและถวายเทียนพรรษา กระตุ้นตลาดและส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงเทศกาลเข้าพรรษา ปี 2556” จัดขึ้นวันที่ 13 กรกฎาคม

2556 โดยนายสุรพล เศวตเศรณี ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นำผู้โชคดีจากการร่วมกิจกรรม “เที่ยวฟรี ... มีจริง” พร้อมด้วยสื่อมวลชนเข้าร่วมเดินทางและนำข้อมูลดังกล่าวไปเผยแพร่แก่ประชาชน ทั้งนี้ถือเป็นโอกาสที่ดีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาช่วงเข้าพรรษาโดยสอดแทรกกิจกรรมถวายเทียนพรรษาเข้าไปด้วย (ภาพที่ 4) ส่วนบริษัทนำเที่ยวก็สามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับจัดการท่องเที่ยวได้ (สุรพล เศวตเศรณี, 2556)



ภาพที่ 4 ภาพกิจกรรม “ไหว้พระ 9 วัดทางน้ำและถวายเทียนพรรษา กระตุ้นตลาดและส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงเทศกาลเข้าพรรษา ปี 2556”

นอกจากเส้นทางและรูปแบบแล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้ประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมส่งเสริมการไหว้พระ 9 วัดในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งแต่เดิมนั้นมีโครงการ “เย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์” เป็นหัวข้อหลักประจำปี จนถึงปี พ.ศ. 2549-2550 ได้เสริมกิจกรรมสงกรานต์น้ำพระ 9 วัดเข้าไปในเทศกาลสงกรานต์ด้วย เนื่องจากคำว่า “9 วัด” เป็นที่คุ้นเคยในหมู่คนไทยแล้ว โดยประชาชนที่ท่องเที่ยวในช่วงนี้จะได้พบกับกิจกรรมต่าง ๆ ในวัด อาทิ การสงกรานต์น้ำพระพุทธรูปสำคัญ การก่อเจดีย์ทราย การออกธำชานวัด และยังเป็นจุดพักสำหรับทุกคนในครอบครัว (ณพัทยศ เอมะสิทธิ์, 2556) ในปี พ.ศ. 2553 ได้นำเส้นทาง “ไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง” เข้ามาใช้ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ระหว่างวันที่ 10-18 เมษายน 2553 และตั้งชื่อกิจกรรมว่า “ไหว้พระ 9 วัดวันสงกรานต์ ดับร้อน ไทยร่มเย็น” เปิดงานโดยนายสุรพล เศวตเศรณี ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมด้วยอาจารย์คชา ชิมบัญญัติ โหราจารย์ที่มีชื่อเสียง และนักแสดงจากภาพยนตร์เรื่อง “แก้ววัด” มาในวัดเปิดงานเพื่อดึงดูดให้ประชาชนเข้าร่วมงานมากยิ่งขึ้น (jaew\_waw, 2556)

**1.2.3 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ** ให้บริการไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ 2 ลักษณะ ลักษณะแรกเป็นการจัดบริการนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเสียค่าบริการ ลักษณะที่สองเป็นการให้บริการรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัดตามเส้นทางที่กำหนด

**1. โครงการ “ครอบครัวสุขสันต์ไหว้พระ 9 วัดกับขสมก.”** จัดในวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ซึ่งจัดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 จนถึงปัจจุบัน โดยมีค่าใช้จ่ายสำหรับเส้นทางภายในกรุงเทพฯ 359 บาทต่อคน ใช้เวลาเดินทาง 1 วัน มี 2 รายการให้เลือกเดินทาง ได้แก่ “ไหว้พระ 9 วัด เส้นทางกรุงเทพฯ” จัดทุกวันอาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เส้นทางคล้ายคลึงกับการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย วัดชนะสงคราม วัดบวรนิเวศวิหาร วัดสุทัศนเทพวราราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดกัลยาณมิตร วัดอรุณราชวราราม วัดระฆังโฆสิตาราม และปรับเปลี่ยนจากวัดสระเกศเป็นวัดไตรมิตรเพื่อให้สอดคล้องกับเส้นทางการเดินทาง และปิดท้ายการท่องเที่ยวที่วัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แวะซื้อสินค้าที่ระลึกก่อนกลับ อีกเส้นทางหนึ่ง คือ เส้นทางไหว้พระ 5 วัด ชม 3 ตลาดน้ำ ได้แก่ วัดตลิ่งชัน วัดสะพาน วัดตะเคียน วัดอินทราวาส วัดสมรโกฏิ ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดตะเคียน ตลาดน้ำคลองลัดมะยม และบ้านพิพิธภัณฑ์

**2. รถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด** เพื่อนำนักท่องเที่ยวเดินทางไหว้พระ 9 วัดในกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา โดยนายโสภาส เพชรมุณี ผู้อำนวยการองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) รับนโยบายมาจากนายโสภณ ชาร์มย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมในขณะนั้นให้สานต่อโครงการ “ครอบครัวสุขสันต์” เริ่มต้นโครงการในช่วงวันขึ้นปีใหม่ พ.ศ. 2553 จนถึงวันขึ้นปีใหม่ พ.ศ. 2554 วางแผนเส้นทางโดยหน่วยงานกลางของขสมก. เลือกเส้นทางที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะอื่น ๆ ได้ง่ายและเน้นบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์เนื่องจากมีวัดสำคัญหลายแห่ง (ณรงค์ โนจากุล, 2557) หลังจากศึกษาแล้วทำให้ได้เส้นทางที่เหมาะสม คือ สถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต 2) - อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ - สนามหลวง - วงเวียนใหญ่ ซึ่งผ่านวัดสำคัญ ได้แก่ วัดเบญจมบพิตร วัดบวรนิเวศวิหาร วัดชนะสงคราม วัดสุทัศนเทพวราราม วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดอนงคาราม (ภาพที่ 5) บริเวณจุดจอดหน้าวัดจะมีนายตรวจขสมก. คอยอำนวยความสะดวกประจำทุกจุด ทั้งให้ข้อมูลการเดินทางและจัดระเบียบการเดินทางให้มาอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ (ภาพที่ 6) นอกจากนั้นยังดึงดูดให้คนเข้าร่วมกิจกรรมโดยการแจกคู่มือไหว้พระ 9 วัดซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถนำไปประทับตราตามจุดจอดเพื่อแลกกับของรางวัลได้ ผลการประเมินโครงการพบว่าประชาชนใช้บริการถึง 150,000 คน (สำนักข่าวไทย, 2556)



ภาพที่ 5 ภาพรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด ณ สถานีขนส่งหมอชิต



ภาพที่ 6 ภาพเจ้าหน้าที่ขสมก. อำนวยความสะดวก ณ จุดจอดรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด วัดชนะสงคราม

จากจำนวนผู้ใช้บริการที่มีจำนวนมาก ทำให้ขสมก. จัดกิจกรรมนี้ต่อเนื่องในเทศกาลสงกรานต์ พ.ศ. 2554 พร้อมกันนั้นก็ได้เพิ่มจำนวนรถเป็น 100 คัน เส้นทางสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต 2) - อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ - สนามหลวง - ฝั่งธนบุรี ผ่านวัดสำคัญ ได้แก่ วัดเบญจมบพิตร วัดสระเกศ วัดสุทัศนเทพวราราม วัดมหาธาตุ ศาลหลักเมือง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดอนงค์าราม วัดประยุรวงศาวาส วัดกัลยาณมิตร วัดอรุณ

ราชวราราม วัดระฆังโฆสิตาราม วันวิสาขบูชาในเดือนพฤษภาคมปีเดียวกันจึงได้จัดบริการรถจำนวน 50 คัน ให้บริการในเส้นทางเดียวกับเทศกาลสงกรานต์ แต่วันหยุดยาวช่วงวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษาเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่จึงต้องยกเลิกการบริการ จนกระทั่งสถานการณ์คลี่คลายช่วงเดือนพฤศจิกายนจึงกลับมาให้บริการตามเส้นทางเดิมอีกครั้งหนึ่ง โดยจัดทุกวันเสาร์ อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันหยุดชดเชยเพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาต่อเนื่องไปถึงเทศกาลปีใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในคืนวันที่ 31 ธันวาคมได้จัดรถบริการตลอดทั้งคืนให้สอดคล้องกับกิจกรรมใหม่ที่ได้รับคามนิยม คือ กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปีในเวลาเที่ยงคืนอีกด้วย

พ.ศ. 2555 กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม ร่วมกับองค์กรทางศาสนา ทั้งภาครัฐและเอกชนจัดงานสัปดาห์ส่งเสริมพระพุทธศาสนา ในวาระฉลองพุทธชยันตี ครบรอบ 2,600 ปี แห่งการตรัสรู้ของพระพุทธเจ้าจึงมีการจัดงานเฉลิมฉลองยิ่งใหญ่เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ตลอดทั้งปี ทั้งวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา กรมการศาสนาได้ขอความร่วมมือมายังขสมก. ให้จัดรถเมล์รับส่งประชาชนไหว้พระ 9 วัดรอบเกาะรัตนโกสินทร์ตามเส้นทางเดิมที่เคยให้บริการช่วงเทศกาลปีใหม่ นอกจากวันสำคัญทางศาสนาแล้ว เทศกาลปีใหม่และเทศกาลสงกรานต์ กระทรวงคมนาคมยังคงมอบหมายให้ขสมก. จัดรถเมล์ฟรีเพื่อนำประชาชนไหว้พระ 9 วัดอย่างต่อเนื่อง

ปี พ.ศ. 2556 นายปรีชา กันธิยะ อธิบดีกรมการศาสนาออกนโยบายร่วมกับขสมก. จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “ไหว้พระ 9 วัด ตามรอยพระยุคลบาท รัชกาลที่ 1-9” (ทีมข่าวการศึกษา, 2556) ประชาชนสามารถขอรับคู่มือประจำโครงการได้ที่กองอำนวยการของกรมการศาสนา ณ ห้องสนามหลวง ในแผนพับคู่มือให้ข้อมูลโดยย่อเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ สถานที่ตั้ง และสายรถประจำทางที่ผ่าน รวมถึงการเตรียมตัวและวิธีการปฏิบัติตนเมื่ออยู่ในวัด วัดประจำรัชกาล 9 แห่ง ประกอบด้วย วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดอรุณราชวราราม วัดราชโอรสาราม วัดราชประดิษฐ์ วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม วัดบวรนิเวศ วัดสุทัศน์เทพวราราม และวัดพระรามเก้ากาญจนาภิเษก อย่างไรก็ตาม การให้บริการรถเมล์ฟรียังคงจำกัดอยู่เฉพาะเส้นทางจากสถานีขนส่งกรุงเทพฯ (หมอชิต 2) - สนามหลวงและวนรอบบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ไม่ได้เดินทางไปถึงวัดราชโอรสารามและวัดพระรามเก้ากาญจนาภิเษก

รถที่ให้บริการทั้งหมดจะคัดเลือกมาจากเขตการเดินรถต่าง ๆ หมุนเวียนกันในแต่ละครั้ง พนักงานขับรถจะได้รับการอบรมและแจกเอกสารคู่มือเส้นทางการเดินรถก่อนให้บริการ ช่วงปีแรกของการจัดงานจะมีพนักงานคอยให้ข้อมูลบนรถแต่ในช่วงหลังได้ยกเลิกไป ผู้เดินทางสามารถขอรับคู่มือการไหว้พระเมื่อขึ้นรถหรือสอบถามได้จากเจ้าหน้าที่ประจำจุดจอดรถหน้าวัดต่าง ๆ (สวีสต์ โปธิ์ประเสริฐ, 2556; ณรงค์ โนจกุล, 2557)

**1.2.4 บริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา** การไหว้พระ 9 วัดบริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเส้นทางที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำขึ้น แต่ไม่ได้จัดบริการแก่ประชาชนทั่วไปเช่นเดียวกับเส้นทางบก จนกระทั่งปีพ.ศ. 2551 บริษัทเรือด่วนเจ้าพระยาซึ่งให้บริการเรือโดยสารประจำทางและเรือท่องเที่ยวในเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาได้นำเอาแนวคิดดังกล่าวมาใช้และให้บริการในลักษณะทัวร์ไหว้พระ 9 วัดทางน้ำ (ภาพที่ 7) ซึ่งวัดในรายการท่องเที่ยวนั้นมีการนำมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับความสะดวกในการเดินเรือ

ทางบริษัทฯ จะคัดเลือกวัดที่อยู่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีความสำคัญประชาชนให้ความเคารพศรัทธา มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมทั้งศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ และต้องมีท่าเทียบเรือที่สะดวกปลอดภัย หากเป็นวัดที่อยู่ในคลองสาขาของแม่น้ำเจ้าพระยาจะต้องเป็นคลองขนาดใหญ่ที่เรือสามารถเข้าไปและกลับลำออกมาได้ กรณีท่องเที่ยวไหว้พระเส้นทางคลองขนาดเล็กก็จะใช้เรือขนาดเล็กลงไป วัดในเขตเส้นทางกรุงเทพฯ และเกาะรัตนโกสินทร์จึงคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำไว้ (กำไรทอง, 2556)



ภาพที่ 7 ภาพนักท่องเที่ยวเดินทางกับทัวร์ไหว้พระ 9 วัดทางน้ำของบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา

เส้นทางการให้บริการ ในปีแรกที่เริ่มโครงการทางบริษัทฯ จำหน่ายบัตรท่องเที่ยว “ล่องเรือไหว้พระ 9 วัดเสริมสิริมงคล” ประกอบด้วยวัดยานนาวา วัดกัลยาณมิตร วัดอรุณราชวราราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดระฆังโฆสิตาราม วัดอัมรินทร์าราม วัดสามพระยา วัดคฤหบดี และวัดเทวราชกุญชร จัดขึ้นเป็นประจำทุกวันอาทิตย์ ราคาผู้ใหญ่คนละ 499 บาท และเด็ก 399 บาท รวมบริการอาหารกลางวันและน้ำดื่มตลอดเส้นทาง ต่อมาในช่วงเทศกาลสำคัญ ทางบริษัทก็ได้จัดเรือเที่ยวพิเศษ “ล่องถวายสังฆทาน ไหว้พระ 9 วัด” สำหรับวันเข้าพรรษาและเทศกาลสงกรานต์

ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ในวันพุธที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2551 และวันพฤหัสบดีที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2552 ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนเส้นทางออกไปถึงจังหวัดนนทบุรีและเพิ่มเติมกิจกรรมถวายสังฆทานในวัดที่เดินทางไป ได้แก่ วัดกัลยาณมิตร วัดอรุณราชวราราม วัดเทวราชกุญชร วัดแคนอก วัดแสงสิริธรรม วัดไผ่ล้อม วัดปรมย์ยิกาวาส และวัดกลางเกร็ด ผู้ใหญ่ราคา 999 บาท เด็กราคา 888 บาท รวมอาหารเช้า อาหารกลางวัน และค่าสังฆทานรวม และแม้ว่าจะมีราคาแพงกว่ารายการท่องเที่ยววันอาทิตย์แต่ก็ได้รับความนิยมเนื่องจากเป็นเส้นทางแปลกใหม่และรวมค่าสังฆทานสำหรับถวายวัด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำบุญได้โดยไม่ต้องเตรียมสังฆทานไปเอง

ในปีถัดมา (พ.ศ. 2552) ยังคงมีรายการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดทางน้ำในวันอาทิตย์เหมือนเดิม แต่เปลี่ยนชื่อเป็น “ล่องเจ้าพระยา ไหว้พระ 9 วัดเสริมสิริมงคล” พร้อมกันนั้นก็ปรับปรุงรูปแบบและสถานที่ท่องเที่ยวบางส่วน โดยเริ่มต้นที่วัดบุคคโล วัดยานนาวา วัดประยุรวงศาวาส วัดกัลยาณมิตร วัดอรุณราชวราราม วัดระฆังโฆสิตาราม วัดอัมรินทราราม วัดราชาธิวาส และวัดเทวราชกุญชร ทางบริษัทได้ยกเลิกให้บริการอาหารกลางวัน แต่จะให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรับประทานอาหารตามอสังคายนาคณะที่ตามหาราช ราคาในการเดินทางจึงลดลงเป็น ผู้ใหญ่ 350 บาท เด็ก 250 บาท ในปีนี้เองจะเริ่มเห็นถึงการขยายเส้นทางของทางบริษัทเพื่อให้หลากหลายและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น เริ่มจากการไหว้พระ 9 วัด เส้นทางใหม่ คือ “ล่องเรือไหว้พระ 9 วัด ชมวิถีชีวิตริมฝั่งคลองบางกอกน้อย” ทุกวันอาทิตย์ตั้งแต่เดือนมกราคม เนื่องจากในช่วงปีใหม่จะมีประชาชนเดินทางในเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาหนาแน่นมากที่สุดในรอบปีจึงต้องสร้างเส้นทางใหม่เพื่อลดความแออัดของนักท่องเที่ยว วัดในเส้นทางประกอบด้วย วัดปากน้ำภาษีเจริญ วัดอินทราราม วัดหงส์รัตนาราม วัดประดู่ฉิมพลี วัดสุวรรณาราม วัดบางอ้อยช้าง วัดชะลอ วัดชัยพฤกษ์มาลา และวัดศรีสุดาราม ราคาผู้ใหญ่ 399 บาทและเด็ก 299 บาท ไม่รวมอาหารเช้า นอกจากนั้นในวันที่ 5 ธันวาคมยังจัด “5 ธันวาคมสุขใจ พาพ่อไปไหว้พระ 9 วัด” และช่วงปลายปีมีการจัด “ไหว้พระ 9 วัด ถวายสังฆทาน เสริมสิริมงคล ส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ 2010” ในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 และวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2553 โดยในปีนี้ได้ตัดวัดกลางเกร็ดออก เปลี่ยนเป็นวัดใหญ่สว่างอารมณ์ แทน ส่วนราคายังคงเดิม คือ 999 บาทและ 888 บาท

ปี พ.ศ. 2553 ทางบริษัทฯ ปรับรูปแบบให้หลากหลายมากขึ้น โดยไม่จำกัดเฉพาะวัด แต่ขยายไปสู่สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชาวจีน ตามเส้นทาง “ไหว้เจ้าตรุษจีนเสริมมงคลชีวิตกับเรือด่วนเจ้าพระยา” เทศกาลตรุษจีน ระหว่างวันที่ 13-14 กุมภาพันธ์ 2553 และผสมผสานการเดินทางทั้งทางบกและทางน้ำ ประกอบไปด้วย ศาลเจ้าจีจินเกาะ ศาลเจ้ากวนอู ศาลเจ้าเกียนอันเกง วัดกัลยาณมิตร หลังจากนั้นได้ปล่อยให้บริการรับประทานอาหารตามอสังคายนาคณะที่ตามหาราช และเดินทางต่อโดยรถตู้เพื่อไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ย่านเยาวราช ประกอบด้วย วัดมังกรกมลาวาส (วัดเล่งเน่ยยี่) วัดไตรมิตรวิทยาราม และมูลนิธิเทียนฟ้า ค่าเดินทางผู้ใหญ่ 550 บาท เด็ก 350 บาท เมื่อถึงเทศกาล

สงกรานต์ก็ได้จัดนำเที่ยว “ล่องเจ้าพระยาไหว้พระ 5 วัด 5 แผ่นดิน เทียวเกาะเกร็ด ต้อนรับเทศกาลสงกรานต์” ประกอบด้วย วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) วัดประจำรัชกาลที่ 1 วัดกัลยาณมิตร วัดในสมัยรัชกาลที่ 3 วัดอรุณราชวราราม วัดประจำรัชกาลที่ 2 วัดเขมาภิรตาราม วัดในสมัยรัชกาลที่ 4 และวัดปรมัยยิกาวาส วัดในสมัยรัชกาลที่ 5 รายการท่องเที่ยวนี้รวมอาหารกลางวันแบบบุฟเฟต์ 1 มื้อ ผู้ใหญ่ราคา 750 บาท เด็กราคา 550 บาท

พ.ศ. 2554 ช่วงต้นปีได้ให้บริการเส้นทาง “ล่องเจ้าพระยา ไหว้พระ 9 วัด เสริมสิริมงคล” ต่อมาในช่วงกลางปี ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายน บริษัทเรือด่วนเจ้าพระยาเพิ่มรายการท่องเที่ยว “ล่องเรือไหว้พระ 9 สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เสริมดวงชะตา” ในวันอาทิตย์ โดยใช้เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาทางทิศเหนือของกรุงเทพฯ ขึ้นไปจนถึงจังหวัดนนทบุรีและพักรับประทานอาหารบนเกาะเกร็ด ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนนทบุรี เป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับรายการท่องเที่ยวนอกเหนือจากการสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เพียงอย่างเดียว วัดประกอบไปด้วย วัดเฉลิมพระเกียรติ วัดแคนอน วัดเชิงเลน วัดใหญ่สว่างอารมณ์ วัดแสงสิริธรรม วัดไผ่ล้อม วัดเสาธงทอง วัดปรมัยยิกาวาส และพุทธสถานเชิงท่า – หน้าโบสถ์ ผู้ใหญ่ราคา 550 บาท เด็กราคา 450 บาท แต่ในช่วงเดือนกันยายนเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่บริเวณภาคกลางและกรุงเทพฯ ดังนั้นจึงหยุดให้บริการทุกเส้นทางจนสถานการณ์ดังกล่าวคลี่คลายลง และเริ่มจัดอีกครั้งในเทศกาลสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ประกอบด้วยวัดยานนาวา วัดกัลยาณมิตร วัดอรุณราชวราราม วัดระฆังโฆสิตาราม วัดเทวราชกุญชร วัดวิมุตยาราม วัดสร้อยทอง วัดแก้วฟ้าจุฬามณี วัดเฉลิมพระเกียรติ ราคาเท่ากับเส้นทางอื่น ๆ

พ.ศ. 2555 เริ่มต้นให้บริการในเดือนเมษายน เฉพาะวันเสาร์จะใช้เส้นทาง “ไหว้พระมงคล 9 วัด เสริมดวงชะตาเกาะเกร็ด” นำนักท่องเที่ยวสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัดราชบูรณะ วัดสร้อยทอง วัดแก้วฟ้าจุฬามณี วัดเฉลิมพระเกียรติ วัดเชิงเลน วัดใหญ่สว่างอารมณ์ วัดไผ่ล้อม วัดเสาธงทอง วัดปรมัยยิกาวาส และให้นักท่องเที่ยวแวะรับประทานอาหารกลางวันตามอัยาศัยบนแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด และในช่วงปลายปีก็ได้ให้บริการเส้นทางเกาะเกร็ดในวันที่ 31 ธันวาคม 2555 และ 1 มกราคม 2556

พ.ศ. 2556 จัดเส้นทาง “ไหว้พระอัมบุญ 9 วัดล่องเจ้าพระยาในกรุงเทพฯ” ในวันอาทิตย์ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงมีนาคม วัดที่เดินทางไปจะอยู่เฉพาะบริเวณกรุงเทพฯ ไม่ได้ออกไปยังจังหวัดนนทบุรีเหมือนกับปีก่อน เริ่มต้นที่วัดบุคคโล วัดราชสิงขร วัดยานนาวา วัดกัลยาณมิตร วัดอรุณราชวราราม วัดระฆังโฆสิตาราม วัดอัมรินทราราม วัดราชาธิวาส และวัดเทวราชกุญชร โดยจะจอดให้นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารเช้าบริเวณท่ามหาธาตุ ค่าบริการผู้ใหญ่ 450 บาท เด็ก 350 บาท และวันตรุษจีนในเดือนกุมภาพันธ์ ได้จัดให้บริการเส้นทางพิเศษ “ล่องเรือไหว้เจ้าต้อนรับเทศกาลตรุษจีน” ประกอบไปด้วยศาลเจ้าและวัดที่ชาวไทยเชื้อสายจีนให้ความเคารพศรัทธา

ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อพระเพลิง (ศาลฮ้วยซิงเอี้ย) ศาลเจ้าเจียวเองเปี้ย ศาลเจ้าโจวซือกง ศาลเจ้าจีจิน เกาะ ศาลเจ้ากวนอู ศาลเจ้าเกียนอันเกง วัดกัลยาณมิตร วัดระฆังโฆสิตาราม ผู้ใหญ่ราคา 450 บาท เด็กราคา 350 บาท

การขยายเส้นทางและรูปแบบของบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยาตั้งแต่เริ่มโครงการ ในปี พ.ศ. 2551 จนถึง พ.ศ. 2556 จะพบว่ามีเส้นทางหลักอยู่ 3 เส้นทาง ได้แก่

1. เส้นทางในกรุงเทพฯ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ในเส้นทางไหว้พระ 9 วัดล่องแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยว แต่ได้ปรับเปลี่ยนวัดในเส้นทางตามความเหมาะสม นอกจากนี้ยังขยายเส้นทางออกไปในคลองสาขาของแม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อสร้างเส้นทางใหม่และลดความแออัดจากการสัญจรในแม่น้ำเจ้าพระยาในช่วงที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก

2. เส้นทางตอนเหนือของกรุงเทพฯ จนถึงจังหวัดนนทบุรี โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจสำหรับแวะพักรับประทานอาหารและผ่อนคลายอิริยาบถ คือ เกาะเกร็ด จนในปี พ.ศ. 2555 ได้นำชื่อเกาะเกร็ดมาใส่ในหัวข้อยรายการท่องเที่ยวด้วย

3. เส้นทางสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของคนไทยเชื้อสายจีน ประกอบไปด้วยศาลเจ้าและวัด เนื่องจากชาวจีนที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในกรุงเทพฯ นิยมอาศัยอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ดังนั้นจึงมีศาลเจ้าตั้งอยู่ตามชุมชนของชาวจีนอพยพซึ่งสามารถเข้าถึงได้ทางเรือ บริษัทฯ ได้นำเอาแนวคิดนี้มาร้อยเรียงเป็นรายการท่องเที่ยว โดยเลือกจัดในช่วงเทศกาลตรุษจีนเพื่อดึงดูดให้ชาวไทยเชื้อสายจีนและผู้สนใจได้เดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่นับถือในช่วงปีใหม่ของชาวจีน นอกจากนี้ยังได้ผสมผสานวิธีการเดินทางระหว่างเรือและรถอีกด้วย

ตลอดการเดินทางจะมีมัคคุเทศก์จากบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยาและมัคคุเทศก์อิสระจากภายนอกผลัดเปลี่ยนกันมาให้บริการ ซึ่งทุกคนเป็นมัคคุเทศก์ที่ได้รับใบอนุญาตเรียบร้อยแล้ว เมื่อนักท่องเที่ยวขึ้นเรือมัคคุเทศก์จะบรรยายให้ความรู้สั้น ๆ เกี่ยวกับวัดที่เดินทางไปในด้านประวัติศาสตร์และศิลปกรรม รวมถึงความเชื่อทางไสยศาสตร์และการเสี่ยงโชค นอกจากนี้ยังทำหน้าที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวขณะที่ขึ้นไปไหว้พระยังวัดต่าง ๆ การขึ้นลงเรือจะมีพนักงานประจำเรือคอยดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว การจอดเทียบเรือจะใช้ท่าน้ำร่วมกับเรือลำอื่น ๆ ทำให้จอดได้ในเวลาจำกัด หากนักท่องเที่ยวมาช้ากว่าเวลาที่เรือออกไปแล้วทางมัคคุเทศก์จะโทรศัพท์ให้นักท่องเที่ยวตามมายังจุดจอดถัดไป หรือถ้าหากอยู่ในระยะที่ไม่ไกลมากนักก็จะให้เรือวนกลับมารับยังจุดที่รออยู่

การจัดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดของบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยาจำกัด นับว่าเป็นการนำรูปแบบการไหว้พระ 9 วัดมาประยุกต์ใช้กับการให้บริการของทางบริษัท เป็นการเพิ่มทางเลือกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวและสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการนำเอาการท่องเที่ยวไปต่อยอดให้บริการที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถชื่นชมทัศนียภาพริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาได้พร้อมกับการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้ในเวลาเดียวกัน

**1.3 การไหว้พระ 9 วัด เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง** จากที่กล่าวไปแล้วว่าการไหว้พระ 9 วัดเกิดขึ้นหลายพื้นที่ในประเทศไทยโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน แต่เส้นทางที่สำคัญและน่าสนใจซึ่งผู้ศึกษาเล็งเห็นว่ามีค่าสำคัญและเหมาะสมในด้านการเป็นต้นแบบสำหรับการศึกษาเส้นทางไหว้พระ 9 วัดมากที่สุด คือ เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง เนื่องจากเป็นเส้นทาง “ไหว้พระ 9 วัด” เส้นทางแรกของประเทศไทย กระบวนการสร้างเส้นทาง การคัดเลือกสถานที่ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ อีกทั้งพระอารามหลวงในเส้นทางมีทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

**1.3.1 จุดเริ่มต้น** กิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเกิดขึ้นจากความร่วมมือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกองการท่องเที่ยวฯ (ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ ในขณะนั้น) นำเอารูปแบบกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ซึ่งประกอบด้วยวัด 7 แห่งและศาลสำคัญ ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อเสือและศาลหลักเมือง มาปรับให้กลายเป็นการไหว้พระขอพรจากวัดในศาสนาพุทธทั้งหมด ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการที่ต้องการให้จัดโครงการไหว้พระในวัดสอดคล้องกับชื่อโครงการที่นิยมเรียกว่าไหว้พระ 9 วัด โดยขอบเขตทางพื้นที่ของโครงการดังกล่าวจัดขึ้นบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และฝั่งธนบุรีตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์เหมือนกับโครงการเดิม แต่ปรับรายชื่อสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นพระอารามหลวงทั้ง 9 แห่ง ได้แก่ วัดชนะสงคราม วัดบวรนิเวศวิหาร วัดสระเกศ วัดสุทัศนเทพวราราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดกัลยาณมิตร วัดอรุณราชวราราม วัดระฆังโฆสิตาราม (ณ พัดยศ เอเมะสิทธิ์, 2556) (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 แผนที่โครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง  
ที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552

เกณฑ์การคัดเลือกวัดจะยังคงรายชื่อพระอารามหลวงตามเส้นทางไหว้พระขอพร 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์จำนวน 7 แห่งไว้ แต่เปลี่ยนศาล 2 แห่ง คือ ศาลหลักเมืองกรุงเทพฯ และศาลเจ้าพ่อเสือออกและเพิ่มวัดสระเกศและวัดบวรนิเวศวิหารเข้ามาแทน พระอารามหลวงทั้ง 9 แห่งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน และเดินทางเข้าถึงได้สะดวก มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวในปริมาณมากได้ นอกจากนั้นแล้วยังมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจทั้งประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม ตลอดจนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ประชาชนให้ความเคารพศรัทธา

การจัดโครงการประเภทไหว้พระ 9 วัด จำเป็นต้องสร้างความหมายแก่พระอารามหลวงในโครงการให้สอดคล้องกับประวัติศาสตร์ เรื่องเล่า สิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือชื่อวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำหน้าที่คัดเลือกพระอารามหลวงและเลือกความหมายที่ใช้เป็นคติในการสักการะเพื่อสร้างเสริมสิริมงคลแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยคติที่สร้างขึ้นสำหรับพระอารามหลวงทั้ง 9 แห่งจะคำนึงถึงสิริมงคลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของคนในยุคปัจจุบันที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน และประชาสัมพันธ์ให้เดินทางมาในช่วงเทศกาลปีใหม่ด้วยความเชื่อที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตั้งไว้คือ “การเริ่มต้นที่ดี คือ ส่วนหนึ่งของความสำเร็จ” ด้วยการทำบุญสร้างเสริมสิริมงคลในช่วงต้นปีซึ่ง

จะทำให้ตลอดทั้งปีมีความสุขและได้รับผลตามคติที่ได้ไปสักการะ พระอารามหลวงทั้ง 9 มีคติดังต่อไปนี้

1. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) **“ร่มเย็นเป็นสุข”**
2. วัดอรุณราชวราราม (วัดแจ้ง) **“ชีวิตรุ่งโรจน์ทุกคืนวัน”**
3. วัดสุทัศนเทพวราราม **“มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีเสน่ห์แก่บุคคลทั่วไป”**
4. วัดชนะสงคราม **“มีชัยชนะต่ออุปสรรคทั้งปวง”**
5. วัดบวรนิเวศวิหาร **“พบแต่สิ่งดีงามในชีวิต”**
6. วัดสระเกศ **“เสริมสร้างความคิดอันเป็นสิริมงคล”**
7. วัดระฆังโฆสิตาราม **“มีชื่อเสียงโด่งดัง มีคนนิยมชมชื่น”**
8. วัดกัลยาณมิตร **“เดินทางปลอดภัย มีมิตรไมตรีที่ดี”**
9. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม **“แก้วมณีนถนอมของไทรมาถนอม” “จิตใจใสสะอาดจรัสตนตรัย”**

### 1.3.2 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ขึ้นอยู่กับ

หน่วยงานที่จัดให้บริการ จากการศึกษาพบว่า มีหน่วยงานหลักที่ยังดำเนินงานอยู่ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังสามารถเดินทางได้ด้วยตนเองร่วมกับการใช้เรือเอกชนที่ให้บริการนำไหว้พระ 3 วัดทางน้ำซึ่งเป็นพระอารามหลวงที่อยู่ในเส้นทางศึกษาได้เช่นกัน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานหลักในการจัดกิจกรรมได้ส่งหนังสือแจ้งพระอารามหลวงทั้ง 9 แห่งให้ทราบถึงโครงการและขอความร่วมมือไปยังพระอารามหลวงให้เปิดสถานที่สำคัญตลอดจนอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนที่จะเดินทางมา หลังจากนั้นจึงประชาสัมพันธ์โครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงในช่วงเทศกาลปีใหม่ ในปีต่อมาได้ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมเพิ่มเติมในช่วงเทศกาลอื่น ๆ ด้วย ทั้งเทศกาลสงกรานต์ วันสำคัญทางศาสนา และวันหยุดนักขัตฤกษ์อื่น ๆ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและและวัดไม่ได้ประสานงานร่วมกันในการทำกิจกรรมโดยตรง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะวางนโยบายด้านเส้นทาง กิจกรรมที่น่าสนใจ และการประชาสัมพันธ์โครงการโดยตั้งจุดประชาสัมพันธ์ตามพระอารามหลวงในเส้นทางเพื่อให้ข้อมูลและแจกแผ่นพับคู่มือการเดินทาง คู่มือดังกล่าวจะให้รายละเอียดด้านประวัติความเป็นมา ความสำคัญ สิ่งที่น่าสนใจ คติและวิธีการสักการะ ตลอดจนวิธีการเดินทาง นักท่องเที่ยวสามารถใช้คู่มือดังกล่าวในการเดินทางและรับทราบถึงข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็น

นอกจากนั้นยังสร้าง gimmick (กลวิธี) ดึงดูดคนโดยการแจกพาสปอร์ต ให้นักท่องเที่ยวสามารถนำไปประทับตราตามจุดต่าง ๆ ตามพระอารามหลวงทั้ง 9 แห่งแล้วนำมาแลกของที่ระลึกจากพระอารามหลวงที่ส่งมาเป็นของรางวัล

เมื่อพระอารามหลวงรับทราบโครงการจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแล้ว ก็ได้สนองตอบนโยบาย ด้วยการจัดการรองรับนักท่องเที่ยวด้านการประกอบพิธีกรรม การอำนวยความสะดวกในการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตลอดจนให้บริการอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ห้องน้ำ ร้านค้า ร้านจำหน่ายวัตถุมงคล วัดบางแห่งจัดให้ความรู้เพิ่มเติมด้านประวัติวัดและเผยแพร่พระธรรมผ่านการประกาศเสียงตามสายหรือติดป้ายสื่อความหมายในบริเวณที่มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ การให้บริการของพระอารามหลวงในพื้นที่ศึกษาไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเท่านั้น แต่การปฏิบัติดังกล่าวเกิดขึ้นกับพุทธศาสนิกชนทั่วไปด้วย การบริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเป็นพิเศษจะเกิดขึ้นเมื่อมีการติดต่อล่วงหน้าเพื่อขอความอนุเคราะห์นำชมและนำประกอบพิธีกรรม ซึ่งโดยปกติหากมาไหว้พระเป็นกลุ่มก็มักจะมีหัวหน้าทัวร์หรือมัคคุเทศก์คอยควบคุมและอำนวยความสะดวกให้อยู่แล้ว

**การเดินทางเพื่อไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง** สามารถทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและความต้องการของผู้เดินทาง

1. การเดินทางด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาเส้นทาง คติ วิธีการสักการะได้จากแผ่นพับคู่มือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่แจกในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ หรือศึกษาได้จากข้อมูลตามเว็บไซต์แล้วทำการเดินทางด้วยการเดินเท้า ใช้รถส่วนตัว บริการขนส่งสาธารณะ หรือรถรับจ้าง การเดินทางด้วยวิธีนี้จะเดินทางเองได้ตลอดทั้งปีตามเวลาที่ตนเองสะดวก

นอกจากนั้นแล้วยังสามารถเดินทางด้วยตนเองร่วมกับการให้บริการของเอกชน คือ การบริการไหว้พระทางน้ำ 3 วัด เป็นการให้บริการรับส่งสำหรับผู้ต้องการสักการะวัดที่อยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ วัดอรุณราชวราราม วัดระฆังโฆสิตาราม และวัดกัลยาณมิตร โดยคุณสมเกียรติ เลิศกาญจนนาพรและครอบครัว จำหน่ายตั๋วในราคา 30 บาท (ภาพที่ 9) เพื่อรับส่งนักท่องเที่ยวในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ซึ่งจะมีประชาชนเดินทางมาไหว้พระเป็นจำนวนมาก (สมเกียรติ เลิศกาญจนนาพร, 2557)



ภาพที่ 9 ภาพป้ายโฆษณาบริการเรือไหว้พระ 3 วัด บริเวณทางเข้าวัดอรุณราชวราราม

จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ผู้ศึกษาพบว่าคุณสมบัติจะบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์พระเจ้ากรุงธนบุรีและพระราชวังเดิมสมัยธนบุรี ก่อนการสร้างกรุงรัตนโกสินทร์ อธิบายประวัติวัดทั้ง 3 แห่งอย่างคร่าว ๆ แนะนำสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ควรสักการะ กิจกรรมที่สามารถทำได้ในแต่ละวัด มีการสอดแทรกเรื่องปาฏิหาริย์เพียงเล็กน้อย การให้บริการจะคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก เมื่อผู้โดยสารเต็มเรือจะขอให้รอเรือลำถัดไปและมีเจ้าหน้าที่ประจำแต่ละท่าเพื่อคอยดูแลการขึ้นลงเรือของนักท่องเที่ยว ข้อดีของการใช้บริการ คือนักท่องเที่ยวสามารถขึ้นลงเรือได้ทุกวัดและไม่จำกัดเวลา นักท่องเที่ยวจึงสามารถใช้เวลาในการไหว้พระ ทำบุญ เดินชมศิลปกรรมภายในวัด รวมถึงเข้าร่วมกิจกรรมของวัดได้มากขึ้น เช่น การสวดคาถาชินบัญชรและนั่งสมาธิที่วัดระฆังโฆสิตาราม หรือเดินขึ้นไปชมด้านบนของพระปรางค์วัดอรุณราชวรารามได้โดยไม่ต้องกังวลเรื่องเวลา ซึ่งแตกต่างจากการซื้อทัวร์ไหว้พระ 9 วัดจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่กำหนดเวลาตายตัวในแต่ละวัด

การไหว้พระทางเรือ 3 วัดนับได้ว่าเป็นธุรกิจที่สอดรับและส่งเสริมให้ผู้เดินทางไหว้พระ 9 วัดด้วยตนเอง สามารถข้ามไปมาระหว่างวัดบนฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรีได้สะดวกยิ่งขึ้นและยังมีราคาประหยัด ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการก็ได้รับประโยชน์จากความนิยมในการทำบุญ ทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากการไหว้พระ 9 วัดที่กำเนิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 2540 จนถึงปัจจุบัน

2. การใช้บริการขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การเดินทางกับโครงการครอบครัวสุขสันต์ ไหว้พระ 9 วัดกับขสมก. เส้นทางกรุงเทพฯ

และการเดินทางกับรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด ซึ่งทั้ง 2 เส้นทางนี้เป็นการเดินทางในพื้นที่เดียวกับการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

### โครงการครอบครัวสุขสันต์ ไหว้พระ 9 วัดกับขสมก. เส้นทางกรุงเทพฯ

(ทัวร์ไหว้พระ 9 วัดกับขสมก. เส้นทางกรุงเทพฯ) จะให้บริการในวันอาทิตย์ตลอดทั้งปี และจัดเพิ่มเติมในช่วงเทศกาลสำคัญ ได้แก่ เทศกาลขึ้นปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ และวันสำคัญทางศาสนา โดยเส้นทางนี้เป็นเส้นทางเดียวกับการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยกเว้นวัดสระเกษที่เปลี่ยนเป็นวัดไตรมิตรเพื่อให้สอดคล้องกับเส้นทางเดินรถ และเพิ่มวัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐมเป็นวัดที่ 10 เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวและซื้อสินค้าที่ระลึกก่อนกลับกรุงเทพฯ การเดินทางด้วยวิธีนี้นักท่องเที่ยวต้องเดินทางไปยังเขตการเดินทางที่ 1 อุบลางเขนเพื่อซื้อตั๋วก่อนเวลา 8 นาฬิกา และรอขึ้นรถตามเวลาที่กำหนด

ผู้ศึกษาเข้าร่วมไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ ก็บองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ เมื่อซื้อตั๋วและขึ้นรถเรียบร้อยแล้วจะได้รับเอกสารเกี่ยวกับวัดทั้ง 9 แห่ง มีชื่อวัด รูปภาพ และคติในการสักการะ เจ้าหน้าที่จะแจ้งเรื่องการรับประทานอาหาร สำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวกก็สามารถสั่งอาหารและจ่ายเงินกับพนักงานบริการบนรถได้เลย อาหารมื้อแรกสั่งจากร้านปาห้องโกถถนนพระอาทิตย์ ตรงข้ามกับวัดบวรนิเวศวิหาร ดังนั้นเมื่อเสร็จสิ้นการไหว้พระที่วัดบวรนิเวศวิหารในเวลาประมาณ 10.00 น. ก็จะได้รับอาหารกล่องรับประทานบนรถระหว่างเดินทาง อาหารมื้อที่สองจะรับประทานประมาณ 14.00 น. โดยสั่งจากร้านผัดไทยโบราณ บริเวณทางเข้าวัดอรุณราชวราราม หากนักท่องเที่ยวไม่ต้องการรับประทานอาหารจากร้านที่กำหนดก็สามารถเลือกซื้อตามวัดที่จอดให้ลงได้ แต่เมื่อคำนวณจากเวลาในแต่ละวัดแล้วค่อนข้างน้อยจึงไม่สะดวกเท่าที่ควร

ปัญหาสำคัญที่พบ คือ การจำกัดเวลาที่ใช้ในแต่ละวัด เนื่องจากต้องเดินทางให้ครบ 9 วัด และปิดท้ายที่วัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม วัดแต่ละแห่งจะสามารถใช้เวลาประมาณ 25 - 40 นาที นักท่องเที่ยวจึงได้เพียงทำบุญตามจุดสำคัญ และเดินชมสถานที่เพียงเล็กน้อย (ภาพที่ 10) เจ้าหน้าที่เล่าเกร็ดความรู้ ความเชื่อ วิธีการทำบุญ และประวัติของวัดสั้น ๆ แต่เดิมนั้นเจ้าหน้าที่จะให้ความรู้แบบละเอียด ต่อมาถูกบริษัทท่องเที่ยวเอกชนร้องเรียนผ่านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าไม่ใช่มัคคุเทศก์ที่ได้รับใบอนุญาตจึงไม่สามารถให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันจึงเล่าเพียงคร่าว ๆ เท่านั้น จากการพูดคุยกับคุณอรุณ ทำให้ทราบว่าต้องศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง ส่วนตัวอยากเข้าอบรมมัคคุเทศก์เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถอธิบายข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้โดยสารให้มากกว่านี้แต่ก็ไม่มีเวลา เพราะต้องทำงานเป็นพนักงานเก็บค่าโดยสารทุกวัน วันหยุดก็จะมาช่วยเป็นพนักงานประจำรถไหว้พระ 9 วัด (อรุณ สารเสวก, 2555) (ภาพที่ 11)



ภาพที่ 10 ภาพการถวายสังฆทานของผู้เดินทางกับทัวร์ไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ



ภาพที่ 11 ภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำรถ

**รถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด** องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพได้นำเอารถเมล์ฟรีที่วิ่งให้บริการในเส้นทางปกติมาให้บริการวิ่งรับส่งประชาชนที่ต้องการไหว้พระ 9 วัดตามเส้นทางที่ได้จัดไว้ โดยจะให้บริการเฉพาะเทศกาลสำคัญ ได้แก่ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลสำคัญ

ทางพระพุทธศาสนา วันเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ และวันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางขึ้นลงตามจุดจอดหน้าวัดหรือป้ายรถประจำทางปกติ โดยแต่ละปีจะมีหัวข้อการจัดแตกต่างกันไปแต่จะอยู่ในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และฝั่งธนบุรี ซึ่งประกอบด้วยวัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงและวัดอื่น ๆ ด้วย การเดินทางลักษณะนี้จะอำนวยความสะดวกเฉพาะการเดินทางเท่านั้น ในบางครั้งจะมีการแจกเอกสารข้อมูลเกี่ยวกับวัดที่เดินทางไปแต่ไม่มีการบรรยายให้ความรู้ด้านประวัติ คติวิธีการสักการะ และข้อมูลอื่น ๆ เพิ่มเติม

จากการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงพบว่าเกิดขึ้นจากการทำงานของหลายหน่วยงานซึ่งทำงานแยกส่วนกัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้วางแผนและประชาสัมพันธ์โครงการ วัดทำหน้าที่รองรับนักท่องเที่ยว องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพและเรือนำเที่ยวเอกชนทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการเดินทาง จึงทำให้กิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นและดำเนินไปอย่างไม่มีแบบแผนชัดเจน แต่ปรับเปลี่ยนและเลื่อนไหลไปตามปัจจัยแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งขึ้นอยู่กับตัวนักท่องเที่ยวที่เลือกวิธีการเดินทางและกิจกรรมที่ทำ ดังนั้นการเก็บข้อมูลจึงเลือกเก็บจากกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางกับองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพทั้งการซื้อตั๋วและการเดินทางกับรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด ซึ่งมีการจัดการที่เป็นทางการมากที่สุด พร้อมกันนั้นก็ได้อีกศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางเองเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างและได้ข้อมูลรอบด้านมากขึ้น

## 2. การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

ปัจจุบันการไหว้พระ 9 วัดได้รับความนิยมจากพุทธศาสนิกชนทั่วไป หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทนำเที่ยวเอกชน รวมถึงองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ และชุมชนท้องถิ่นต่างจัดโครงการไหว้พระ 9 วัดในเส้นทางที่หลากหลายกระจายไปทั่วประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษามุ่งเน้นที่จะศึกษาเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง วัดทั้งหมดตั้งอยู่บนเกาะรัตนโกสินทร์และริมน้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรีตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์ เนื่องจากเป็นเส้นทางหลักของโครงการและยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

### 2.1 ประวัติความเป็นมาและทรัพยากรทางวัฒนธรรมของวัดในพื้นที่ศึกษา

ประกอบด้วยวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระอารามหลวงอีก 8 แห่ง ได้แก่ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร และวัดบวรนิเวศวิหารราชวรมหาวิหาร วัดหลายแห่งมีประวัติความเป็นมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาและได้รับการสถาปนาขึ้นใหม่ในสมัยรัตนโกสินทร์หรือ

บางแห่งถูกสร้างขึ้นใหม่ในยุคนี้ แต่ทุกวัดล้วนได้รับการอุปถัมภ์จากพระมหากษัตริย์และจัดลำดับชั้นเป็นพระอารามหลวงจึงมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.1.1 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) ตั้งอยู่บริเวณสนามหลวง ถนนหน้า

พระลาน แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ 1) โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นพร้อมกับการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์และพระบรมมหาราชวัง เมื่อ พ.ศ. 2325 ใช้เวลา 2 ปีในการก่อสร้างจนแล้วเสร็จ วัดแห่งนี้ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของพระบรมมหาราชวังเพื่อเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปสำคัญรัตนปฏิมากรและใช้ประกอบพิธีบำเพ็ญพระราชกุศลในพระบรมมหาราชวัง (สำนักงานเขตพระนคร, 2530: 22) ซึ่งเป็นคติความเชื่อเรื่องการสร้างวัดในพระราชวังหลวงเช่นเดียวกับวัดพระศรีสรรเพชญ์แห่งกรุงศรีอยุธยา ทำให้ไม่มีพระภิกษุจำพรรษาเหมือนกับวัดทั่วไป และเนื่องจากเป็นวัดสำคัญของบ้านเมืองจึงได้รับการปฏิสังขรณ์เรื่อยมา การบูรณะครั้งใหญ่เกิดขึ้นครั้งแรกในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) ครั้งที่ 2 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) เพื่อสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ครบ 100 ปี ครั้งที่ 3 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ในวาระฉลองครบรอบ 150 ปี กรุงรัตนโกสินทร์ และครั้งล่าสุดในสมัยรัชกาลปัจจุบันเพื่อเฉลิมฉลองวโรกาสครบรอบ 200 ปี การสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2525

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ประชาชนทั่วไปนิยมเรียกว่า ‘วัดพระแก้ว’ ตามชื่อของพระพุทธรูปสำคัญรัตนปฏิมากรหรือพระแก้วมรกต พระประธานปางสมาธิและพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองที่ประชาชนให้ความเคารพศรัทธา

วัดพระศรีรัตนศาสดารามมีความสำคัญในฐานะเป็นวัดคู่ราชธานี จึงได้รับการสร้างสรรค์และบูรณะศิลปกรรมอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในบริเวณวัดมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจและมีสภาพสวยงามอยู่เสมอ ทั้งในส่วนบริเวณวัดและส่วนพระบรมมหาราชวังที่เปิดพื้นที่บางส่วนให้ประชาชนสามารถเข้าชมได้

1. พระอุโบสถและพระพุทธรูปสำคัญรัตนปฏิมากร พระอุโบสถสร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 1 ภายในมีบุษบกทองคำประดิษฐานพระพุทธรูปสำคัญรัตนปฏิมากร (พระแก้วมรกต) ซึ่งเป็นพระประธานปางสมาธิ สร้างด้วยอัญมณีสีเขียวอันเป็นที่มาของชื่อ ‘พระแก้วมรกต’ รัชกาลที่ 1 อัญเชิญมาจากวัดอรุณราชวราราม มีความสำคัญในฐานะพระคู่บ้านคู่เมืองของไทย นอกจากพระประธานแล้ว พระอุโบสถยังมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นถึงฝีมือช่างไทย ได้แก่ ภาพจิตรกรรมฝาผนังและบานประตูประดับมุกฝีมือช่างรัชกาลที่ 1 ผนังด้านนอกปิดทองประดับกระจกฝีมือช่างสมัยรัชกาลที่ 3 มีรูปปั้นครุฑขนาดปิดทองล้อมรอบฐานพระอุโบสถ

2.ปราสาทพระเทพบิดร ปราสาทแห่งนี้เดิมชื่อพุทธปรารงค์ปราสาท สร้างขึ้นจากไม้ทั้งหลังแต่เสียหายจากเหตุการณ์เพลิงไหม้พระบรมมหาราชวังในสมัยรัชกาลที่ 4 หลังจากนั้นจึงได้รับการบูรณะขึ้นใหม่จนแล้วเสร็จในสมัยรัชกาลที่ 6 พระราชทานนามใหม่ว่าปราสาทพระเทพบิดร และโปรดเกล้าฯ ให้อัญเชิญพระบรมรูปพระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีมาประดิษฐาน ในปัจจุบันเปิดให้ประชาชนเข้าสักการะพระบรมรูปพระบูรพมหากษัตริย์ได้ในวันจักรี

3.หอพระคันธารราษฎร์ สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 ตั้งอยู่บริเวณหน้าพระอุโบสถ ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปคันธารราษฎร์ปางประทับนั่ง ยกพระหัตถ์ขวาขึ้นระดับพระอุระ มีความสำคัญโดยเป็นพระประธานในพระราชพิธีแรกนาขวัญ ประชาชนจึงนิยมเรียกว่า ‘พระพุทธรูปเรียกฝน’ บนฝาผนังของหอพระคันธารราษฎร์มีภาพจิตรกรรมฝาผนังฝีมือขรัวอินโข่ง จิตรกรเอกแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โดยภาพเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับฝนในพระราชพิธีพระพิรุณศาสตร์และพระราชพิธีแรกนาขวัญ สอดคล้องกับการเป็นสถานที่ประดิษฐานพระพุทธรูปคันธารราษฎร์

4.พระศรีรัตนเจดีย์ ประกอบไปด้วยหมู่พระเจดีย์ทรงระฆังคว่ำเรียงกัน 3 องค์ ตามแบบวัดพระศรีสรรเพชญ์ซึ่งเป็นวัดในพระบรมมหาราชวังในสมัยกรุงศรีอยุธยา รัชกาลที่ 4 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเพื่อบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ

5.พระปรารงค์ 8 องค์ หมู่พระปรารงค์ประดับกระเบื้องเคลือบสีแตกต่างกันทั้งหมด 8 องค์ สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 เพื่อถวายเป็นพุทธบูชา ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าของวัด

6.พระระเบียงและภาพจิตรกรรมฝาผนัง พระระเบียงเป็นระเบียงล้อมรอบพระอุโบสถมีหลังคาคลุมยาวตลอดความยาว รัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าฯ ให้ช่างเขียนภาพจิตรกรรมเรื่องราวเกียรติยศบนผนัง แบ่งเป็นห้องได้ทั้งสิ้น 178 ห้อง แต่ละห้องมีคำอธิบายเรื่องกำกับไว้ แต่เนื่องจากมีความยาวมากตั้งแต่เริ่มเรื่องจนจบบริบูรณ์จึงแล้วเสร็จในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้รับการยกย่องว่าเป็นภาพจิตรกรรมฝาผนังเรื่องราวเกียรติยศที่สมบูรณ์มากที่สุด ภาพจิตรกรรมได้รับการบูรณะซ่อมแซมเรื่อยมา ครั้งหลังสุด สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีโปรดเกล้าฯ ให้ซ่อมแซมเนื่องในวโรกาสสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ครบรอบ 200 ปี และยังคงบูรณะเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

7.รูปปั้นยักษ์ 12 ตน หรือที่นิยมเรียกว่ายักษ์วัดพระแก้ว เป็นยักษ์ปูนปั้นประดับกระเบื้องสี สูง 6 เมตร ตั้งประจำอยู่ที่ประตูพระระเบียงทั้ง 6 ช่องประตู ประตูละ 2 ตน สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 ยักษ์เหล่านี้คัดลอกมาจากตัวละครในเรื่องรามเกียรติ์ซึ่งมีชื่อและสีกายต่างกันไป

8.นครวัดจำลอง รัชกาลที่ 4 มีพระประสงค์ให้พระยาสยามพ่ายถ่ายแบบนครวัดจำลองเนื่องจากพระแก้วมรกตเคยประดิษฐานอยู่ในปราสาทนครวัด ประเทศกัมพูชา นครวัดจำลองนี้แกะสลักขึ้นจากหิน มีรายละเอียดเหมือนสถานที่จริงทุกประการ ตั้งอยู่บนฐานไพทีข้างพระอุโบสถ บริเวณหลังปราสาทพระเทพบิดร

9. พระบรมมหาราชวัง พระบรมมหาราชวังสร้างขึ้นพร้อมกับการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์เป็นราชธานีแห่งใหม่ เพื่อเป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ เป็นศูนย์กลางของอาณาจักรและการปกครอง เมื่อแรกสร้างนั้นพระบรมมหาราชวังมีเนื้อที่เพียง 31 ไร่ และขยายเพิ่มเป็น 152 ไร่ 2 งานในสมัยรัชกาลที่ 2 จนถึงปัจจุบัน พระบรมมหาราชวังประกอบด้วยสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและมีรูปแบบที่หลากหลาย เนื่องจากได้รับการบูรณะรวมทั้งสร้างเพิ่มเติมในแต่ละรัชสมัย ซึ่งผู้ที่มาสักการะวัดพระศรีรัตนศาสดารามสามารถเข้าเยี่ยมชมบางส่วนของพระบรมมหาราชวังได้

**หมู่พระมหามณเฑียร** สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 1 ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของพระบรมมหาราชวังเพื่อใช้เป็นที่ประทับและประกอบพระราชพิธี ประกอบด้วยพระที่นั่ง 3 องค์ เชื่อมต่อระหว่างเขตพระราชฐานชั้นกลางกับเขตพระราชฐานชั้นใน แต่เดิมสร้างด้วยเครื่องไม้ทั้งหมด เมื่อถึงรัชกาลที่ 3 สถาปัตยกรรมมากจึงสร้างขึ้นใหม่ กลายเป็นอาคารก่ออิฐถือปูนขึ้นเดียว หลังคาทรงเครื่องยอดแบบไทยประเพณี ประกอบไปด้วย พระที่นั่งจักรพรรดิพิมาน เป็นพระที่นั่งองค์ประธาน สำหรับพระมหากษัตริย์ประทับ รัชกาลที่ 1-3 ประทับอยู่ถาวร ส่วนในรัชกาลถัดมาจะเสด็จมาประทับเฉพาะเมื่อมีงานพระราชพิธีเท่านั้น พระที่นั่งไพศาลทักษิณ ใช้ประกอบพระราชพิธีปราบดาภิเษกของรัชกาลที่ 1 และพระราชพิธีบรมราชาภิเษกของพระมหากษัตริย์ทุกรัชกาล พระรูปพระสยามเทวาธิราชประดิษฐานอยู่ ณ ที่นี้ด้วย พระที่นั่งอัมรินทร์วินิจฉัยมโหฬารเป็นท้องพระโรงสำหรับเสด็จออกฝ่ายหน้าและประกอบพระราชกรณียกิจ อาทิ เสด็จออกกว่าราชการ บำเพ็ญพระราชกุศล เสด็จออกมหาสมาคม เป็นต้น

**หมู่พระที่นั่งจักรีมหาปราสาท** สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 แต่มีบางส่วนชำรุดจึงได้สร้างเพิ่มเติมในรัชกาลปัจจุบัน ประกอบไปด้วย พระที่นั่งมูลสถานบรมอาสน์และพระที่นั่งสมมติเทวราชอุปบัติ สร้างขึ้นในรัชกาลปัจจุบันทดแทนพระที่นั่งเดิมที่ทรุดโทรม เพื่อใช้ประกอบพระราชพิธีและพระราชทานเลี้ยง พระที่นั่งจักรีมหาปราสาท เป็นองค์เดิมตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่แตกต่างจากพระที่นั่งองค์อื่น ๆ กล่าวคือ ส่วนตึกก่ออิฐถือปูนตามศิลปะยุโรป แต่ส่วนบนเป็นหลังคายอดแบบไทยประเพณี ใช้รับรองพระราชอาคันตุกะระดับประมุขของต่างประเทศ

**พระมหาปราสาท** สร้างในสมัยรัชกาลที่ 1 ประกอบด้วยพระที่นั่ง 2 องค์ ได้แก่ พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท ปราสาทจักรมุขก่ออิฐถือปูน ใช้ประดิษฐานพระบรมศพและพระศพของพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ รวมถึงใช้ในการพระราชพิธีอื่น ๆ พระที่นั่งพิมานรัตยาเป็นสถานที่บรรทมของพระมหากษัตริย์เมื่อเสด็จมายังหมู่พระปราสาท ต่อมารัชกาลที่ 4 ได้สร้างพระที่นั่งอภรณ์ภิโมกข์ปราสาทเพื่อเป็นที่ประทับพระราชยาน

**2.1.2 วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์)** ตั้งอยู่ทางด้านหลังของพระบรมมหาราชวัง ถนนสนามไชย แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรมหาวิหาร และถือเป็นวัดประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ 1)

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามเป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เดิมชื่อว่าวัดโพธาราม นิยมเรียกโดยทั่วไปว่าวัดโพธิ์ เมื่อสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี (สมเด็จพระเจ้าตากสิน) ทรงสถาปนาราชธานีใหม่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาหรือฝั่งธนบุรีเป็นศูนย์กลางราชธานี วัดโพธิ์ซึ่งตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกก็ได้รับการบูรณะขึ้นเป็นพระอารามหลวง ต่อมาพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์และย้ายราชธานีมายังฝั่งตะวันออก ทำให้วัดโพธิ์ตั้งอยู่ทางทิศใต้ใกล้กับพระบรมมหาราชวัง จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างสิ่งก่อสร้างต่างๆขึ้นในวัดใหม่ แล้วอัญเชิญพระพุทธรูปจากวัดร้างตามหัวเมืองทางภาคเหนือและภาคกลางมาประดิษฐานบริเวณพระระเบียง (กัลยาณี วสุนานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุนานิช, 2551: 4) และยังได้วาดภาพพระพุทธรูปเจ้า 550 ชาตินบนพระระเบียงทั้งด้านนอกและด้านใน บริเวณศาลารายจารึกตำรายา และตำราฤกษ์ดีดต้น และเจดีย์ทรงเครื่องขนาดใหญ่อีก 1 องค์ รัชกาลที่ 1 พระราชทานนามวัดขึ้นใหม่ว่า วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาวาส ยกฐานะขึ้นเป็นพระอารามหลวง

กระทั่งถึงรัชกาลที่ 3 สิ่งก่อสร้างบางส่วนในวัดเริ่มชำรุดทรุดโทรมจึงทรงโปรดเกล้าฯ ให้ปฏิสังขรณ์ครั้งใหญ่ ทั้งนี้อาจเรียกได้ว่าบูรณะขึ้นใหม่ทั้งหมด เนื่องจากได้ก่อสร้าง ขยายขนาด ตลอดจนเปลี่ยนลักษณะทางศิลปะตามพระราชนิยม (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2552: 2) พร้อมทั้งสร้างพระพุทธรูปไสยาส (พระนอน) ขนาดใหญ่ พระเจดีย์รายรอบพระระเบียง พระเจดีย์ทรงเครื่องลักษณะคล้ายกับที่รัชกาลที่ 1 ทรงสร้างไว้จำนวน 2 องค์ และจารึกสรรพความรู้ต่างๆจำนวน 8 หมวด รอบวัดเป็นการให้ความรู้แก่สาธารณชน

พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) ทรงซ่อมแซมพระพุทธรูปไสยาส แปลงศาลาด้านตะวันออกเป็นพระวิหาร สร้างพระเจดีย์เพิ่มเติมอีก 1 องค์ขึ้นในหมู่พระเจดีย์ทรงเครื่อง 3 องค์แรก นอกจากนั้นพระองค์ยังเปลี่ยนชื่อวัดตอนท้ายเป็น 'วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร' ในรัชกาลถัดมามาก็ได้บูรณะซ่อมแซมตามลำดับแต่ก็ไม่ได้สร้างสิ่งก่อสร้างใดเพิ่มเติมขึ้นอีกจนกระทั่งถึงปัจจุบัน

บริเวณชายฝั่งทิพย์ของพระพุทธรูปเทวปฏิมากร พระประธานในพระอุโบสถเป็นที่บรรจุพระบรมราชสรีรังคารของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชไว้ จึงถือว่าเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 1 ด้วย

วัดโพธิ์มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญหลายประการ ทั้งที่จับต้องได้ ประเภทสถาปัตยกรรมและประติมากรรม นอกจากนั้นยังมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ คือ ภูมิปัญญา ศิลปวิทยาการแขนงต่าง ๆ ที่ถูกรวบรวมไว้ในฐานะแหล่งความรู้ที่รัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 3 ทรงตั้งพระราชประสงค์ไว้ด้วย ได้แก่

1. พระพุทธไสยาส พระนอนปางปราบอสูรพิราพที่สร้างขึ้นเนื่องในพระราชศรัทธาของรัชกาลที่ 3 ก่ออิฐถือปูนปิดด้วยทองคำทั้งองค์ มีขนาดยาว 46 เมตรซึ่งยาวเป็นอันดับ 3 ของประเทศไทย พุทธลักษณะมีความอ่อนช้อยสวยงาม พระพักตร์รูปไข่ ขมวดพระเกศาเล็ก พระรัศมีเป็นเปลว พระเนตรมองตรง พระนาสิกโด่ง พระโอษฐ์เรียวบาง แยมพระสรวลเล็กน้อย เรียกว่าลักษณะ ‘อย่างหุ่น’ (หุ่นละคร) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ในรัชกาลที่ 3 (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2552: 13) ส่วนพระบาทสูงถึง 3 เมตร ทั้งสองข้างซ้อนเสมอกันพอดี บริเวณฝ่าพระบาทมีงานประณีตศิลป์ประดับมุก ลวดลายมงคล 108 ประการ แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างคติธรรมทางพระพุทธศาสนากับความเชื่อมงคลในวัฒนธรรมจีน กลางฝ่าพระบาทประดับด้วยมุกรูปจักร หลังจากสร้างพระพุทธไสยาสจึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระวิหารครอบองค์พระ โดยมีลักษณะเป็นอาคารขนาดใหญ่ มีเสาพาไลสี่เหลี่ยมยื่นออกมารองรับน้ำหนัก หลังคาเรื่องไม้แต่หน้าบันเป็นปูนปั้นประดับลายดอกไม้ วิหารแห่งนี้ยังไม่แล้วเสร็จ รัชกาลที่ 3 เสด็จสวรรคตก่อน รัชกาลที่ 4 จึงโปรดให้สร้างต่อจนแล้วเสร็จ (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2552: 11)

2. พระอุโบสถ เนื่องจากวัดโพธิ์เป็นวัดโบราณจึงมีพระอุโบสถอยู่ก่อนแล้ว ต่อมาจึงได้รับการบูรณะในรัชกาลที่ 1 อย่างไรก็ตาม พระอุโบสถที่ปรากฏในปัจจุบันนั้นเกิดจากการปฏิสังขรณ์ในสมัย โดยขยายพระอุโบสถให้ใหญ่ขึ้น เครื่องหลังคายังคงเป็นแบบประเพณีนิยมแต่หน้าบันเปลี่ยนจากไม้แกะสลักเป็นปูนปั้นประดับกระจกสี ตามพระราชนิยมในรัชกาลที่ 3 (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2552: 3-4) ภายในพระอุโบสถมีจิตรกรรมฝาผนังที่เขียนขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 เรื่องเอตทัคคะ (สาวกคนสำคัญในพระพุทธศาสนา) 41 เรื่อง ซึ่งสอดแทรกภาพวิถีชีวิตของคนในสมัยนั้น ทำให้ผู้มาชมได้เรียนรู้ความเป็นอยู่ของคนในอดีตควบคู่กันไปด้วย

3. พระประธานของพระอุโบสถ คือ พระพุทธท้าวปฏิมากร หล่อจากสำริดปางสมาธิ รัชกาลที่ 1 ทรงอัญเชิญมาจากวัดคูหาสวรรค์ (วัดศาลาสี่หน้า) ฝั่งธนบุรี ภายในองค์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ในสมัยรัชกาลที่ 4 ได้อัญเชิญพระบรมอัฐิของรัชกาลที่ 1 บางส่วนมาประดิษฐานไว้บริเวณชายผ้าทิพย์ใต้ฐานชุกชีของพระประธานองค์นี้จึงถือว่าวัดแห่งนี้เป็นวัดประจำรัชกาล

4. พระมหาเจดีย์ 4 รัชกาล วัดโพธิ์ได้รับการขนานนามว่ามีเจดีย์มากที่สุดในกรุงเทพฯ ทั้งเจดีย์ราย เจดีย์หย่อม รวมถึงเจดีย์แบบจีนกระจายอยู่ทั่ววัด อย่างไรก็ตาม ยังมีพระมหาเจดีย์อีก 4 องค์ที่มีความสำคัญในฐานะพระเจดีย์ประจำรัชกาลของพระมหากษัตริย์ตั้งแต่รัชกาลที่ 1 ถึงรัชกาลที่ 4

**พระมหาเจดีย์ศรีสรรเพชญดาญาณ** สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 1 พระมหาเจดีย์มีลักษณะเป็นเจดีย์ย่อมุมไม้ยี่สิบประดับภายนอกด้วยกระเบื้องเคลือบสีเขียว มูลเหตุการสร้างเจดีย์เกิดจากพระองค์ได้อัญเชิญพระพุทธรูปศรีสรรเพชญดาญาณมาจากกรุงศรีอยุธยา แต่พระพุทธรูปมีสภาพทรุดโทรมเหลือแต่โคลน คณะสงฆ์ถวายความเห็นที่ไม่สมควรบูรณะขึ้นใหม่

รัชกาลที่ 1 จึงตัดสินพระทัยสร้างพระเจดีย์ครอบองค์ไว้ พร้อมกันนั้นได้พระราชทานนามพระเจดีย์ตามพระพุทธรูปดังกล่าวว่า ‘พระมหาเจดีย์ศรีสรรเพชญดาญาณ’

**พระมหาเจดีย์ดิลกธรรมนิทาน** (ดิลกธรรมกรนิทาน) สร้างในสมัยรัชกาลที่ 3 ในคราวที่ทรงบูรณะวัดโพธิ์ขึ้นใหม่เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลต่อรัชกาลที่ 2 โดยสร้างไว้ทางทิศเหนือของพระเจดีย์ศรีสรรเพชญดาญาณ รูปทรงย่อมุมไม้ยี่สิบ ประดับกระเบื้องเคลือบสีขาวย

**พระมหาเจดีย์มณีปัทมบริขาน** สร้างพร้อมกับพระเจดีย์ดิลกธรรมนิทาน ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของพระมหาเจดีย์ 2 องค์แรกในแนวเดียวกัน เจดีย์องค์นี้ประดับด้วยกระเบื้องเคลือบสีเหลือง เพื่อถวายเป็นพุทธบูชา

**พระมหาเจดีย์ทรงพระศรีสุริโยทัย** (รัชกาลที่ 4 ไม่ได้ทรงตั้งชื่อไว้) สร้างขึ้นเป็นองค์ที่ 4 และเป็นองค์สุดท้ายในหมู่พระมหาเจดีย์ รัชกาลที่ 4 โปรดให้ถ่ายแบบมาจากเจดีย์วัดสวนหลวงสบสวรรค์ กรุงเทพมหานคร จึงทำให้มีลักษณะแตกต่างจาก 3 องค์ข้างต้น กล่าวคือ เจดีย์ย่อมุมไม้ยี่สิบสอง บริเวณฐานมีซุ้มคูหา ประดับกระเบื้องเคลือบสีขาวย (สีน้ำเงินเข้มอมม่วง) พระมหาเจดีย์องค์นี้สร้างแยกออกมาจากแนวพระมหาเจดีย์เดิม ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของพระเจดีย์ศรีสรรเพชญดาญาณ

การสร้างพระมหาเจดีย์กลายเป็นพระราชนิยมของพระมหากษัตริย์ จนกระทั่งถึงสมัยรัชกาลที่ 4 มีพระราชดำริให้ยกเลิกการสร้างไป จึงทำให้มีพระมหาเจดีย์ทั้งสิ้นเพียง 4 องค์

5. ประชุมจารึกวัดพระเชตุพน นอกเหนือจากการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาแล้ว รัชกาลที่ 3 ยังมีพระราชดำริให้ใช้วัดเป็นสถานที่เผยแพร่ความรู้แก่คนทั่วไป จึงโปรดเกล้าฯ ให้จารึกสรรพความรู้หลายสาขาวิชาไว้ในบริเวณวัด อาทิ การแพทย์ การนวดแผนโบราณ ความรู้ทางประวัติศาสตร์ วรรณกรรมลงบนแผ่นหินอ่อนประดับไว้ ซึ่งนับได้ว่ามีคุณค่าทางประวัติศาสตร์จนได้รับการขึ้นทะเบียนจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ในฐานะมรดกความทรงจำแห่งโลกในปี พ.ศ. 2552

6. รูปปั้นฤๅษีตัดตนและนวดแผนไทยตำรับวัดโพธิ์ รัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างรูปปั้นฤๅษีตัดตนตามจารึกตำราฤๅษีตัดตนเพื่อเป็นตัวอย่างของท่าทางตัดตนแก้ปวดเมื่อย ในครั้งแรกปั้นขึ้นจากดิน สมัยรัชกาลที่ 3 จึงหล่อเป็นเนื้อชินจึงมีความคงทนแข็งแรงมากขึ้น เมื่อแรกสร้างพบหลักฐานว่ามี 80 กระบวนท่า ปัจจุบันเหลือเพียง 24 ท่า 25 ตน ตั้งอยู่ร่วมกันในลักษณะของสวนสุขภาพในวัด (กัลยาณี วสุวานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุวานิช, 2551: 18-19; ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2552: 18)

7. ตุ๊กตาหินประดับ เป็นตุ๊กตาหินสลักและตุ๊กตาดินปั้นจากประเทศจีน มีรูปแบบหลากหลาย ทั้ง ฤๅษี (เจดีย์แบบจีน) ตุ๊กตาทหารแบบจีน (ลั่นถัน) ตุ๊กตาทหารแบบฝรั่ง (มาร์โค

โปโล) ตึกตาขุนนาง (นักปราชญ์จีน) ตึกตาสามัญชน (หญิงสาวจีน) และตึกตาสิงโตคาบแก้ว (กัลยาณี วสุวานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุวานิช, 2551: 19-21) ตึกตาทหารจะตั้งอยู่บริเวณประตูทางเข้าเสมือนผู้ดูแลรักษาความสงบเรียบร้อย ตึกตาอื่น ๆ ก็จะประดับทั่วไปในบริเวณวัด

**2.1.3 วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร** ตั้งอยู่บนฝั่งธนบุรีทางทิศตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงวัดอรุณ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร มีฐานะเป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรมหาวิหาร ถือเป็นวัดประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (รัชกาลที่ 2)

วัดอรุณราชวราราม เป็นวัดโบราณที่สร้างตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเรียกกันว่า ‘วัดมะกอก’ ต่อมาพระยาตากได้รวบรวมกำลังพลล่องเรือจากเมืองจันทบูรกลับมายึดเมืองคืนจากทัพพม่า กองเรือมาถึงกรุงธนบุรีในเวลารุ่งสางที่บริเวณวัดมะกอกจึงพระราชทานนามใหม่ว่า ‘วัดแจ้ง’ เมื่อปราบดาภิเษกขึ้นเป็นพระเจ้ากรุงธนบุรี (พระเจ้าตากสินมหาราช) ได้โปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังใหม่ ขยายเขตพระราชฐานออกไปจนถึงวัดแจ้งและยกสถานะวัดแห่งนี้ขึ้นเป็นวัดประจำพระราชวังและไม่มีพระภิกษุจำพรรษา สมเด็จพระเจ้าพระยามหากษัตริย์ศึก (ต่อมาปราบดาภิเษกขึ้นเป็นพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช) ติเมืองเวียงจันทน์ได้จึงอัญเชิญพระแก้วมรกต และพระบางขึ้นประดิษฐาน ณ วัดแห่งนี้ (กัลยาณี วสุวานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุวานิช, 2551: 25)

เมื่อรัชกาลที่ 1 สถาปนาราชวงศ์จักรี และย้ายพระนครมายังฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา วัดแจ้งไม่ได้เป็นวัดในพระราชวังอีกต่อไปจึงเริ่มมีพระสงฆ์มาจำพรรษาเช่นเดียวกับวัดทั่วไป พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย เมื่อครั้งดำรงพระอิสริยยศเป็นเจ้าฟ้ากรมหลวงอิศรสุนทรได้บูรณปฏิสังขรณ์เรื่อยมาจนขึ้นครองราชย์ เป็นรัชกาลที่ 2 แห่งราชวงศ์จักรี พระราชทานนามใหม่ว่า ‘วัดอรุณราชวราราม’

สมัยรัชกาลที่ 3 โปรดให้บูรณปฏิสังขรณ์ใหม่ทั้งพระอารามพร้อมกับสานต่องานก่อสร้างพระปรางค์จนแล้วเสร็จ สมัยรัชกาลที่ 4 โปรดให้สร้างและปฏิสังขรณ์สิ่งต่าง ๆ เพิ่มเติม และได้อัญเชิญพระบรมอัฐิของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย มาบรรจุไว้ที่พระพุทธรูปของพระประธานในพระอุโบสถ พร้อมกับพระราชทานนามว่า ‘วัดอรุณราชวราราม’ ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญในวัดอรุณ ได้แก่

1. พระปรางค์วัดอรุณ พระปรางค์ถือเป็นสัญลักษณ์โดดเด่นของวัดและกรุงเทพฯ จนได้รับการขนานนามว่าพระมหาธาตุประจำพระนคร องค์พระปรางค์ได้รับการต่อเติมให้มีความสูงเทียบเท่าปัจจุบันในสมัยรัชกาลที่ 3 องค์พระปรางค์ก่ออิฐถือปูนประดับด้วยกระเบื้องเคลือบหลากสี บนยอดพระปรางค์มีนาคคู่ล้อมด้วยมงกุฎที่อัญเชิญมาจากพระพุทธรูปทรงเครื่องจากวัดนางนอง บนฐานพระปรางค์ยังประกอบไปด้วยปราสาททิศทั้ง 4 มุม สลับกับมณฑปทิศ 4 หลัง

2. พระอุโบสถ ตั้งอยู่ด้านหลังพระปราสาท สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 2 ภายในประดิษฐานพระประธานองค์สำคัญที่รัชกาลที่ 2 ทรงปั้นหุ่นด้วยพระองค์เองแล้วโปรดเกล้าฯ ให้หล่อองค์พระเพื่อประดิษฐานในพระอุโบสถ จนกระทั่งถึงสมัยรัชกาลที่ 4 ทรงอัญเชิญพระบรมอัฐิของรัชกาลที่ 2 มาบรรจุไว้ที่ฐานพระประธาน พร้อมทั้งพระราชทานนามพระประธานว่าพระพุทธรธรรม-มิตรราชโลกธาตุดิลก ในรัชกาลถัดมาเกิดเหตุเพลิงไหม้พระอุโบสถ รัชกาลที่ 5 จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระอุโบสถขึ้นใหม่และใช้งานจวบจนปัจจุบัน

**2.1.4 วัดกัลยาณมิตรรวมท้าววิหาร** ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ฝั่งธนบุรี บริเวณปากคลองบางกอกใหญ่ฝั่งใต้ แขวงวัดกัลยา เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีฐานะเป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดรวมท้าววิหาร

วัดกัลยาณมิตรมีลักษณะแตกต่างจากวัดอื่นๆ เนื่องจากไม่ได้สร้างโดยพระมหากษัตริย์ แต่เกิดจากการริเริ่มของเจ้าพระยานิกรบดินทร์ (เจ้าสัวโต, โต กัลยาณมิตร) พ่อค้าและข้าราชการชาวจีน เมื่อครั้งรับราชการในตำแหน่งว่าที่สมุหนายกได้อุทิศบ้านของตนพร้อมกับที่ดินข้างเคียงก่อสร้างวัดแล้วน้อมเกล้าฯ ถวายเป็นพระอารามหลวง

พระยานิกรบดินทร์เป็นพระสหายที่ดีมาโดยตลอด เข้าถวายตัวเป็นข้าหลวงตั้งแต่เมื่อครั้งรัชกาลที่ 3 ยังเป็นพระเจ้าลูกยาเธอในแผ่นดินรัชกาลที่ 1 รับราชการในหน้าที่แต่งสำเภาค้าขายกับจีนร่วมกับพระเจ้าลูกยาเธอเรือยามา จนกระทั่งรัชกาลที่ 3 ขึ้นครองราชย์จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้เป็นพระยาราชสุภาวดีศรีสุรินทรามศวร เจ้ากรมพระสุรัสวดีกลาง (พระมหาชัยนาท อรรถบุตร, 2542: 25-26) จนได้รับตำแหน่งสุดท้าย คือ เจ้าพระยานิกรบดินทรมหากัลยาณมิตร วัดแห่งนี้จึงได้รับพระราชทานนามว่า วัดกัลยาณมิตร หมายถึง มิตรที่ดี พร้อมกันนั้นรัชกาลที่ 3 ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระประธานขนาดใหญ่ประดิษฐานในพระวิหารหลวง ชาวไทยนิยมเรียกว่าหลวงพ่โต ส่วนชาวจีนที่นับถือศรัทธาเรียกชื่อแบบจีนว่า ซำปอสุดกงหรือซำปอกง นอกจากพระประธานแล้วยังโปรดเกล้าฯ ให้สร้างวัตถุและถาวรวัตถุอื่นๆ เพิ่มเติมในวัดแห่งนี้อีกด้วย

ในรัชกาลถัดมาได้สร้างหอพระธรรมมณเฑียรเถลิงพระเกียรติ เพื่อเก็บพระไตรปิฎกและพระคัมภีร์ (การท่องเทียวแห่งประเทศไทย, ม. ป. ป.) พร้อมทั้งพระราชทานนามหลวงพ่โตว่า ‘พระพุทธรัตนนายก’ วัดกัลยาณมิตรมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจอยู่บริเวณพระวิหารและพระอุโบสถ ได้แก่

1. พระวิหารหลวง หลังจากเจ้าพระยานิกรบดินทร์ถวายพระอารามแห่งนี้แต่รัชกาลที่ 3 พระองค์จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระวิหารหลวง ฐานทำด้วยท่อนซุงวางเรียงชั้นกัน ลักษณะพระวิหารสูงใหญ่ 5 ห้อง เป็นแบบไทยประเพณี คือ เครื่องหลังคาประดับด้วยช่อฟ้า ใบระกา หางหงส์ หน้าบันไม้สลักลวดลายดอกไม้ ด้านในมีเสาขนาดใหญ่เขียนลายดอกไม้ (พระมหาชัย อรรถบุตร, 2542: 28-30)

2. พระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่อดอ, ซำปอกง) รัชกาลที่ 3 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นและประดิษฐานภายในพระวิหารหลวง พระประธานองค์นี้สร้างขึ้นจากปูนปั้น ปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 11.75 เมตรหรือ 5 วา 3 ศอก สูงประมาณ 15 เมตรหรือ 7 วา 2 ศอก นับว่าเป็นพระพุทธรูปขนาดใหญ่จนประชาชนนิยมเรียกว่าหลวงพ่อดอ ส่วนชาวจีนก็ให้ความเคารพศรัทธาต่อพระพุทธรูปองค์นี้ เรียกว่า หลวงพ่อดอซำปอกงหรือซำปอฮุดกง และต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 จึงพระราชทานนามว่าพระพุทธไตรรัตนนายก โดยรัชกาลที่ 3 มีพระราชประสงค์ในการสร้างพระองค์ใหญ่ให้เหมือนกับหลวงพ่อดอแห่งวัดพนัญเชิง กรุงศรีอยุธยา ที่มีพระพุทธรูปขนาดใหญ่อยู่ริมน้ำนอกกำแพงเมือง

3. พระอุโบสถและพระประธานปางป่าเลไลยก์ พระอุโบสถตั้งอยู่ข้างพระวิหารหลวงทางทิศตะวันออก สร้างโดยรัชกาลที่ 3 มีลักษณะแบบพระราชนิยมในสมัยรัชกาลที่ 3 กล่าวคือหน้าบันก่ออิฐถือปูนประดับกระเบื้องเคลือบ โดยพระอุโบสถวัดนี้มีความแปลกกว่าวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย เนื่องจากพระประธานเป็นพระพุทธรูปปางป่าเลไลยก์ สูง 3.7 เมตรภายในมีจิตรกรรมฝาผนังเรื่องพุทธประวัติและเครื่องบูชาแบบไทยปนจีน

**2.1.5 วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร** ตั้งอยู่ทางฝั่งธนบุรี ตรงข้ามกับท่าช้างวังหลวง ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดวรมหาวิหาร

ระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร หรือที่เรียกทั่วไปว่าวัดระฆังเป็นวัดโบราณมีมาแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยา เดิมชื่อวัดบางหัวใหญ่ ในสมัยธนบุรี พระเจ้ากรุงธนบุรีทรงสร้างพระราชวังใกล้กับวัดแห่งนี้จึงโปรดเกล้าฯ ให้ปฏิสังขรณ์และยกฐานะขึ้นเป็นพระอารามหลวง ใช้เป็นสถานที่สำหรับสังคายนาพระไตรปิฎกและยังเป็นที่ประทับของสมเด็จพระสังฆราชศรี (สี) พระสังฆราชแห่งกรุงธนบุรี

ต่อมาในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ วัดบางหัวใหญ่อยู่ภายใต้การอุปถัมภ์ของเจ้านายวังหลัง อันได้แก่สมเด็จพระเจ้าฟ้าหญิง กรมพระยาเทพสุดาวดี พระพี่นางของรัชกาลที่ 1 และพระมารดาของกรมพระราชวังบวรสถานพิมุข (วังหลัง) รับผิดชอบดูแลงานบูรณปฏิสังขรณ์ (วัดระฆังโฆสิตาราม, 2556) ส่วนรัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายตำหนักและเรือนประทับที่เคยถวายแด่วัดแห่งนี้แปลงให้เป็นหอไตร นอกจากนั้นยังโปรดให้อารามสมเด็จพระสังฆราชศรีซึ่งถูกถอดถอนจากตำแหน่งกลับมาประทับยังวัดนี้ ดำรงสถานะเป็นพระสังฆราชองค์แรกแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ (น. ณ ปากน้ำ, 2550: 185-186) พร้อมกับรื้อตำหนักทองของพระเจ้ากรุงธนบุรีมาสร้างเป็นกุฏิที่ประทับของสมเด็จพระสังฆราชด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม. ป. ป.)

ระหว่างการบูรณะในสมัยรัชกาลที่ 1 ภายใต้การกำกับของขณะขุดสระวางหอไตรได้พบพระขังโบราณ มีคำรำลือว่ามีเสียงไพเราะกังวาน (น. ณ ปากน้ำ, 2550: 189) แต่ระฆังที่ขุดพบนั้นถูกย้ายไปไว้ที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระราชทานระฆังใหม่ทดแทนให้จำนวน 5 ใบ จึง

เป็นที่มาของชื่อวัดระฆังโฆสิตารามแม้รัชกาลที่ 4 มีพระราชดำริให้เปลี่ยนชื่อวัดเป็น ‘วัดคณิศการาม’ แต่ก็ไม่ได้รับความนิยม ประชาชนยังคงเรียกว่าวัดระฆังจวบจนปัจจุบัน

วัดระฆังโฆสิตารามแห่งนี้ นอกจากเป็นที่ประทับของพระปฐมสังฆราชแห่งกรุงรัตนโกสินทร์แล้ว ยังเป็นที่ประทับของสมเด็จพระสังฆราชในรัชกาลที่ 4 อีกด้วย นั่นคือ สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี, สมเด็จเจ้าวัดระฆัง) ซึ่งมีจริยวัตรน่าเลื่อมใสและมีชื่อเสียงทางวิชาอาคม ดำรงตำแหน่งเป็นเจ้าอาวาสวัดในช่วงสมัยรัชกาลที่ 4 ต่อเนื่องถึงสมัยรัชกาลที่ 5

ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญในวัดระฆังประกอบไปด้วย

1. พระอุโบสถและพระประธานอัมรินทร์ฟ้า พระอุโบสถหลังปัจจุบันสร้างขึ้นหลังจากเกิดเหตุเพลิงไหม้ในสมัยรัชกาลที่ 3 ส่วนพระประธานในพระอุโบสถเป็นพระพุทธรูปหล่อเนื้อทองสำริด ปางสมาธิ หน้าตักกว้าง 4 ศอก ก้นด้วยฉัตร 9 ชั้น อันเป็นพระเศวตฉัตรที่เคยใช้กับพระเมรุพระบรมศพรัชกาลที่ 1 (วัดระฆังโฆสิตาราม, 2556) เดิมพระประธานไม่มีชื่อ แต่เมื่อสมัยรัชกาลที่ 5 พระองค์เสด็จมายังวัดแห่งนี้และมีกระแสพระราชดำรัสว่า “... วัดระฆังพอเข้าประตูโบสถ์ พระประธานอัมรินทร์ฟ้าทุกที ...” (น. ณ ปากน้ำ, 2553: 188) จนเป็นที่มาของชื่อพระประธานอัมรินทร์ฟ้าที่นิยมเรียกกันในปัจจุบัน

2. รูปเคารพสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) ประดิษฐานอยู่ในวิหารด้านหน้าพระอุโบสถ ซึ่งภายในมีรูปเคารพของพระสงฆ์ผู้เป็นพระราชาคณะของวัดนี้ 3 องค์ ได้แก่ สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) สมเด็จพระพุฒาจารย์ (ม.จ.ทัต เสนีย์วงศ์) และสมเด็จพระพุทโฆษาจารย์ (ม.ร.ว. เจริญ อิศรางกูร) โดยวิธีการสักการะนิยมถวายดอกไม้ รูป เทียน และหมากพลู พร้อมทั้งสวดคาถาชินบัญชรซึ่งเป็นบทสวดที่สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) ได้รวบรวมและดัดแปลงให้มีความสมบูรณ์

3. หอพระไตรปิฎก (ตำหนักจันทน์) เดิมเป็นตำหนักและหอประทับของรัชกาลที่ 1 เมื่อครั้งรับราชการในสมัยธนบุรี ต่อมาเมื่อขึ้นครองราชย์แล้วก็ทรงโปรดเกล้าฯ ให้รื้อมาสร้างเป็นหอพระไตรปิฎกกลางสระน้ำในวัดระฆังโฆสิตาราม ลักษณะของหอไตรเป็นเรือนไม้แฝด 3 หลัง ไม้กระดานสีดินแดง หลังคามุงกระเบื้อง ส่วนกลางเป็นห้องโถง บานประตูมีทั้งแกะสลักและเขียนลายรดน้ำ ฝาผนังภายในเขียนลายรดน้ำเช่นกัน ยกเว้นหอกกลางเขียนภาพจิตรกรรมเรื่องรามเกียรติ์ บริเวณรอบหอไตรโปรดเกล้าฯ ให้ปลูกต้นจันทน์ 18 ต้น เป็นที่มาของชื่อเรียกว่าตำหนักต้นจันทน์

**2.1.6 วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร** ตั้งอยู่บนถนนบำรุงเมือง แขวงเสาชิงช้า เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรมหาวิหาร และถือเป็นวัดประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล (รัชกาลที่ 8)

พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช โปรดให้สถาปนาขึ้นตามพระราชประสงค์จะสร้างวัดสำคัญกลางกรุงให้ใหญ่โตเช่นเดียวกับวัดมงคลพิตรที่กรุงศรีอยุธยา อีกทั้งยังสร้างเทวสถานโบสถ์พราหมณ์และเสาชิงช้าในบริเวณใกล้เคียงกันคล้ายกับกรุงสุโขทัยที่มีวัดมหาธาตุเป็นวัดสำคัญกลางเมืองและใกล้กันนั้นก็มีศิลาชัยตามความเชื่อในศาสนาพราหมณ์ (กัลยาณี วสุวานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุวานิช, 2551: 94) ในเบื้องต้นโปรดให้สร้างพระวิหารเพื่อประดิษฐานพระศรีศากยมุนี พระพุทธรูปหล่อสำริด ศิลปะสุโขทัย ซึ่งอัญเชิญล่องน้ำลงมาจากสุโขทัย ชาวบ้านจึงนิยมเรียกว่า ‘วัดพระโต’ หรือ ‘วัดพระใหญ่’ บางส่วนเรียกว่า ‘วัดเสาชิงช้า’ เนื่องจากตั้งอยู่ติดกับเสาชิงช้า การก่อสร้างแล้วเสร็จแต่เพียงการประดิษฐานองค์พระพุทธรูปบนฐานชุกชีและก่อฐานพระวิหารหลวงยกสูงคล้ายกับพระวิหารวัดพนัญเชิง แห่งกรุงศรีอยุธยา (สมัย สุทธิธรรม, 2553: 47) รัชกาลที่ 1 เสด็จสวรรคตก่อน

รัชกาลถัดมาจึงโปรดให้สร้างพระวิหารหลวงครอบพระศรีศากยมุนี พระองค์มีพระราชศรัทธาแรงกล้าจึงจำหลักบานประตูพระวิหารไม้ด้วยด้วยพระองค์เอง แต่ยังไม่ทันสำเร็จก็สิ้นรัชกาล วัดแห่งนี้สร้างเสร็จสมบูรณ์ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พระอุโบสถและสิ่งก่อสร้างอื่นๆ จึงมีลักษณะศิลปะพระราชานิยมในรัชกาลที่ 3 (น. ณ ปากน้ำ, 2550: 221) พร้อมกันนั้นได้จัดงานฉลองสมโภชพระอาราม พระราชทานนามว่า ‘วัดสุทัศนเทพวราราม’

ต่อมาในสมัยพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงต่อเติมวัดให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นและแก้สร้อยนามวัดเป็น ‘วัดสุทัศนเทพวราราม’ มีความหมายถึงสุทัศนนครที่ประทับของพระอินทร์บนยอดเขาพระสุเมรุ ดังนั้นจึงเปรียบกับวัดแห่งนี้ว่าเป็นดั่งศูนย์กลางของจักรวาลนั่นเอง

วัดสุทัศนเทพวรารามวางแผนผังแบบจักรวาลตามคติไตรภูมิในพระพุทธศาสนา กล่าวคือพระวิหารหลวงเป็นสัญลักษณ์ของเขาพระสุเมรุ หน้าบันจึงสลักไม้รูปพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ ศาลาทิศทั้งสี่มุมของพระวิหาร คือ วิมานเทพสี่ทิศรอบเขาพระสุเมรุ ละ เป็นเจดีย์แบบจีนเปรียบเป็นวิมานลอย ทั้งหมดนี้ล้อมรอบด้วยพระระเบียงคดซึ่งเป็นสัญลักษณ์แทนเขาสัตตบริภัณฑ์ 7 ลูกรอบเขาพระสุเมรุ ทางทิศใต้ของเขตนี้ได้สร้างพระอุโบสถเพื่อเป็นตัวแทนของชมพูทวีป (กัลยาณี วสุวานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุวานิช, 2551: 98-99)

นอกจากนั้น วัดแห่งนี้ยังมีลักษณะแตกต่างจากวัดแห่งอื่น เนื่องจากไม่มีเจดีย์เป็นประธานของวัด แต่มีสัตตมหาสถานหรือต้นไม้อายุในพระพุทธศาสนา 7 ต้นเป็นอุเทสิกเจดีย์ (สิ่งที่สร้างขึ้นเป็นตัวแทนระลึกถึงพระพุทธเจ้า) แทนการสร้างเจดีย์แบบวัดอื่นๆ

วัดสุทัศนเทพวราราม เป็นวัดที่รัชกาลที่ 1 ตั้งพระทัยให้เป็นวัดสำคัญกลางพระนครจึงมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญหลายประการ ได้แก่

1. พระวิหาร พระวิหารศรีศากยมุนีมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมคล้ายกับวิหารวัดมงคลพิตร พระนครศรีอยุธยา รัชกาลที่ 2 โปรดเกล้าให้สร้างครอบพระศรีศากยมุนีที่รัชกาล

ที่ 1 ทรงอัญเชิญมาประดิษฐานไว้ ณ ตำแหน่งวัดในปัจจุบัน ภายในพระวิหารมีภาพจิตรกรรมฝาผนังเขียนขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 2 เป็นภาพเล่าเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณีโบราณ ไตรภูมิภค อติต พระพุทธเจ้า และชาติกตอนต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมีบานประตูไม้แกะสลักลวดลายอ่อนช้อย มีข้อสันนิษฐานว่าเป็นฝีมือพระหัตถ์ของรัชกาลที่ 2 หรือพระองค์อาจเป็นแม่กองควบคุมการแกะสลักและทรงงานเองบางส่วน (น. ณ ปากน้ำ, 2550: 223-224) เมื่อปี พ.ศ. 2502 เกิดเหตุเพลิงไหม้ทำให้บานประตูด้านหน้าเสียหายไป 1 บาน กรมศิลปากรจึงถอดบานประตูทั้งหมดไปเก็บรักษาที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร และจำลองบานใหม่มาประดับแทน ด้านหลังพระประธานยังมีภาพสลักหินทรายนูนต่ำปิดทอง ศิลปะทวารวดี เรื่องยมกปฎิหาริย์และพระพุทธเจ้าแสดงธรรมโปรดเหล่าเทวดา (สำนักงานเขตพระนคร, 2530: 126)

2. พระศรีศากยมุนี พระประธานในพระวิหาร รัชกาลที่ 1 ทรงอัญเชิญมาจากวัดมหาธาตุ กลางกรุงสุโขทัยที่ถูกทิ้งร้าง พระศรีศากยมุนีเป็นพระพุทธรูปหล่อปิดทอง หน้าตักกว้าง 4 วา 3 คอก สูง 4 วา พุทธลักษณะงดงามปางขัดสมาธิราบ พระหัตถ์ขวายกขึ้นแบบปางมารวิชัย พระหัตถ์ซ้ายวางหงายขึ้นบนพระเพลา พระรัศมีเปลวสูง พระเศวตชฎมอดก้นหอยเล็ก พระพักตร์รูปไข่ พระขนงโค้งแยกออกกันด้วยพระอุณาโลม พระนาสิกงุ้ม พระโอษฐ์ยิ้มสรवलเล็กน้อย ประดิษฐานบนฐานชุกชีลายแข่งสิงห์ปิดทองประดับกระจกสี (กัลยาณี วสุวานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุวานิช, 2551: 106-107)

3. พระอุโบสถ ตั้งอยู่นอกพระระเบียงคตด้านหลังพระวิหารในลักษณะขวาง (น. ณ ปากน้ำ, 2550: 227) เป็นพระอุโบสถที่มีความยาวมากที่สุดในประเทศไทย สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 ภายในประดิษฐานพระประธาน พระพุทธตรีโลกเชษฐ์ พระพุทธรูปหล่อปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 10 คอก 8 นิ้ว ด้านหน้าพระประธานมีรูปปั้นพระอสีติมหาสาวก 80 องค์ นั่งในท่าทางประนมมือฟังพุทธโอวาท สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 (กัลยาณี วสุวานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุวานิช, 2551: 102-103)

4. สัตตมหาสถาน คือ สถานที่ 7 แห่งที่พระพุทธเจ้าทรงประทับเสวยวิมุตติสุข (ความสุขที่หลุดพ้นจากกิเลส) หลังจากตรัสรู้แห่งละ 1 สัปดาห์ รวม 7 สัปดาห์ ประกอบด้วย (1) พระรัตนบัลลังก์และต้นโพธิ์ แทนสถานที่ตรัสรู้ของพระพุทธเจ้า (2) พระอนิมิสเจดีย์ หินสลักรูปปราสาทแบบจีน แทนสถานที่พระพุทธเจ้าเสด็จไปประทับและทอดพระเนตรกลับมายังพระรัตนบัลลังก์ (3) พระรัตนจกรมเจดีย์ แผ่นหินรูปทรงสี่เหลี่ยม แทนสถานที่ที่พระพุทธเจ้าทรงเนรมิตขึ้นสำหรับเสด็จจรกรม (4) พระรัตนขจรเจดีย์ ศาลาเงินสลักจากหิน แทนเรือนแก้วที่พระพุทธเจ้าประทับพิจารณาธรรม (5) พระอชปาลนิโครธ ต้นไทรประดิษฐานพระพุทธรูปปางมารวิชัยและพญามาร แทนเหตุการณ์ที่พญานาคมาขอให้พระองค์ปรินิพพาน (6) พระมัจฉลินทพุกฤษ์ ต้นจิก ประดิษฐานพระปางนาคปรก แทนเหตุการณ์ที่พญานาคมัจฉลินท์แผ่พังพานคลุมพระวรกายจากฝน (7) พระราชยदनพ

ฤกษ์ ต้นเกิด ประดิษฐานพระพุทธรูปถือลูกสมอไว้ในพระหัตถ์ แทนเหตุการณ์ที่พระพุทธเจ้าเสวยวิมุตติสุขในสัปดาหส์สุดท้าย โดยรัชกาลที่ 3 ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเพื่อเป็นอุเทสิกเจดีย์ ซึ่งเป็นเจดีย์ประเภทหนึ่งในศาสนาพุทธ วัดสุทัศน์ไม่มีเจดีย์เหมือนกับวัดอื่น ๆ ในวันวิสาขบูชาจึงจัดให้เวียนเทียนรอบสถิตมหาสถาน จนกระทั่งมีการตัดถนนอนุสาวรีย์ข้างสถิตมหาสถานจึงให้ย้ายไปเวียนเทียนรอบพระวิหารหลวงแทน (สมัย สุทธิธรรม, 2553: 53-55)

**2.1.7 วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร** ตั้งอยู่เหนือคลองโรงไหม ริมถนนจักรพงษ์ แขวงบางลำพู เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดราชวรมหาวิหาร

วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหารสร้างก่อนการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ แต่เดิมอยู่กลางทุ่งนาจึงเรียกว่า ‘วัดกลางนา’ สมเด็จพระบวรราชเจ้า กรมพระราชวังบวรมหาสุรสิงหนาท (บุญมา) พระอนุชาในรัชกาลที่ 1 ทรงทำนุบำรุงวัดนี้ขึ้นมาใหม่ โดยความร่วมมือจากชาวมอญที่ตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณรอบวัด รัชกาลที่ 1 จึงโปรดเกล้าฯ ให้เป็นวัดพระสงฆ์ฝ่ายรามัญ (มอญ) เพื่อเป็นการให้เกียรติแก่ทหารรามัญในกองทัพของสมเด็จพระราชวังบวรฯ ที่ช่วยทำศึกกับพม่าจนได้ชัยชนะมาหลายครั้ง อีกทั้งได้พระราชทานนามวัดใหม่ว่า ‘วัดตองปุ’ ตามชื่อของวัดมอญเมื่อครั้งกรุงศรีอยุธยา และก่อสร้างถาวรวัตถุต่างๆ จนเสร็จสมบูรณ์ ถวายเป็นพระอารามหลวงในเวลาต่อมา (สมัย สุทธิธรรม, 2553: 99-100)

เมื่อเกิดสงครามกับพม่าติดกันถึง 3 ครั้ง หลังสำเร็จศึกสงครามกลับมาจึงพระราชทานนามวัดแห่งนี้ใหม่ว่า ‘วัดชนะสงคราม’ จวบจนปัจจุบัน เนื่องจากวัดแห่งนี้ได้รับการบูรณะโดยสมเด็จพระราชวังบวรฯ ตั้งแต่แรกเริ่ม สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ ในรัชกาลที่ 5 จึงทรงอัญเชิญพระอัฐิของเจ้านายฝ่ายพระราชวังบวรสถานมงคลทั้งหมดมาประดิษฐานไว้บริเวณเฉลียงด้านหลังพระประธานในพระอุโบสถ

ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญในวัดชนะสงครามมีไม่มากนัก เนื่องจากเป็นวัดขนาดเล็ก ภายในเขตพุทธาวาสมีเพียงพระอุโบสถเป็นประธานหลัก

1. พระอุโบสถ แต่เดิมพระอุโบสถมีขนาดเล็ก สมเด็จพระราชวังบวรฯ ได้บูรณะวัดแห่งนี้จึงได้ขยายให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ลักษณะของพระอุโบสถทรงโรง ผนังก่ออิฐถือปูน หลังคาเป็นเครื่องไม้แกะสลักพระนารายณ์ทรงครุฑ มีกำแพงแก้วเชื่อมต่อระหว่างพระเจดีย์ 4 ทิศและศาลาราย มีซุ้มประตูศิลปะตะวันตก 4 ด้าน แต่ปัจจุบันคงเหลือเพียง 2 ด้าน (วัดชนะสงคราม, 2556)

2. พระพุทธรูปสี่ทิศรีโลกเชษฐ มเหทธิศักดิ์ปุชนิยะ ชยันตะโคดม บรมศาสดาอนาวรญาณ หรือ หลวงพ่อปู่ พระประธานปางมารวิชัยประจำพระอุโบสถ เป็นพระพุทธรูปปูนปั้นกรุด้วยดีบุกปิดทองทั้งองค์ กล่าวกันว่าแต่เดิมพระพุทธรูปองค์นี้มีขนาดเล็กกว่าในปัจจุบัน แต่เมื่อสมเด็จพระราชวังบวรฯ เสด็จกลับจากการศึกทรงถอดฉลองพระองค์ลงยืนต์มาคลุมพระพุทธรูปไว้

ผู้ติดตามคนอื่น ๆ ก็ได้กระทำตาม จนองค์พระมีขนาดใหญ่ขึ้นและพอกปูนทับ ด้านหลังมีประภามณฑล กางฉัตร 7 ชั้นอันเป็นสัญลักษณ์สื่อถึงสมเด็จพระราชวังบวรฯ

3. พระบวรราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระบวรราชเจ้า กรมพระราชวังบวรมหาสุรสิงหนาท (บุญมา) เป็นรูปเคารพสมเด็จพระราชวังบวรฯ ในท่าประทับนั่ง ถือตาไว้บนตักเหนือพระเศียรกางฉัตร 7 ชั้น ประดิษฐานอยู่หน้าพระอุโบสถ

**2.1.8 วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร** อยู่ริมคลองมหานาคและคลองรอบกรุง ใกล้สะพานผ่านฟ้าลีลาศ ถนนจักรพรรดิพงษ์ แขวงบ้านบาตร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดราชวรมหาวิหาร

วัดสระเกศราชวรมหาวิหารเป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยอยุธยาชาวบ้านเรียกว่า วัดสระแก (สะแก) เมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชเสด็จขึ้นครองราชสมบัติแล้วจึงทรงโปรดเกล้าฯ ให้บูรณะขึ้นใหม่และขุดคลองรอบพระอาราม พระราชทานนามใหม่ว่า ‘วัดสระเกศ’ ซึ่งแปลว่า ชำระพระเกศา ที่มาของชื่อวัดมีข้อสันนิษฐานว่าเมื่อครั้งรัชกาลที่ 1 ยังดำรงตำแหน่งเป็นเจ้าพระยามหากษัตริย์ศึก ได้เสด็จไปทำสงครามที่กรุงกัมพูชาแต่กลับเกิดจลาจลในกรุงธนบุรีจึงยกทัพกลับมา ก่อนจะเข้าสู่กรุงธนบุรีนั้นก็ได้ประกอบพิธีมุรธาภิเศก (อาบน้ำ) ก่อนเข้าสู่ประตูเมืองและปราบความวุ่นวายได้สำเร็จ หลังจากขึ้นครองราชย์แล้วได้โปรดเกล้าฯ ให้บูรณปฏิสังขรณ์ทั้งอาราม รวมถึงขุดคลองรอบวัดด้วยพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ จึงเป็นที่มาของชื่อวัด (สมัย สุทธิธรรม, 2553: 109-110) ส่วนสมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพได้ทรงมีพระดำรัสว่า รัชกาลที่ 1 ทรงประทับทำพิธีกระยาसनที่วัดแห่งนี้ เมื่อยกฐานะเป็นพระอารามหลวงแล้วก็โปรดฯ ให้ถมสระที่พระองค์เคยสรงน้ำแล้วสร้างศาลาการเปรียญขึ้นแทนที่ (วรรณิกา ณ สงขลา, 2535: 8)

วัดสระเกศมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญหลายประการ โดยเฉพาะบรมบรรพตซึ่งบริเวณโดยรอบมีสิ่งที่น่าสนใจหลายประการ

1. บรมบรรพต (ภูเขาทอง) บรมบรรพตหรือภูเขาทอง เริ่มสร้างในสมัยรัชกาลที่ 3 ในครั้งแรกนั้นมีพระราชประสงค์ให้สร้างพระปรารักษ์ขนาดใหญ่ฐานย่อมุมไม้สิบสองให้เหมือนกับวัดภูเขาทองของกรุงศรีอยุธยา (สมัย สุทธิธรรม, 2553: 111-112) แต่ประสบปัญหาดินอ่อนตัวทำให้พระเจดีย์ทรุดลงมา รัชกาลที่ 4 ทรงสานต่อพระราชปณิธานแต่เปลี่ยนรูปแบบเป็นฐานภูเขามิบันไดเวียนขึ้น 2 ทาง ส่วนด้านบนสร้างพระเจดีย์ไว้บนยอด และเปลี่ยนชื่อเป็นบรมบรรพต ตามชื่อของบรมบรรพตที่สร้างขึ้นในงานท้องสนามหลวง ภูเขาทองสร้างสำเร็จในสมัยรัชกาลที่ 5 มีความสูงถึง 100 เมตร พร้อมกับอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุจากประเทศอินเดียมาประดิษฐานในซุ้มพระเจดีย์บนยอดบรมบรรพต ในปี พ.ศ. 2509 รัชกาลที่ 9 เสด็จพระราชดำเนินมาประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุอีกครั้งหนึ่งทำให้ภูเขาทองเป็นที่สักการะของประชาชนจนถึงปัจจุบัน (วรรณิกา ณ สงขลา, 2535: 9)

บริเวณทางขึ้นและลงภูเขาทองยังมีพระพุทธรูปสำคัญประดิษฐานอยู่ด้วย ได้แก่หลวงพ่อดำ พระพุทธรูปปูนปั้นปิดทองหน้าตักกว้าง 4 ศอก เก่าแก่คู่ภูเขาทองมาตั้งแต่แรกสร้าง กล่าวกันว่าที่ต้องประดิษฐานไว้บริเวณเชิงเขาก็เพื่อให้ผู้ที่ไม่สามารถขึ้นไปด้านบนได้มีโอกาสสักการะ และหลวงพ่อดำพระพุทธรูปหล่อโลหะปิดทองสูงถึง 10 ศอก ตั้งอยู่เชิงภูเขาทองด้านตรงข้ามกับหลวงพ่อดำ

2. พระอุโบสถ สร้างในสมัยรัชกาลที่ 1 มีพระระเบียงล้อมรอบ หน้าบันเป็นไม้แกะสลักนารายณ์ทรงครุฑ ภาพจิตรกรรมฝาผนังวาดในสมัยรัชกาลที่ 3 และเขียนขึ้นใหม่ในสมัยรัชกาลที่ 7 ประกอบด้วยภาพทศชาติชาดก ผนังด้านหลังพระประธานเป็นภาพไตรภูมิ ผนังฝั่งตรงข้ามพระประธานเป็นภาพมารผจญ พระประธานในพระอุโบสถเป็นพระปางสมาธิ รัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าให้พอกปูนทับพระประธานองค์เดิม พุทธลักษณะใกล้เคียงกับพระพุทธรูปสมัยอยุธยาตอนปลาย เนื่องจากพระพักตร์เหลี่ยม ขมวดพระเกศาเล็ก พระโอษฐ์กว้าง และชายสังฆาฏิคล้ายกับพระพุทธรูปสมัยพระเจ้าปราสาททอง (สุริยา รัตนกุลและคณะ, 2550)

3. พระวิหารพระอัญญาธรรส ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของบรมบรรพต ลักษณะสถาปัตยกรรมมีความสูงใหญ่เนื่องจากด้านในประดิษฐานพระอัญญาธรรส ศรีสุคตทศพลญาณบพิตร พระพุทธรูปหล่อประทับยืนสูง 5 วา 1 ศอก 10 นิ้ว อัญเชิญมาจากวัดวิหารทอง พิษณุโลก ด้านหลังพระประธานประดิษฐานหลวงพ่อดุสิตซึ่งรัชกาลที่ 5 อัญเชิญมาจากวัดดุสิต

**2.1.9 วัดบวรนิเวศวิหารราชวรวิหาร** ตั้งอยู่บนถนนพระสุเมรุ แขวงบวรนิเวศ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรวิหาร และถือเป็นวัดประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) วัดแห่งนี้เป็นวัดฝ่ายธรรมยุติ ซึ่งเป็นนิกายที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงแยกออกมาจากคณะสงฆ์มหานิกาย

วัดบวรนิเวศวิหาร เกิดจากการรวมวัด 2 แห่งเข้าด้วยกัน แต่เดิมสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอเจ้าฟ้ากรมขุนอิศราณูรักษ์ทรงสร้างวัดรังษีสุทธาวาสขึ้นในบริเวณนี้ ต่อมาสมเด็จพระบวรราชเจ้า มหาศักดิ์พลเสพ กรมพระราชวังบวรสถานมงคล (วังหน้า) ในรัชกาลที่ 3 ทรงสร้างพระเมรุเพื่อฌาปนกิจศพเจ้าจอมมารดาน้อยพระชนนีของพระองค์เจ้าดาราวดี พระชายาของพระองค์ เมื่อแล้วเสร็จจึงสถาปนาวัดขึ้นแทนที่พระเมรุนั้น ได้ชื่อว่า ‘วัดใหม่’ (วัดวังหน้า, วัดบวร) ซึ่งอยู่ใกล้เคียงกับวัดรังษีสุทธาวาสเดิม (กัลยาณี วสุนานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภักดิ์ วสุนานิช, 2551: 70-73, สมัยสุทธิธรรม, 2553: 85-86) จนกระทั่งสมัยรัชกาลที่ 6 วัดรังษีสุทธาวาสมีสภาพทรุดโทรมมากจึงโปรดเกล้าฯ ให้ผนวกรวมเข้ากับวัดบวรนิเวศ (วัดใหม่, วัดวังหน้า หรือวัดบวรในอดีต) กลายเป็นคณะรังษีซึ่งในบริเวณคณะนี้ยังมีอุโบสถและวิหารตั้งอยู่จนถึงปัจจุบัน (สำนักงานเขตพระนคร, 2530: 112)

พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้เลื่อนสมณศักดิ์ สมเด็จพระอนุชาธิราช พระภิกษุเจ้าฟ้ามงกุฎสมมติเทววงศ์ (รัชกาลที่ 4 ในเวลาต่อมา) ซึ่งผนวชจำพรรษาอยู่ ณ วัดสมอราย (วัดราชาธิวาส) ขึ้นเสมอเจ้าคณะรอง และเชิญเสด็จมาครองวัดนี้ในปี พ.ศ. 2379 (สำนักงานเขตพระนคร, 2530: 112-113) ถึงแม้ว่าเจ้าฟ้ามงกุฎครองสมณะเพศ แต่ก็อยู่ในฐานะเทียบเท่ากรมพระราชวังบวรสถานมงคล (วังหน้า) ด้วย วัดที่ประทับจึงได้รับพระราชทานนามว่า ‘วัดบวรนิเวศ’ ซึ่งมาจากคำว่า ‘บวรสถาน’ หรือวังหน้าตามการยกย่องของรัชกาลที่ 3 (กัลยาณี วสุนานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุนานิช, 2551: 73)

ขณะที่ทรงผนวชอยู่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงปรับปรุงวางหลักเกณฑ์การปฏิบัติของพระสงฆ์ให้เคร่งครัดในพระธรรมวินัยมากขึ้นกว่าพระสงฆ์ทั่วไป เรียกคณะสงฆ์นี้ว่า คณะธรรมยุติกนิกาย ให้แตกต่างจากพระสงฆ์เดิมที่เรียกว่า มหานิกาย เมื่อรัชกาลที่ 4 ขึ้นครองราชย์ก็ทรงให้ก่อสร้างสิ่งต่าง ๆ ในวัดเพิ่มเติม

วัดบวรนิเวศยังมีความสำคัญในวโรกาสที่พระมหากษัตริย์ทรงผนวช จะเสด็จมาสถิตอยู่ ณ วัดแห่งนี้ ได้แก่ รัชกาลที่ 5 รัชกาลที่ 6 รัชกาลที่ 7 รัชกาลที่ 9 รวมถึงสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร นอกจากนั้นยังเป็นสถานที่บรรจุพระราชสรีรังคารของรัชกาลที่ 6 ณ พระพุทธอาสน์ของพระพุทธชินสีห์ในพระอุโบสถ จึงเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 6 ด้วย (กัลยาณี วสุนานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุนานิช, 2551: 74)

ภายในวัดบวรนิเวศมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญหลายส่วน ทั้งในเขตสังฆาวาสและเขตพุทธาวาส

1. พระอุโบสถ พระพุทธชินสีห์และพระสุวรรณเขต การสร้างพระวิหารและพระอุโบสถของวัดบวรนิเวศมีลักษณะต่างจากวัดแห่งอื่น เนื่องจากบริเวณที่ตั้งนี้เดิมเคยเป็นพระเมรุมาก่อน อาคารที่สร้างขึ้นจึงเป็นอาคารจัตุรมุข มุขหน้าเป็นพระอุโบสถ ปีกซ้ายขวาเป็นพระวิหาร ส่วนมุขทางทิศใต้ไม่ปรากฏแล้วในปัจจุบัน (กัลยาณี วสุนานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุนานิช, 2551: 75-76)

พระอุโบสถผสมผสานระหว่างศิลปะจีนที่นิยมในสมัยรัชกาลที่ 3 กับอิทธิพลตะวันตกที่เข้ามาในช่วงรัชกาลที่ 4 โดยตัวพระอุโบสถก่ออิฐถือปูนประดับด้วยหินอ่อน หลังคา มุงกระเบื้องลูกฟูกแบบจีน (สมัย สุทธิธรรม, 2553: 89) ฝาผนังมีภาพจิตรกรรมฝีมือชาวอินโดนีซ ภาพที่เกี่ยวข้องกับชาวอเมริกัน ทั้งทิวทัศน์ชายทะเล บ้านเมือง และชีวิตความเป็นอยู่ ส่วนผนังด้านล่างเป็นภาพวิถีชีวิตของคนไทยและประเพณีโบราณในอดีต (น. ณ ปากน้ำ, 2550: 196-201)

พระอุโบสถเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปสำคัญ อาทิ 1 พระสุวรรณเขต (พระโต, หลวงพ่อเพชร) พระพุทธรูปปางมารวิชัย เนื้อโลหะปิดทอง กรมพระราชวังบวรศักดิ์พลเสพ อัญเชิญมาจากวัดสระตะพาน จังหวัดเพชรบุรี เป็นพระประธานองค์ใหญ่ตั้งอยู่ด้านในสุด 2 พระพุทธ

ชินสีห์ ประดิษฐานอยู่ด้านหน้าพระสุวรรณเขต กรมพระราชวังบวรฯ อัญเชิญมาจากวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ พิชณุโลก ได้ฐานชุกชีของพระพุทธรูปชินสีห์เป็นที่ประดิษฐานพระบรมราชสรีรังคารของรัชกาลที่ 6 วัดนี้จึงเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 6 ด้วย นอกจากนี้ยังมีพระนิรันตราย พระพุทธรูปที่รัชกาลที่ 4 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นทั้งสิ้น 18 องค์ (สมัย สุทธิธรรม, 2553: 90) เพื่อแจกจ่ายไปยังวัดต่าง ๆ และยังเป็นพระพุทธรูปสัญลักษณ์ประจำธรรมเนียมปฏิบัติ (สำนักงานเขตพระนคร, 2530: 114)

2. พระวิหารพระศาสดา ตั้งอยู่ด้านหลังพระอุโบสถ มีพระศรีศาสดา พระพุทธรูปสำคัญที่อัญเชิญมาจากพิชณุโลกในคราวเดียวกับพระพุทธรูปชินสีห์ นอกจากนี้ยังประดิษฐานพระไสยา ซึ่งอัญเชิญมาจากวัดพระพายหลวง สุโขทัย ภายในฐานบรรจุพระอัฐิสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระวชิรญาณวโรรส และยังมีภาพจิตรกรรมฝาผนังเรื่องวัตรปฏิบัติของพระสงฆ์ การอุทิศ และเรื่องราวศาสนาอื่น ๆ (สมัย สุทธิธรรม, 2553: 91)

3. พระเจดีย์ พระเจดีย์ทรงระฆังคว่ำ (ทรงลังกา) ประดับกระเบื้องโมเสกสีทอง ตั้งบนฐานทักษิณ 2 ชั้น มีลานประทักษิณด้านบน ภายในองค์เจดีย์มีช่องคูหาประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ ส่วนบริเวณซุ้มเจดีย์ขนาดเล็กประดิษฐานพระพุทธรูป ‘พระไพรีพินาศ’ สลักจากหินศิลปะศรีวิชัย (ม.ย.ร. มะลิ, 2550: 68)

4. พระตำหนักปั้นหย่า ตัวพระตำหนักเดิมเป็นที่ประทับของสมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินี ตั้งอยู่ในสวนขวาของพระบรมมหาราชวัง ต่อมารัชกาลที่ 3 โปรดเกล้าฯ ให้รื้อและนำมาสร้างถวายพระภิกษุเจ้าฟ้ามงกุฎครั้งเสด็จมาครองวัดบวรนิเวศ พระตำหนักเป็นตึกฝรั่งสูง 3 ชั้น ประกอบด้วยห้องบรรทมและห้องทรงพระอักษร ในเวลาต่อมาเมื่อเจ้านายชั้นเจ้าฟ้าทรงผนวชก็จะเสด็จมาประทับที่พระตำหนักปั้นหย่าแห่งนี้

5. พระตำหนักเพชร (พระตำหนักเพชร) รัชกาลที่ 5 ทรงสร้างถวายสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระวชิรญาณวโรรส ปัจจุบันกลายเป็นที่ประชุมมหาเถรสมาคม และสถานที่ประดิษฐานพระสมเด็จพระสังฆราชและศพของสมเด็จพระราชาคณะ (กัลยาณี วสุวานิช, จริมาทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุวานิช, 2551: 80-81)

## 2.2 การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม

กิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเกิดขึ้นและดำรงอยู่ได้บนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมเชิงจิตวิญญาณ ทั้งตัววัด ทรัพยากรภายในวัด พิธีกรรม ตลอดจนความเชื่อทางศาสนาเรื่องการทำบุญ และความเชื่อของคนไทยที่เกี่ยวข้องกับเลข 9

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ บริษัทน้ำทิพย์ ตลอดจนคณะสงฆ์ในวัด ล้วนแล้วแต่มีบทบาทในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับกิจกรรมที่เกิดขึ้น ซึ่งพระอารามหลวงและ

หน่วยงานต่าง ๆ ก็มีศักยภาพและวิธีการจัดการแตกต่างกันออกไป จึงมีทั้งการจัดการที่ประสบความสำเร็จได้รับการตอบรับจากทุกภาคส่วน และในบางกรณีที่ยังคงไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

ผู้ศึกษาได้จำแนกการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรที่จับต้องได้ และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ รวมถึงการจัดการพื้นที่ของพระอารามหลวงด้วย

### 2.2.1 ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้

เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ วัดในพื้นที่ศึกษาทั้ง 9 แห่ง เป็นวัดที่มีความสำคัญในฐานะพระอารามหลวง ได้รับการอุปถัมภ์จากสถาบันพระมหากษัตริย์มาตลอดสมัยรัตนโกสินทร์ ดังนั้นจึงมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทจับต้องได้ที่มีคุณค่า มีความน่าสนใจหลายประการ ถูกนำมาใช้ในการท่องเที่ยวและเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดด้วย

**สถาปัตยกรรม** ทรัพยากรวัฒนธรรมประเภทอาคาร สิ่งก่อสร้างในวัดนับว่าเป็นองค์ประกอบหลักของศาสนสถาน แบ่งออกเป็นเขตต่าง ๆ ได้แก่ 1. เขตพุทธาวาส ใช้สำหรับพระสงฆ์ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาในหมู่สงฆ์ (สังฆกรรม) หรือประกอบพิธีกรรมร่วมกับฆราวาส ประกอบด้วย อุโบสถ วิหาร เจดีย์/พระปรางค์ หอระฆัง และสิ่งก่อสร้างพิเศษอื่น ๆ 2. เขตสังฆาวาส เป็นเขตที่อยู่อาศัยของพระสงฆ์ ประกอบด้วยอาคารสิ่งก่อสร้างที่จำเป็นสำหรับการอยู่อาศัย กุฏิ หอฉัน หอไตร ศาลาการเปรียญ กัปปิยกุฏิ เว็จกุฏิ ฯลฯ 3. เขตธรณีสงฆ์ เป็นพื้นที่ของวัดที่อยู่นอกเหนือเขตพุทธาวาสและสังฆาวาส มักใช้ในเชิงสาธารณประโยชน์ เช่น เป็นที่ตั้งเมรุฌาปนกิจ โรงเรียนลานอเนกประสงค์ สำหรับวัดบางแห่งอาจแบ่งพื้นที่นี้ให้ประชาชนเข้ามาเช่าเพื่ออยู่อาศัยหรือประกอบอาชีพ

การเข้ามาสักการะภายในพระอารามหลวงของประชาชนทั่วไปจึงเกี่ยวข้องกับอาคารสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ในวัดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งการเข้ามาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่ภายในสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ การเข้ามาประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ตลอดจนเข้ามาเที่ยวชมความงามและพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งวัดแต่ละแห่งจำเป็นต้องมีการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ประเภทอาคารสิ่งก่อสร้างอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อไม่ให้กระทบต่อวัตรปฏิบัติของสงฆ์

โดยปกติวัดต่าง ๆ จะมีเวลาและกฎระเบียบในการเปิดปิดอาคารแต่ละแห่งแตกต่างกันไป เนื่องจากอาคารบางแห่งนั้นถือเป็นสถานที่สำคัญที่คณะสงฆ์จะต้องใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งบางวัดไม่มีการเปิดให้ประชาชนสามารถเข้าไปภายในบริเวณอาคารสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ เนื่องจากมีกฎระเบียบที่เคร่งครัด ในขณะที่วัดบางแห่งก็มีทรัพยากรอื่นที่น่าสนใจ มีความโดดเด่น และได้รับความนิยมจากผู้มาเยือนมากกว่าทำให้ไม่จำเป็นต้องเปิดสวนอื่นให้เข้าชม

“... ทางวัดไม่ได้ปรับตัวอะไรมากนักเพราะวัดเราเป็นวัดท่องเที่ยวมาแต่เดิม เพราะฉะนั้นในส่วนของการที่คนมาท่องเที่ยว มันก็ไม่มีอะไรมาก ก่อนมี 9 วัดคนก็ไม่ค่อยเข้ามา ไม่รู้จัก เราก็กเลยไม่ได้เปิด ...” (พระมหาบุญรุ่ง สิริโชติ, 2557)

“... ทางวัดไม่ได้เปิดให้เข้าทั้งหมด ก็จะปิดตรงที่วาระกาลที่ 2 สร้างพระพักตร์ไว้ตรงนี้ก็ปิด เปิดเฉพาะเทศกาลวันสำคัญ ... เที่ยวได้เฉพาะพระปรารค์ แต่เดี๋ยวนี้เข้าได้หมด ...” (อภิสร อินทร์ประเสริฐ, 2557)

“... แต่เดิมคนเข้าวัดมาวัดก็ปิด วัดบวรเป็นวัดค่อนข้างปิด อย่ว่าแต่คนภายนอกเลยคนภายในวัดยังเข้าเขตพุทธาวาสลำบาก ปิดทั้งวัน 1 ปีเปิดครั้งเดียวที่เปิดโอกาสให้คนเข้าไปไหว้พระในเขตศาสนสถานทั้ง 5-6 จุด ตั้งแต่พระอุโบสถ พระเจดีย์ วิหารเก๋ง วิหารพระศาสดาแต่ก่อนปิดหมด 1 ปีเปิดในวันเข้าพรรษา ไม่ทั้งวันด้วย จะเข้าได้เฉพาะหลังเสด็จไปจนถึง 1 ทุ่ม เปิดแค่ 1-2 ชั่วโมงแค่นั้น ... เป็นวัดธรรมยุตอยู่อย่างสงบ สิ่งก่อสร้างเรียบง่ายทำให้ไม่เปิดต่อประชาชน ...” (พระครูปริตรโกศล, 2557)

“... ถ้าไปดูข้างหน้าตรงประตูวิเศษฯ จะมีป้ายใหญ่ ๆ เขียนว่าเป็นลิขสิทธิ์ของทางสำนักพระราชวังที่จะเปิดปิดสถานที่ต่าง ๆ โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้าเพราะเป็นเขตพระราชฐานที่ยังใช้งานอยู่ บางที่มีเสด็จส่วนพระองค์ก็ต้องปิด เราไม่มีกำหนดตายตัวว่าต้องเปิดปิด บางทีปิดส่วนวังให้นักท่องเที่ยวเข้าวัดอย่างเดียว จะไม่มีการแจ้งล่วงหน้ายกเว้นวันสำคัญที่มีกำหนดชัดเจนก็จะแจ้งล่วงหน้า บางครั้งอาจจะเข้าวัดได้แต่เข้าชมพระอุโบสถไม่ได้เข้าวัดได้เข้าวังไม่ได้ ....” (รณกร เจริญศรี, 2557)

บางวัดในพื้นที่ศึกษาเป็นวัดที่ให้บริการประชาชนอยู่แล้วจึงเปิดพื้นที่ให้เข้าไปใช้ประโยชน์ได้อย่างสม่ำเสมอ

“... โบสถ์วัดนี้ไม่เคยปิดเลย เปิดทุกวัน คล้าย ๆ เป็นต้นแบบ จนสมเด็จพระนางเจ้าฯ ท่านเสด็จหลายครั้ง ท่านก็เลยมีพระราชเสาวนีย์ให้วัดต่าง ๆ เปิดโบสถ์ให้คนเข้าไหว้พระ โดยมาดูที่นี่เป็นหลัก วัดส่วนใหญ่ วัดตามต่างจังหวัดจะเปิดโบสถ์เฉพาะตอนทำสังฆกรรมแล้วก็ปิดไว้ ...” (พระมหาภาณุ ภาณุโก, 2557)

“... วัดของเรามีคนมาเป็นปกติ ส่วนหนึ่งคือเรามีของดีประจำวัด คือ หลวงปู่โต และกิจกรรมที่วัดทำส่วนหนึ่งก็ตอบสนองความต้องการของคน เช่น ถวายสังฆทาน วันอาทิตย์ก็จะมีเทศน์เวลาบ่ายโมง ช่วงค่ำทุกวันพระก็มีการเทศน์ ...” (พระมหาปรีชา ปสนโน, 2557)

“... สมัยก่อนวัดจะเปิดเฉพาะวันพระให้ญาติโยมมาทำบุญ หลังจากมีโครงการเปิดพระอารามภาคกลางคืนปี 38 ให้ญาติโยมมาสวดมนต์ห้าหกโมงเย็น ก็คือเปิดวัด ... เปลี่ยนจากฟังก์ชันที่พระอุโบสถมาที่วิหาร กลายเป็นว่าวิหารเปิดตลอด โยมมากกลางวันแบบนี้ก็เข้าวิหารได้เมื่อก่อนเข้าไม่ได้ ...” (พระมหานิคม นิสโก, 2557)

เมื่อเกิดกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ทางททท. ได้ทำหนังสือขอความร่วมมือจากวัดในโครงการที่วางไว้ทั้ง 9 แห่ง ให้เปิดพื้นที่แก่ประชาชนที่ต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งวัดในฐานะเจ้าของทรัพยากรทางวัฒนธรรมจึงมีการตอบรับและสนองนโยบายดังกล่าว โดยมีการจัดการอาคารสิ่งก่อสร้างตามศักยภาพที่มี เนื่องจากเมื่อเกิดกระแสความนิยมก็ทำให้มีประชาชนจำนวนมากหลังไหลเข้าวัดอย่างไม่เคยเป็นมาก่อนจึงต้องมีวิธีการรองรับคนจำนวนมากด้วยวิธีที่แตกต่างกันไป

“... พอมีค่านิยมไหว้พระ 9 วัดทำให้เราต้องเปิด แล้วไม่ได้เปิดเฉพาะช่วงเทศกาล วันธรรมดาเราก็เปิด เปิดตั้งแต่ 7 โมงเช้าถึง 5 โมงเย็น ... 9 วัดครั้งแรกเลยไม่ติดวัดบวร วัดบวรมาเข้าปีที่ 3 เราทนกระแสชาวบ้านไม่ได้ คนทะเล็กมาแต่วัดปิดหมด ทนกระแสคนไม่ไหวเลยต้องเปิดให้ประชาชนได้ไหว้ ...” (พระครูปริตรโกศล, 2557)

“... เราก็เปิดพระอุโบสถเปิดในส่วนที่สำคัญ ๆ ให้เค้าเข้าชม เมื่อก่อนนี้เราปิดแต่ตอนนี้เปิดทุกจุดแล้ว ไม่มีส่วนใดที่ไม่ได้เปิด เพราะตั้งแต่มี 9 วัดอะไรเข้ามาเราก็เปิดเรียกว่าเป็นประโยชน์ของการไหว้พระ 9 วัด ...” (พระมหาบุญรุ่ง สิริโชติ, 2557)

อย่างไรก็ตาม บางวัดมีอุปสรรคในการจัดการทรัพยากรด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างเนื่องจากวัดมีพื้นที่จำกัด

“... วัดเราไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ อยากให้คนเข้าวัดเป็นปกติของชาวพุทธ ... ถ้าโฆษณาคนจะมาวัดเยอะ ในพระอุโบสถคนจะเยอะ วัดเรามีพื้นที่แคบรองรับได้ไม่หมด ...” (พระมหาปรีชา ปสนโน, 2557)

“... โบสถ์วัดชนะมีขนาดใหญ่ เคยจุได้พันกว่าคน แต่ในช่วงไหว้พระ 9 วัดใหม่ ๆ ในโบสถ์ตั้งแต่เข้าประตูมาคนไหลเข้ามาเลย เดินเหมือนกับคนเล่นน้ำสงกรานต์ คนเยอะมากเลย ไม่มีที่นั่ง ... คนมายัดกันแน่นเพราะวัดเรามีเฉพาะบริเวณโบสถ์ พวกวิหารลานเจดีย์ โบราณสถาน โบราณวัตถุวัดชนะไม่มี ไม่เหมือนวัดใหญ่ ๆ ที่ในเขตพุทธาวาสมีหลายอย่าง เรียกว่ามีจุดดึงดูดมากกว่า ...” (พระมหาภาณุ ภาณุโก, 2557)

บางวัดแม้ว่าจะมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทอาคารสิ่งก่อสร้างหลากหลายแต่กลับพบว่ามีการใช้ทรัพยากรไม่ทั่วถึง นักท่องเที่ยวจะกระจุกตัวอยู่เพียงบางจุดเท่านั้น

“... เห็นช่วงปีใหม่สงกรานต์เห็นว่าคนมาแน่นมาก แออัดมากตรงวิหารพระนอน ช่วงนั้นลองไปดูตรงพระนอน คนจุดธูปวันรุ่งไปหมด ตรงอื่นก็ไม่เห็นเยอะเท่าไร...” (พรนภา ศรีกาญจน์, 2557)

“... คนส่วนมากมาที่พระวิหารเยอะที่สุด คนไหว้พระ 9 วัดก็จะมาตรงนี้เป็นประจำ จุดประสงค์ของเขาคือมาไหว้พระ ... พระอุโบสถก็มีคนไป ถ้าเปิดประตูก็มีคนเดินออกไป แต่ส่วนใหญ่ก็ไม่ไปกันเพราะคนเข้าใจว่าวิหารนี้คือโบสถ์ โบสถ์จริง ๆ ที่อยู่ถัดออกไปคนก็จะไม่รู้ นึกว่าเป็นอีกวัดหนึ่ง มากกราบพระศรีศากยมุนีนึกนับว่ามาถึงวัดสุทัศน์แล้ว ส่วนสัตว์มหาสถานถ้าไม่ใช่ นักศึกษาเค้าก็ไม่สนใจ ไม่ได้มาหาข้อมูลความรู้ในส่วนนี้ ...” (พระมหานิคมน นิสโน, 2557)

**ประติมากรรม จิตรกรรม และศิลปะแขนงอื่น** นอกเหนือจากสิ่งก่อสร้างประเภทอาคารต่าง ๆ แล้ว วัดยังมีทรัพยากรประเภทพระพุทธรูป ทั้งที่เป็นพระประธาน และพระพุทธรูปที่ประดิษฐานอยู่ตามส่วนต่าง ๆ ของวัด ตลอดจนเทวรูป รูปเคารพ พระบรมสารีริกธาตุ อัฐิธาตุ แผ่นจารึก ชิ้นส่วนประดับ ภาพจิตรกรรม เป็นต้น

พระพุทธรูปเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญในการดึงดูดให้คนเข้าวัด ในบางครั้งหากกลุ่มคนที่เดินทางมาไหว้พระ 9 วัดมีเวลาจำกัดก็จะเลือกไปกราบพระพุทธรูปเป็นสิ่งแรก หรืออาจจะเป็นเพียงจุดเดียวในวัด ดังนั้นทุกวัดจึงมีการจัดการโดยตั้งจุดบริการเครื่องสักการะประเภทดอกไม้ ธูป เทียน ไว้ใกล้เคียงกับพระพุทธรูปสำคัญ ซึ่งบางวัดจัดให้มีผู้ดูแลประจำจุดสักการะทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการหยิบชุดเครื่องสักการะ อธิบายวิธีการสักการะ ตลอดจนให้บริการแลกธนบัตรใบละ 20 บาทด้วย แต่ในบางวัดไม่ได้จัดเจ้าหน้าที่ดูแลเป็นพิเศษ (ภาพที่ 12)



ภาพที่ 12 ภาพประชาชนสักการะหลวงพ่อรุ่งอรุณ วัดอรุณ

1. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม จัดจุดบริการเครื่องสักการะเพียงจุดเดียว บริเวณศาลาสิริวิวัฒนภักดีข้างวิหารพระพุทธไสยาส หากต้องการสักการะพระพุทธรูปที่จุดอื่นต้องซื้อเครื่องสักการะจากจุดนี้หรือซื้อจากภายนอกเข้ามาเอง
2. วัดชนะสงคราม จัดจุดบริการเครื่องสักการะหน้าพระอุโบสถเพื่อสักการะพระประธานและรูปเคารพสมเด็จพระนเรศวรมหาราช และบริเวณหลังพระอุโบสถซึ่งมีพระอุปัชฌาย์และรอยพระพุทธบาท โดยมีแม่ชีคอยดูแลการจัดชุดสักการะและอธิบายให้ประชาชนเข้าใจพระประธานก่อนแล้วจึงค่อยสักการะรูปเคารพของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช
3. วัดสุทัศนเทพวราราม จัดจุดบริการ 2 จุด คือ หน้าพระวิหารและพระอุโบสถ ให้ประชาชนบริการตนเองและบริจาคเงินได้ตามศรัทธา
4. วัดระฆังโฆสิตาราม จัดจุดบริการเครื่องสักการะหน้าพระอุโบสถ เพื่อสักการะพระประธานและสักการะรูปเคารพสมเด็จพระพุฒาจารย์โต พรหมรังสี มีแม่ชีและเจ้าหน้าที่วัดอำนวยความสะดวกในการหยิบเครื่องสักการะ
5. วัดอรุณราชวราราม จัดจุดบริการเครื่องสักการะหน้าพระอุโบสถและโบสถ์น้อย ในช่วงที่มีคนมากจะมีเจ้าหน้าที่ประจำจุดคอยอำนวยความสะดวก แต่ในช่วงที่ประชาชนเบาบางก็ไม่มีเจ้าหน้าที่ประจำอยู่
6. วัดกัลยาณมิตร จัดจุดบริการเครื่องสักการะหน้าพระอุโบสถเพื่อสักการะพระประธานและสักการะเทพเจ้าจีน มีเจ้าหน้าที่ดูแลและอธิบายวิธีการสักการะ เนื่องจากวัดนี้มีเทพเจ้าจีนหลายองค์จึงมีลำดับการสักการะต่างจากวัดอื่น ๆ
7. วัดสระเกศ จัดจุดบริการเครื่องสักการะแยกออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ ภายในพระอุโบสถ ผู้มาสักการะสามารถหยิบเครื่องสักการะและหย่อนเงินบริจาคลงตู้ได้ด้วยตนเอง และส่วนที่ 2 คือ บริเวณบรมบรรพต (ภูเขาทอง) จะมีให้บริการหลายจุด ได้แก่ ด้านข้างวิหารหลวงพ่อโตบริเวณทางขึ้นภูเขาทอง พระบรมสารีริกธาตุด้านบนภูเขาทอง พระเจดีย์บนภูเขาทอง วิหารหลวงพ่อดำด้านหลังภูเขาทอง รวมทั้งวิหารหลวงพ่อดวงดีและวิหารหลวงพ่อโชคดี ด้านล่างภูเขาทองที่สร้างขึ้นในภายหลัง
8. วัดบวรนิเวศ จัดจุดบริการเครื่องสักการะ 3 จุด คือ หน้าพระอุโบสถ บริเวณด้านล่างพระเจดีย์เพื่อนำขึ้นไปสักการะพระบรมสารีริกธาตุและพระไพรีพินาศ และบริเวณพระวิหารพระศาสดาเพื่อสักการะพระศรีศาสดา ในช่วงปกติบางครั้งจะมีแม่ชีหรือเจ้าหน้าที่มาประจำจุดสักการะ แต่ในช่วงเทศกาลที่มีประชาชนมาจำนวนมากจะมีเจ้าหน้าที่อยู่ประจำ คอยอำนวยความสะดวกในการจัดชุดสักการะ และจะมีการเพิ่มโต๊ะบริการเป็น 2 โต๊ะด้วย
9. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม จัดจุดบริการเครื่องสักการะไว้ 2 แห่ง คือ บริเวณทางเข้าเขตพุทธาวาส ตรงข้ามรูปปั้นฤๅษีชีวกโกมารภักข์ จุดนี้มีเจ้าหน้าที่ประจำคอยแจ้งว่าวัด

นี้ไม่มีการนำดอกไม้ที่ใช้แล้วมาให้บูชาซ้ำ และบริเวณหน้าพระอุโบสถเพื่อสักการะพระพุทธรูปมหาธรรมิกราช (พระแก้วมรกต) จะมีเจ้าหน้าที่ประจำอยู่เช่นกัน

จากการสังเกตการณ์พบว่าวัดที่มีทรัพยากรหลากหลายจะทำให้คนที่มาไหว้พระขอพร 9 กระจายตัวกันไปตามจุดต่าง ๆ ได้มากขึ้น แต่ก็ขึ้นอยู่กับจัดการของวัดเองด้วยว่าจะประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าไปใช้ทรัพยากรเหล่านั้นมากน้อยเพียงใด

วัดโพธิ์เป็นตัวอย่างของวัดที่มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทจับต้องได้ที่หลากหลายและมีชื่อเสียง ทางวัดเองได้ปรับปรุงและจัดการทรัพยากรให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยว โดยปรับปรุงและซ่อมแซมให้มีสภาพดีอยู่เสมอ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินชมและใช้ทรัพยากรเหล่านั้น เช่น นักพักได้ร่มไม้ตามเขามอหรือตามน้ำตกที่สร้างขึ้นใหม่จากเขามอเดิม (ภาพที่ 13)



ภาพที่ 13 ภาพการปรับปรุงภูมิทัศน์ของวัดโพธิ์

“... ศิลปะทุกอย่างในวัดโพธิ์ทุกชิ้นผสมผสาน 3 วัฒนธรรม ไทย จีน ฝรั่งเศส ในทุกส่วนของวัด เป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมโลก ... วัดนี้เรียกได้ว่าเป็นมหา’ลัยหรือ google ทางวัฒนธรรมไทย เพราะรวมเอาศาสตร์ต่าง ๆ มาไว้ให้คนได้เรียน มีตำราแพทย์ ตำนานสงกรานต์ แต่งโคลงฉันทน์ ลักษณะพระพุทธรูปตั้ง 1,248 องค์ ที่อยู่ตรงพระระเบียงเป็นเหมือนพิพิธภัณฑ์ ใครอยากดูก็มาดูได้ ...” (พระมหาอุดม ปัญญาโภ, 2557)

“... ตุ๊กตาพวกนี้ของใหม่เยอะ บางครั้งลูกก็ปั้นขึ้นมาใหม่ แต่ทำเป็นเหมือนของเก่า หน้าตาจะหล่อกว่าทันสมัยกว่า ลองดูฤกษ์นี้ก็ใหม่ จ้างช่างรุ่นรัชกาลที่ 9 ทำตัวละคร

ประมาณ 50,000 ของเก้าอี้ใช้หินทั้งก้อนแกะ เดี่ยวนี้เอาหินเก่ามาตำป่นละเอียดใส่คาร์บอน ถ่าน ... จะมีพระมาตรวจว่าส่วนไหนพังก็จะให้ลุงมาซ่อม” (ชโลกร สุพรรณกุล, 2557)

ส่วนวัดพระศรีรัตนศาสดารามหรือวัดพระแก้วมีทรัพยากรที่หลากหลาย แต่จุดมุ่งหมายสำคัญของคนที่อยากมาที่วัดแห่งนี้ คือ การมาสักการะพระแก้วมรกต จึงทำให้คนมากระจุกตัวอยู่บริเวณพระอุโบสถ (ภาพที่ 14) ประกอบกับการที่วัดและพระบรมมหาราชวังซึ่งมีพื้นที่ต่อเนื่องกัน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญระดับประเทศ มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้ามาเยี่ยมชมทุกวัน ทำให้นักท่องเที่ยวหนาแน่นตลอดเวลา วัดจึงจำเป็นต้องจัดการกับการเข้าชมพระแก้วมรกตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้นักท่องเที่ยวเดินเข้าประตูทางหนึ่งและออกอีกทางหนึ่ง จัดพื้นที่ให้นั่งเพียงเล็กน้อยและห้ามถ่ายภาพซึ่งทำให้คนเดินเข้ามาชมและเดินออกอย่างรวดเร็ว ไม่แออัดกันภายในพระอุโบสถนานเกินไป



ภาพที่ 14 ภาพนักท่องเที่ยวหนาแน่นบริเวณพระอุโบสถวัดพระศรีรัตนศาสดาราม

### 2.2.2 ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้

ทรัพยากรประเภทนี้ คือ วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถสัมผัสได้ แต่ปรากฏออกมาได้หลายรูปแบบ ซึ่งองค์การยูเนสโกได้นิยามทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ว่า หมายถึง การปฏิบัติ การแสดงออก การนำเสนอ ความรู้ ทักษะ รวมถึงวัตถุที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ ... มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น มีการผลิตซ้ำและสร้างขึ้นใหม่ได้ (ธนิช เลิศชาญฤทธ์, 2552: 6)

ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ในกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ความเชื่อเรื่องความเป็นสิริมงคลของเลข 9 กับความเป็นสิริมงคลของชื่อวัด และพิธีกรรมที่จัดขึ้นในวัด

**ความเชื่อเรื่องความเป็นสิริมงคลของเลข 9** คนไทยมีความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคลซึ่งมีพื้นฐานมาจากพระพุทธศาสนา คำว่ามงคล แปลว่าเหตุเป็นเครื่องถึงแห่งความเจริญ ในหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนากล่าวถึงเรื่องมงคล 38 ประการ หากปฏิบัติตามข้อควรทำ 38 ประการนั้นแล้วก็จะนำไปสู่ความสุข ความเจริญในชีวิต คนไทยในปัจจุบันจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์เข้ากับมงคลอย่างใหม่ที่เรียกว่ามงคลคิด (พระมหาภาณุ ภาณุโก, 2557) คือ คิดว่าการกระทำที่ทำแล้วจะส่งผลต่อตัวผู้ปฏิบัติให้มีความสุข ความเจริญ ซึ่งเลข 9 ในภาษาไทยนั้นพ้องกับคำว่า ‘ก้าว’ หรือ ‘ก้าวหน้า’ จึงถือว่าเลขนี้เป็นเลขมงคล เมื่อดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเลข 9 แล้วจะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าได้ เช่น การถือฤกษ์ยามงานมงคล 9 โมง 9 นาฬิกา บ้านเลขที่ 9 ทะเบียนรถหมายเลข 9, 99, 999, 9999 ซึ่งทุกปีจะมีข่าวการประมูลเลขทะเบียนนี้ในราคาหลักล้านบาท การตัดบาตรพระ 9, 99, 999 รูปในวันสำคัญ หรืออาจจะรวมถึงการสักการะเทพเจ้าด้วยเครื่องเช่นไหว้ 9 อย่าง เป็นต้น

เลข 9 กลายเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของสังคมไทยที่ช่วยดึงดูดให้คนอยากมีส่วนร่วม เพราะต้องการความเจริญก้าวหน้า ทางกองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ เล็งเห็นว่าเลข 9 เป็นคติความเชื่อที่คนไทยส่วนหนึ่งนิยมจึงนำมาเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับจัดโครงการไหว้พระ 9 วัด เมื่อททท. นำเอาโครงการมาประชาสัมพันธ์ ด้วยความร่วมมือของสื่อแขนงต่าง ๆ ทำให้ประเด็นนี้กระจายในวงกว้างมากขึ้น ยิ่งทำให้ความเชื่อเกี่ยวกับเลข 9 ในฐานะเลขมงคลยิ่งแพร่หลายออกไป จนมีการนำเสนอเส้นทางไหว้พระมงคลที่สอดคล้องกับเลข 9 อีกหลายเส้นทาง อาทิ อยุธยา มหามงคล 99 วัด ไหว้พระธาตุ 9 องค์ ไหว้อุ่นสาวรีย์ 9 กษัตริย์ (ณพัทยศ เอมะสิทธิ์, 2556) ผลของการเชื่อมโยงกิจกรรมเข้ากับความผูกพันเรื่องเลข 9 ในสังคมไทย ส่งผลให้การไหว้พระ 9 วัดประสบความสำเร็จอย่างมาก เป็นการนำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทความเชื่อของสังคมมาผสมผสานกับความเชื่อทางพระพุทธศาสนาเป็นจุดขายเพื่อต่อยอดให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจ และช่วยให้คนเข้าวัดมากขึ้น

แม้ความเชื่อเรื่องเลข 9 จะได้รับความนิยม แต่เมื่อนำมารวมกับการไหว้พระทำบุญซึ่งเป็นกิจกรรมทางศาสนา ทำให้มีความเห็นเกี่ยวกับคติดังกล่าวในหลายมิติ

“... เลข 9 เป็นหลักนิยมของชาวไทย เป็นความเชื่อของคนไทยที่เป็นมงคล ไหว้พระเลยหยุดที่เลข 9 ตลอด ไม่มีไหว้พระ 10 วัด ในหลักพุทธนี้ไม่มีเรื่องเลข 9 พระพุทธเจ้าไม่ได้ให้ถือมงคล ถือฤกษ์ ถือยาม การจะทำอะไรไม่ควรเลือก ควรทำตามสะดวก แต่ทางวัดทางพระก็ถือความนิยมตามชาวบ้าน ตามความพอใจของคฤหัสถ์ ทางพระก็อนุโลมตามเพื่อให้เป็นที่ถูกใจหรือสบายใจของผู้มาทำบุญ ไม่ขัดชาวบ้าน ชาวบ้านต้องการอย่างนี้ก็ให้สบายใจเป็นหน้าที่ของเรา ...” (พระมหาดาวทอง ดิสสรโร, 2557)

“เดี๋ยวนี้คนเลือกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเลข 9 เป็นหลัก จริง ๆ การเข้าวัด คือ การทำบุญ การหวังให้ก้าวหน้าก็เหมือนมีกิเลสชนิด ๆ หลวงพี่ไม่ห้าม เป็นความคิดของฆราวาส แค่เข้าวัดหลวงพี่ก็ดีใจแล้ว” (พระนิกร ฐานกโร, 2557)

“... เลข 9 เป็นความเชื่อส่วนบุคคล พระทำอะไรไม่ได้ คนเชื่อว่ามา 9 วัดจะได้สิริมงคล ได้บุญกุศลเพิ่มมากขึ้น ได้ประสบความสำเร็จก็เป็นความเชื่อของเขา ตามหลักพระพุทธศาสนา จะเอาเลข 9 มาเป็นหลักวัดว่าคนมา 9 วัดกับคนมาวัดเดียวจะเหนือกว่ากันก็ได้ คนมาวัดเดียว อาจจะได้บุญมากกว่า อยู่ที่การกระทำ ถ้าถือดอกไม้ไหว้พระ 9 วัดก็ได้บุญในส่วนสักการะศรัทธา แต่คนที่มาวัดเดียวมาสวดมนต์ฟังเทศน์ นั่งสมาธิ แน่نونว่าได้เพิ่มพูนศีล สมาธิ ปัญญาตามหลักพระพุทธศาสนา ไม่ได้คัดค้านอะไร เป็นบุญของใครของคนนั้น ...” (พระมหานิกม นิสโณ, 2557)

“... การกำหนดจำนวนวัด 9 วัดเป็นเรื่องดี คนมาทำบุญจะได้ตั้งใจมากขึ้น ก้าวหน้าหรือก้าวหลังก็ไม่แน่ใจ แต่คนที่ไปได้ครบ 9 วัด ใน 1 วันก็ถือว่าเพียรพยายาม ...” (พระมหาญาณเดช ญาณวิโร, 2557)

ความเชื่อเรื่องเลข 9 ไม่ได้ส่งผลต่อจำนวนวัดเท่านั้น แต่ยังมีผลต่อการตั้งราคาทัวร์ไหว้พระ 9 วัด ชสมก. คิดราคาลงท้ายด้วยเลข 9 เช่น 359, 429 บาท บริษัทเรือด่วนเจ้าพระยาคิดราคา 399, 499 บาท คนขับรถสามล้อรับจ้างบริเวณหน้าวัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอาราม หลวงที่คิดราคาค่าบริการอ้างอิงกับเลข 9 ในราคา 9 วัด 900 บาท หรือ 999 บาท นอกจากนั้นยังพบว่ามี การใช้เลข 9 ที่สอดคล้องกับการไหว้พระ 9 วัดอีก ในกรณีของหนังสือแนะนำการไหว้พระ 9 วัด ของ ม.ร.ย. มะลิ ที่กล่าวถึงการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งว่าควรจะลงท้ายด้วยเลข 9 เช่น จากวัดพระแก้ว ออกประตูมณีนพรัตน์แล้วเดิน 229 ก้าวไปศาลหลักเมือง ... ขาสั้น-ยาวกว่านี้ก็ไม่เป็นไร พยายามก้าวให้ลงท้าย ‘เก้า’ ละกัน (ม.ร.ย. มะลิ, 2550: 36) หรือ ไปศาลเจ้าพ่อเสือ 29 ได้มัย เลขสวย (ม.ร.ย. มะลิ, 2550: 50) เป็นต้น นอกจากนั้นยังพบการใช้เลข 9 แฝงอยู่กับเงินทำบุญด้วย (ภาพที่ 15)



ภาพที่ 15 ภาพการใช้เลข 9 กำหนดปัจจัยในการทำบุญ ณ วัดอรุณราชวราราม

จากประเด็นความเชื่อเรื่องเลข 9 แล้วในสังคมไทยยังมีความเชื่อเรื่องของชื่อมงคลด้วย เช่น การปลูกพืชชื่อมงคล มะยม มะขาม ขนุน หรือการนับถือพระเกจิอาจารย์ หลวงปู่แหวน วัดดอยแม่ปิ้ง หลวงปู่ศุข วัดปากคลองมะขามเฒ่า หลวงพ่อเงิน วัดบางคลาน ตลอดจนชื่อของสถานที่ เช่น การจดทะเบียนสมรสที่เขตบางรัก เขตบางซื่อ เขตบางแค เป็นต้น ซึ่งความเชื่อเรื่องนามมงคลนี้ถูกนำมาใช้ในการสร้างคติเกี่ยวกับการไหว้พระ 9 วัด ทำให้คนรู้สึกสนใจมากยิ่งขึ้น วิธีการคือการตั้งคติให้สอดคล้องกับชื่อของวัด ทรัพยากรที่สำคัญ บุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับวัด หรือประวัติความเป็นมาของวัด

“... ในส่วนของความหมายแต่ละวัดก็ถือว่าดี เพราะว่าแต่ละคนไปก็จะได้ว่าตัวเองต้องทำอะไร เป็นเหมือนไกด์คอยบอกไปวัดหนึ่งก็อธิษฐานอย่างหนึ่ง มาวัดอรุณก็ขอให้บริษัทเจริญรุ่งเรืองยิ่ง ๆ ขึ้นไป ... เป็นเหมือนกับจุดเด่น เป็นแนวทางในการอธิษฐาน ...” (พระมหาบุญรุ่ง สิริโชติ, 2557)

“... คิดว่าการสักการะวัดต่าง ๆ ตามชื่อหรือความหมายจะไม่ทำให้ได้รับผล แต่เป็นการสร้าง gimmick พูตให้คนเห็นภาพ ความหมายช่วยนำพาคนเข้าวัด แล้ววัดก็จัดการสอนคนต่อไป ...” (พระครูปริตรโกศล, 2557)

“... การให้คติก็เหมือนคำขวัญประจำจังหวัด เป็นนิมิตหมายสำหรับประชาชนให้จดจำวัดได้ ... แต่ละวัดที่ไปมีแต่ชื่อดี ๆ คำดี ๆ คนที่ไปไหว้ก็จะเป็นมงคลกับตัวเอง ถ้าจำได้ก็จะนำไปปฏิบัติตามความหมายของคำนั้น ๆ ...” (พระมหาดาวทอง ติสสุโร, 2557)

“... ถ้าจะพูดถึงความหมายของวัด ชื่อวัดมงคล ก็ถือว่าเป็นมงคลคิด คือ คิดว่าสิ่งนั้นสิ่งนี้เป็นมงคล เหมือนกับคนเราเวลาปลูกต้นไม้ ปลูกต้นไม้รัก ปลูกต้นไม้ขนุน หรือว่านามมงคลต่าง ๆ คนที่ถือมงคลคิดว่าวัดชนะสงครามมาแล้วจะได้รับชัยชนะ ได้รับความสะดวก ได้รับความชนะภัยอุปสรรคอันตราย สอดคล้องกับหลักศาสนาพุทธที่พูดถึงการคิดดี ทำดี คิดแง่บวก แต่ทางวัดเองก็ไม่ได้เอาประเด็นนี้มาเป็นสาระสำคัญ ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่ถูกต้องก็ได้ กทม. พูตถึงมงคลคิด เอาชื่อวัดว่าเด่นด้านไหนก็เอาไปอธิบาย ก็ไปเชิญชวนกันทางนั้น ...” (พระมหาภาณุ ภาณุโก, 2557)

นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างของการนำเอาความเชื่อเรื่องเลข 9 และการให้ความหมายไปใช้ในเส้นทางอื่นนอกเหนือจากเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง โดยศึกษาได้จากหนังสือคู่มือที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระ 9 วัดที่มีจำหน่ายทั่วไป

หนังสือไหว้เทพเจ้า 9 ศาลจีนมงคล ของเนตรนภา แก้วแสงธรรม ยานะชโกวา ประกอบด้วยศาลและวัดจีน 9 แห่ง มีคดีดังต่อไปนี้

1. วัดมังกรกมลาวาส (วัดเล่งเน่ยยี่) “แก้งง ขอโชคลาก ไร่โรคา”
2. ศาลเจ้าแม่กวนอิม มูลนิธิเทียนฟ้า “ประธานพรเมตตา ปิดเปาโรคา”
3. ศาลเจ้าหลี่ตีเปี้ยว “สักการะเซียน ขอยารักษาโรค”
4. ศาลเจ้ากวนอู “ซื่อสัตย์ เป็นใหญ่ ได้บริวารดี”
5. ศาลเจ้าหั่งเจีย “ชนะศัตรู แก้ไขอุปสรรค”
6. ศาลเจ้าเล่งบ๊วยเอี้ย “ขอมงคลซื้อบ้านและที่ดิน”
7. ศาลเจ้าเล่าปุนเถ่ากง “ร่มเย็นเป็นสุข กิจการรุ่งเรือง”
8. ศาลเจ้าโจวซือกง “หายป่วย สุขภาพแข็งแรง”
9. ศาลเจ้าพ่อเสือ “ขออำนาจบารมี ขอบุตร”

หนังสือไหว้พระ 9 ที่ ขอสิ่งดี ๆ 9 อย่าง เคล็ดลับการเสริมดวงให้ดี เขียนโดย ดารีน อรินรัตน์ เลือกสร้างความหมายใหม่ให้กับการไหว้พระ 9 วัดผ่านการสักการะพระพุทธรูปสำคัญ 9 องค์ ได้แก่

1. พระแก้วมรกต “ขอทรัพย์สินเงินทอง กิจการรุ่งเรือง”
2. พระพุทธรชินสีห์ “ปิดเปาเคราะห์ร้าย แก้อาถรรพ์ สะเดาะเคราะห์”
3. พระไพรีพ่ายฤทธิ์ “ขจัดทุกข์ โชคลาก โรคภัย”
4. พระพุทธรสีห์ “ชัยชนะในการทำมหากิน สำเร็จมีชัยชนะเหนืออุปสรรค”
5. พระพุทธรสีหิงค์ “สำเร็จด้านการเกษตรและการค้า”
6. พระพุทธรไตรรัตน์นายก “ขอเรื่องค้าขาย”
7. พระพุทธรโสธร “ป้องกันอันตราย ภัยจากโรค”
8. พระใส “สมปรารถนา ขอบุตร”
9. พระศรีศากยมุนี “สติปัญญาดี”

ไหว้พระ 9 วัด เสริมสิริมงคล ของจันท์เจริญ สร้างเส้นทางและความหมายที่กว้างขวางมากขึ้น ประกอบไปด้วยศาสนสถานจากหลายความเชื่อรวมเข้าไว้ด้วยกัน โดยไม่ได้สร้างจากคติที่สอดคล้องกับชื่อของสถานที่แต่จะเชื่อมโยงกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือประวัติความเป็นมา ได้แก่

1. “เงิน ๆ ทอง ๆ” วัดสังข์กระจาย ศาลเจ้าแม่ทับทิม วัดสระเกศ วัดชนะสงคราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดสุทัศนเทพวราราม เทวสถานโบสถ์พราหมณ์ วัดไตรมิตรวิทยาราม วัดมังกรกมลาวาส (วัดเล่งเน่ยยี่)

2.“มามะไปเดทกัน (คอร์สเดท)” วัดสระเกศ วัดเทพธิดาราม เทวสถาน โบสถ์พราหมณ์ วัดสุทัศน์เทพวราราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดอรุณราชวราราม เทวรูปบริเวณ สี่แยกราชประสงค์ (พระแม่ลักษมีและพระตรีมูรติ)

3.“เรียนเด่น เรียนดี” พระรูปกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ วัดเบญจม บพิตรดุสิตวนาราม พระบรมรูปทรงม้า วัดอินทวิหาร เทวสถานโบสถ์พราหมณ์ (เน้นสักการะพระ อิศวร พระพิฆเนศวร และพระสร้อยศรี) วัดสุทัศน์เทพวราราม วัดเทพมณเฑียร วัดพระเชตุพนวิมล มังคลาราม วัดราชนันทดา และวัดเทพธิดาราม

จากการศึกษาพบว่ามีการสร้างคติความหมายแก่วัดไม่ครบทุกเส้นทาง เนื่องจากต้องผูกเรื่องราวต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับชื่อวัด ซึ่งชื่อวัดบางแห่งก็ไม่เอื้ออำนวย ดังนั้นจึงจะ เห็นว่าความเชื่อเรื่องเลข 9 แพร่หลายและนำไปประยุกต์ใช้ได้ง่ายกว่าการให้ความหมายมงคล วัดแต่ ละแห่งที่ได้ทำการศึกษาล้วนแล้วแต่ใช้ทรัพยากรด้านความเชื่อเรื่องเลข 9 และเรื่องความหมายมงคล เป็นพื้นฐานในการชักจูงให้คนเข้าวัด แล้วจึงใช้โอกาสนี้ในการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศาสนาต่อไป

**พิธีกรรม** วัดต่าง ๆ มีการประกอบพิธีกรรมเพื่อรองรับผู้ที่เข้ามาทำบุญในวัด โดยมีทั้งพิธีกรรมทั่วไปที่พระสงฆ์ประกอบเป็นกิจวัตรตามปกติ และพิธีกรรมที่จัดขึ้นเฉพาะซึ่ง เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมความเชื่อของวัดแต่ละแห่ง

1. พิธีกรรมทั่วไป ได้แก่ การทำวัดเช้า เย็น สวดมนต์ เทศนา ในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันสำคัญทางศาสนา ซึ่งวัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ได้แก่ วัดสุทัศน์ วัดระฆัง วัดชนะสงคราม จะมีการจัดกิจกรรมให้ประชาชนเข้าร่วมเป็นประจำ นอกจากจะเป็นวัตร ปฏิบัติของพระสงฆ์แล้วยังถือว่าการต่อยอดร่วมกับกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดได้ หากนักท่องเที่ยว เดินทางมาในวันเสาร์ อาทิตย์ หรือวันสำคัญทางศาสนาซึ่งตรงกับพิธีกรรมที่จัด ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเองสามารถเข้าร่วมกิจกรรมเหล่านี้ได้สะดวกมากกว่ากลุ่มที่ เดินทางมากับทัวร์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะกำหนดเวลาในการทำกิจกรรมในวัดได้อย่างอิสระ ตรง ข้ามกับกลุ่มที่มากับคณะทัวร์ที่มีเวลาจำกัดในแต่ละวัด

“... กิจกรรมเทศนาสั่งสอนจากที่สังเกตจะเห็นว่าบางคนตั้งใจแต่มาไหว้ พระอย่างเดียว ไหว้วัดนี้เสร็จก็จะรีบไปไหว้วัดอื่นต่อ พอเข้ามาในโบสถ์เห็นว่าวัดมีเทศนาด้วยก็ จะนั่งฟังซัก 10 นาที 15 นาที แล้วก็เริ่มนั่งดัดที่ ที่นี้ก็นั่งยาวเลย หลายคนก็กลับมาอีกเพราะรู้ ว่าเรามีสวดมนต์แล้วก็เทศนา ... กิจกรรมวิปัสสนากรรมฐานท้ายเทศนาก็จัดซัก 15 นาที ที่จัด แค่ 15 นาที ไม่นานถึงครึ่งชั่วโมง หนึ่งชั่วโมง เพื่อให้สอดคล้องกับเวลาของโยม ...” (พระมหา ปรีชา ปสนโน, 2557)

“... มาไหว้พระเรียกว่าศรัทธา ศรัทธาอย่างเดียวไม่พอ ศาสนาพุทธต้องมีศีล สมาธิ ปัญญาด้วย ศรัทธาเป็นเพียงแค่เปลือก ทางวัดเลยจัดกิจกรรมส่งเสริมให้คนมาวัด มาปฏิบัติตามหลักศาสนามากขึ้น คือ การสวดมนต์ ฟังเทศน์วันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันพระ ... การมาไหว้พระ 9 วัดอย่างเดียวไม่พอ トラบใดที่ยังไม่ได้ฝึกฝนจิตใจควบคู่กันไป ...” (พระมหาบุญรุ่ง สิริโชติ, 2557)

“... ในช่วงวันสำคัญก็จะมีการบรรยายธรรม เป็นการให้ธรรมะ วันปีใหม่ สงกรานต์ก็จะจัดเปรียญ 9 หรือเปรียญเอกมาบรรยายให้โยมฟัง เป็นการเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศาสนา เพิ่มความรู้เกี่ยวกับประวัติวัด ...” (พระมหาภาณุ ภาณุโก, 2557)

การตั้งจุดจำหน่ายหรือบูชาสังฆทานและกิจกรรมประพรมน้ำมนต์จะจัดขึ้นทุกวัด ยกเว้นวัดบวรนิเวศ

“... ทางวัดบวรไม่มีกิจกรรมพวงพรมน้ำมนต์ ขายของขลัง เพราะไม่ได้เพิ่มปัญญาให้กับคนมาวัด แต่จัดน้ำมนต์กรอกใส่ขวดให้ประชาชนมาบูชาตามกระแสสังคม ช่วยสร้างขวัญและกำลังใจสำหรับคนทุกชั้น ...” (พระครูปริตรโกศล, 2557)

“... หน้าทีประจำ คือ คอยแนะนำแล้วก็จัดระเบียบคนมาทำสังฆทานเป็นหลัก ได้รับค่าจ้างจากส่วนแบ่งของปัจจัยที่ประชาชนมาถวายพระ ที่วัดจัดเป็นสังฆทานเวียน คนที่อยากทำสัง (สังฆทาน) มีเงินน้อยก็ทำได้ ใส่ซองหย่อนตู้ได้เลย เงินเข้าวัดหมด เอาไปใช้พัฒนาอะไร ๆ ได้ ของข้างนอกแพง ชื่อที่หลักร้อย วัดเราให้ทำบุญตามศรัทธา ไม่กำหนดขั้นต่ำ ...” (เจ้าหน้าที่วัดระฆัง, 2557)

2. พิธีกรรมพิเศษของแต่ละวัด จะมีรายละเอียดแตกต่างกันไปตามทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละวัด

วัดสุทัศน์ จะมีพิธีกรรมที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี คือ พิธีกรรมอาบน้ำเพ็ญในวันเพ็ญเดือนสิบสอง พระสงฆ์จะเสกน้ำมนต์และทำพิธีอาบน้ำให้โยม ส่วนพิธีนพเคราะห์ เป็นพิธีสะเดาะเคราะห์ในวันปีใหม่และเทศกาลสงกรานต์ แต่ทั้ง 2 พิธีนี้จะต้องทำการจองล่วงหน้าและใช้เวลาประกอบพิธีกรรมนานประมาณ 2 ชั่วโมง ใน 1 วันจัดได้ประมาณ 4 รอบ จึงอาจจะไม่เหมาะกับผู้ที่ต้องการเดินทางไหว้พระให้ครบ 9 วัด ใน 1 วัน

วัดระฆัง มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทพิธีกรรม คือ บทสวดคาถาชินบัญชร ของสมเด็จพระพุฒาจารย์โต พรหมรังสี ซึ่งทางวัดจะมีบริการแผ่นกระดาษคำสวดให้แก่ผู้ที่ต้องการสวด เมื่อนักท่องเที่ยวมาไหว้พระก็สามารถนั่งสวดหน้ารูปเคารพสมเด็จพระพุฒาจารย์ได้ ใช้

เวลาประมาณ 10 นาทีเท่านั้น กิจกรรมนี้จะพบว่ากลุ่มที่มาไหว้พระ 9 วัด ทั้งกลุ่มที่เดินทางเองหรือเดินทางมากับคณะทัวร์ก็สามารถปฏิบัติได้

วัดสระเกศ มีพิธีกรรมห่มผ้าแดงบนองค์เจดีย์ภูเขาทอง เพื่อบูชาพระบรมสารีริธาตุในพระเจดีย์ โดยจะจัดขึ้นก่อนวันขึ้น 8 ค่ำ 3 วัน เพื่อประกาศว่าจะเริ่มงานสมโภชพระบรมธาตุเจดีย์ หลังจากนั้นในวันขึ้น 8 ค่ำก็จะจัดงานฉลองเป็นเวลา 10 วัน นิยมเรียกว่า งานวัดภูเขาทอง

**หนังสือประเภทคู่มือไหว้พระ 9 วัด หนังสือนำเที่ยว และบทความ** กระแสการไหว้พระ 9 วัดที่เกิดขึ้นจนอาจเรียกได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ดังกล่าว ก่อให้เกิดธุรกิจอีกประเภทหนึ่ง คือ การตีพิมพ์หนังสือเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการไหว้พระ 9 วัดด้วยตนเอง ทั้งเส้นทางในกรุงเทพมหานคร เส้นทางต่างจังหวัด รวมถึงเส้นทางต่างประเทศด้วย รูปแบบการสักการะก็มีหลากหลาย นับเป็นการขยายรูปแบบและเส้นทางออกไปให้กว้างขวางมากขึ้น เช่น ไหว้ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ไหว้ 9 พระอารามหลวง ไหว้พระ 9 วัดประจำรัชกาล ไหว้พระ 9 วัดภาคกลาง ไหว้พระ 9 ประเทศ เป็นต้น โดยการตีพิมพ์หนังสือเหล่านี้จะตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้เลข '9' โดยเป็นผลมาจากวิถีคิดและความเชื่อเกี่ยวกับปรากฏออกมาในหลายรูปแบบ จำนวนหนังสือที่มีจำหน่ายโดยอาศัยคติการไหว้พระให้สอดคล้องกับเลข 9 นั้น ผู้ศึกษาพบว่าปีที่ตีพิมพ์อยู่หลังจากปีที่จัดโครงการไหว้พระขอพร 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ พ.ศ. 2548 ทั้งหมด นอกจากหนังสือที่ตีพิมพ์เพื่อจำหน่ายแล้ว ยังมีบทความในนิตยสารที่เขียนเกี่ยวกับการไหว้พระ 9 วัดในพื้นที่ต่าง ๆ ตลอดจนบทความและการแสดงความคิดเห็นบนอินเทอร์เน็ต สะท้อนถึงความเชื่อและความนิยมในโครงการดังกล่าว

#### 1. หนังสือประเภทไหว้พระ 9 วัดเส้นทางในประเทศไทย

ม.ร.ย. มะลิ (นามแฝง) เขียนหนังสือคู่มือสักการะ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในเขตเกาะรัตนโกสินทร์และฝั่งธนบุรีตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์ ชื่อ **ขอพร** (2550) หนังสือมีขนาดเล็กขนาดกะทัดรัด เขียนด้วยภาษาถิ่นทางการ มีภาพวาดประกอบ ในตัวเล่มจะบอกถึงความเชื่อว่าเลข 9 พ้องกับคำว่าก้าวหน้า ใช้เกณฑ์การคัดเลือกวัดจากชื่อเสียงและความศักดิ์สิทธิ์ประกอบด้วย 7 วัดและ 2 ศาล ซึ่งคล้ายคลึงกับเส้นทางแรกที่กองการท่องเที่ยวกรุงเทพฯ จัดทำเป็นเส้นทางเดินเท้าในปี พ.ศ. 2543 ผู้เขียนกล่าวว่าถ้าหากเดินทางไหว้ครบทั้ง 9 แห่งจะทำให้ชีวิตมีความสุขครบถ้วน เนื้อหาประกอบด้วยประวัติสถานที่และสิ่งที่น่าสนใจโดยย่อ วิธีการสักการะ วิธีการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หากผู้อ่านสนใจเดินทางด้วยตัวเองก็สามารถใช้เล่มนี้เป็นคู่มือได้ หนังสือเล่มนี้มีความแตกต่างจากเล่มอื่น ๆ คือ จะมีการแนะนำดอกไม้ที่ใช้ในการสักการะด้วย โดยจะเลือกจากดอกไม้ที่มีความหมายมงคลสอดคล้องกับชื่อศาสนสถานแต่ละแห่ง

ดาร์ณ อรินรัตน์ เขียนหนังสือ **ไหว้พระ 9 ที่ขอสิ่งดี ๆ 9 อย่าง เคล็ดลับการเสริมดวงให้ดี** (2550) หนังสือเล่มนี้มีจุดเด่นอยู่ที่การร้อยเรื่องราวเลข 9 ให้เข้ากับพระพุทธรูปสำคัญ โดยกล่าวถึงกำเนิดพระพุทธรูปว่าผสมผสานขึ้นจากศาสนาพุทธ ศาสนาพราหมณ์และความเชื่อไสย

ศาสตร์ แต่มีประโยชน์ทางจิตใจต่อผู้สร้างและผู้กราบไหว้ พระพุทธรูปแต่ละองค์มีพุทธคุณต่างกันจึง  
แนะนำพระพุทธรูปสำคัญ 9 องค์จากวัดทั่วประเทศให้ผู้อ่านได้ไปสักการะเพื่อให้ได้รับพรต่างกัน 9  
ประการ ผู้เขียนได้แนะนำวิธีการสักการะรวมถึงประวัติความเป็นมาที่ผสมผสานกันระหว่างศาสนา  
พุทธและไสยศาสตร์ ทำให้แตกต่างจากเล่มอื่น ๆ ที่จะเลือกสักการะจากสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ 9 แห่งเป็น  
หลัก

วัลลภ คล่องพิทยาพงษ์ได้เขียนออกมาเป็นชุด ‘เส้นทางบุญ’ ประกอบด้วย  
**เส้นทางบุญไหว้พระ 9 วัดกรุงเทพฯ-ธนบุรี (2550) เส้นทางบุญ 9 วัดปริมณฑล นนทบุรี - ปทุมมา  
(2551) เส้นทางบุญ 9 วัดอยุธยา (2551) เส้นทางบุญ 9 วัด 9 รัชกาล (2551) เส้นทางบุญ 9 วัดภาค  
กลาง (2551) เส้นทางบุญ 9 วัดภาคกลาง 2 (2551)** หนังสือในชุดนี้จะให้ข้อมูลคล้ายคลึงกัน  
ประกอบไปด้วยที่ตั้ง ประวัติโดยย่อ วิธีการสักการะ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งที่น่าสนใจภายในวัด วิธีการ  
เดินทาง และข้อควรปฏิบัติ อย่างไรก็ตามในบางเล่มจะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันไป อาทิ เส้นทาง  
กรุงเทพฯ – ธนบุรี จะใช้คติเหมือนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เส้นทางนนทบุรี-ปทุมมา ใช้เส้นทาง  
แม่น้ำเจ้าพระยาจนถึงเกาะเกร็ดคล้ายกับเส้นทางบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา เส้นทางอยุธยาเป็นเมือง  
เก่าที่มีวัดหลายแห่งจึงเลือกนำเสนอถึง 19 วัด ส่วนเส้นทางภาคกลางทั้ง 2 เล่มจะกระจายหลาย  
จังหวัดไม่ได้จัดเส้นทาง 9 วัดภายในจังหวัดเดียว และไม่มีการให้คติเพราะใช้เกณฑ์การคัดเลือกจาก  
ความสะดวกในการเดินทาง ความเก่าแก่ เอกลักษณะ และตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับสถานที่ทำให้ไม่  
สามารถใช้ชื่อวัดในการเชื่อมโยงกับคติหรือให้ความหมายได้

ชาติ ภิรมย์กุลเขียนหนังสือออกมา 2 เล่ม ได้แก่ **ท้าวไห้พระ 9 วัด:  
โอโหสิกรรม (2551) และ ท้าวไห้พระ 9 วัด: ไหว้พระสะสมบุญ (2551)** หนังสือของชาติ ภิรมย์กุล  
ต่างจากเล่มอื่น ๆ เนื่องจากไม่มีลักษณะเป็นคู่มือแนะนำการไหว้พระ แต่เป็นการเขียนบอกเล่า  
ประสบการณ์ที่ได้เข้าร่วมการไหว้พระ 9 วัด ตามเส้นทางขสมก. และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
พร้อมทั้งบทสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดเป็นประจำ ผู้เขียนยังแสดงความ  
คิดเห็นต่อการไหว้พระ 9 วัดทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ข้อดีคือช่วยส่งเสริมให้คนเข้าวัดมากขึ้น คนได้  
เรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม และเมื่อมีหน่วยงานมาจัดเป็นทัวร์ก็ยิ่งอำนวยความสะดวกและ  
ตอบสนองความต้องการของผู้ที่อยากไหว้พระ แต่ในขณะเดียวกันเมื่อผู้เขียนได้เข้าร่วมไหว้พระ 9 วัด  
ในรายการต่าง ๆ ทำให้พบข้อด้อยที่เห็นว่าควรปรับปรุง อาทิ ผู้ที่มาไหว้พระบางคนทำบุญเพื่อหวังว่า  
จะร่ำรวย ผู้เขียนเห็นว่าเป็นการซื้อขายบุญแต่ไม่ได้รับคติธรรมกลับไป ส่วนวัดบางแห่งก็ต้องการ  
ชักชวนคนให้มาบริจาคเงินทำบุญมากกว่าให้ความรู้และสั่งสอนศีลธรรม

ว. วิเอง (นามแฝง) เขียนหนังสือชุด ‘เที่ยวอัมบุญไหว้พระ 9 วัด ใน 1 วัน’  
ประกอบไปด้วย **เที่ยวอัมบุญไหว้พระ 9 วัด ใน 1 วัน-จังหวัดสุพรรณบุรี (2551) เที่ยวอัมบุญไหว้พระ  
9 วัด ใน 1 วัน-จังหวัดเพชรบุรี (2551) เที่ยวอัมบุญไหว้พระ 9 วัด ใน 1 วัน-กรุงเทพฯอยุธยา (2551)**

และ**เที่ยวอัมบุญไหว้พระ 9 วัด ใน 1 วัน-จังหวัดฉะเชิงเทรา-ชลบุรี** (2551) มีลักษณะเป็นหนังสือคู่มือที่ช่วยวางแผนสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางด้วยตนเองให้สามารถเดินทางไปได้ครบทั้ง 9 วัดในแต่ละจังหวัด ผู้เขียนจะให้รายละเอียดเกี่ยวกับวัด วิธีการสักการะ ที่สำคัญ คือ จะช่วยกำหนดลำดับการเดินทางและเวลาที่ใช้ในแต่ละวัดเพื่อให้ผู้เดินทางประหยัดและสะดวกมากขึ้น

บุญชัย ใจเย็น เขียนหนังสือ **ไหว้พระ 9 วัดศักดิ์สิทธิ์ เสริมมงคลชีวิตให้ ร่ำรวยรุ่งเรือง** (2552) ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์ที่จะแนะนำกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดเป็นทางเลือกให้แก่คนกรุงเทพฯ ได้ท่องเที่ยวในช่วงปีใหม่ เพราะเป็นความเชื่อของคนไทยและเลข 9 เป็นเลขมงคลช่วยเสริมให้ชีวิตเจริญรุ่งเรือง นอกจากความเป็นสิริมงคลแล้วยังได้ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์อีกด้วย เส้นทางในหนังสือเป็นเส้นทางเดียวกับหนังสือ ขอพร ของม.ย.ร. มะลิ ประกอบด้วย 7 วัด 2 ศาล และนำเสนอคติในการไหว้พระเหมือนกับคติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จินต์เจริญ (นามแฝง) เขียนหนังสือเรื่อง **ไหว้พระ 9 วัดเสริมสิริมงคล** (2553) หนังสือเล่มนี้มีลักษณะเป็นคู่มือท่องเที่ยว โดยนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด และการเดินทางสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ตรงกับความต้องการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ‘ไหว้ฮิป ตามทริปกทม.’ แนะนำการเดินทางไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ นอกเหนือจากให้ความรู้เกี่ยวกับวัดโดยย่อแล้วก็ได้อธิบายวิธีการเดินทาง ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงเพิ่มเติมด้วย ‘งาน ๆ เงิน ๆ ทอง ๆ’ เป็นรายการท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่ยังทำงาน อยากหางานใหม่ หรือเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ ‘มามะ ไปเตทกัน’ ผู้เขียนจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางเลือกให้กับผู้รักโดยเน้นการขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับความรัก และแนะนำสถานที่รับประทานอาหารตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่อยู่ในเส้นทางด้วย ‘เรียนเด่น เรียนดี’ จัดสำหรับผู้ต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ด้านการศึกษา ผสมผสานกันระหว่างวัดพุทธ เทพเจ้าพราหมณ์-ฮินดู และอนุสาวรีย์ต่าง ๆ

## 2. หนังสือประเภทสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 9 แห่งทั้งในและต่างประเทศ

เนตรนภา แก้วแสงธรรม ยาเนชโกวา เขียนหนังสือ **ไหว้เทพเจ้า 9 ศาลจีนมงคล** (2554) กล่าวถึงความเชื่อของชาวจีน คติความเชื่อ ประกอบกับความรู้ทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์แต่ละแห่ง ได้แก่ วัดมังกรกมลาวาส (วัดเล่งเน่ยยี่) ศาลเจ้าแม่กวนอิม มูลนิธิเทียนฟ้า ศาลเจ้าหลี่ตีเปี้ยว ศาลเจ้ากวนอู ศาลเจ้าหั่งเจีย ศาลเจ้าเล่งบ้วยเอี้ย ศาลเจ้าเล่าปุนเล่าก่ง ศาลเจ้าโจวซือกง และศาลเจ้าพ่อเสือ

सानติ ภัทติคำ เขียนหนังสือเรื่อง **เสริมสิริมงคล ยลศิลปะจีน 9 วัดไทยในกรุงเทพฯ** (2553) เป็นหนังสือที่ใช้คำว่า 9 วัดเป็นหลัก แต่เนื้อหาแตกต่างจากเล่มอื่น ๆ เนื่องจากเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับอิทธิพลของศิลปะจีนและสัญลักษณ์ มงคลที่ปรากฏอยู่ในวัดต่าง ๆ ในเขต

กรุงเทพฯ ฯ ได้แก่ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดสุทัศน์เทพวราราม วัดบวรนิเวศวิหาร วัดเทพธิดาราม วัดมหรณนถาราม วัดราชโอรสาราม วัดนางนอง วัดกัลยาณมิตร และวัดอัปสรสวรรค์

สำนักพิมพ์ Enlighten ได้ตีพิมพ์หนังสือชื่อ **ไหว้แล้วรวย: เสริมมงคลชีวิต** **ตระเวนไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ 9 ประเทศ** (2551) เป็นการรวบรวมสิ่งศักดิ์สิทธิ์จากหลายศาสนาและหลายประเทศในทวีปเอเชียที่คนนิยมไปสักการะ หากผู้มีจิตศรัทธาได้ไปไหว้ขอพรวัดที่มีชื่อเสียงและความหมายมงคลจะทำให้เกิดกุศลสูงสุด ถ้าสามารถไปได้ครบ 9 วัด ใน 1 วันจะทำให้ได้ขึ้นสวรรค์และเกิดในยุคพระศรีอารีย์ เส้นทางที่แนะนำประกอบไปด้วยเส้นทางไหว้พระ 9 วัดกรุงเทพฯ สักการะเทพเจ้าฮินดู พระธาตุประจำปีเกิด และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 9 ประเทศในทวีปเอเชีย

3. บทความ ส่วนใหญ่เป็นบทความจากนิตยสารประเภทท่องเที่ยว ได้แก่ บทความเรื่อง “ไหว้พระ 9 วัดที่เชียงใหม่” จากนิตยสารกินรี ฉบับเดือนธันวาคม พ.ศ. 2545 เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางการท่องเที่ยวและมีศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ผู้เขียนจึงเลือกเส้นทางท่องเที่ยวตามวัดสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ 9 แห่ง เนื่องจากเลข 9 เป็นเลขนำโชคของคนไทย โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกวัดจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำวัดและชื่อวัดที่เป็นมงคล ประกอบไปด้วย วัดพระสิงห์ วัดเจดีย์หลวง วัดพระธาตุดอยสุเทพ วัดเชียงยืน วัดเชียงมั่น พระธาตุนครจอมทอง วัดสวนดอก วัดเจ็ดยอด และวัดลอยเคราะห์ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวตามเส้นทางดังกล่าวใช้เวลา 2 วัน ต่างจากรายการอื่น ๆ ที่มักใช้เวลาเพียงวันเดียว

บทความเรื่อง “กิน เที่ยว ไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ 9 วัดที่เมืองเก่า” จากนิตยสารกินรี ฉบับเดือนมกราคม พ.ศ. 2549 เป็นบทความท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงคติการไหว้พระ 9 วัด เข้ากับการเริ่มต้นปีใหม่ด้วยสิริมงคลตามแนวคิดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้เขียนเดินทางไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรถไฟ หลังจากนั้นจึงเช่ารถสามล้อรับจ้าง (รถตุ๊กตุ๊ก) เพื่อเดินทางไปยังวัดต่าง ๆ ตามเส้นทางของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคกลาง เขต 6 ได้วางไว้ ประกอบด้วย วัดพนัญเชิง วัดใหญ่ชัยมงคล วัดสุวรรณดารามราม วัดธรรมิกราช วัดหน้าพระเมรุ พระวิหารมณฑลพิตร วัดกษัตริยาธิราช วัดธรรมาราม และวัดพุทไธศวรรย์ โดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับวัดและคติในการสักการะด้วย

บทความเรื่อง “เที่ยวท่องล่องลำน้ำ ไหว้พระ 9 วัด” จากนิตยสารบ้านและสวน ฉบับเดือนกันยายน พ.ศ. 2549 ผู้เขียนใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเอกชนในการเดินทาง วัดที่เดินทางไปจะอยู่บริเวณคลองบางกอกใหญ่ล่องเรือตามแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นไปยังเกาะเกร็ด ประกอบด้วย วัดกัลยาณมิตร วัดอรุณราชวราราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดระฆังโฆสิตาราม วัดเขมาภิรตาราม วัดเฉลิมพระเกียรติ วัดปรมย์ยิกาวาส วัดไผ่ล้อม และวัดเสาชิงช้า ระหว่างเดินทางกลับมีจัดให้บริการอาหารเย็นบนเรือด้วย ในบทความดังกล่าวให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัดและลักษณะทางศิลปกรรมต่าง ๆ แต่ไม่มีการให้คติความเชื่อที่สอดคล้องกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือชื่อมงคลของวัด

## 2.3 การจัดการพื้นที่

นอกเหนือจากการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้แล้ว ยังมีการจัดการพื้นที่ซึ่งส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมด้วย

**2.3.1 การจัดการพื้นที่โดยวัด** วัดมีหน้าที่โดยตรงในการจัดการพื้นที่ให้สอดคล้องกับการรองรับนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องจัดการพื้นที่อย่างเหมาะสมในการเป็นศาสนสถานควบคู่กันไปด้วย

1. การปรับปรุงภูมิทัศน์ วัดบางแห่งที่อยู่ในเส้นทางศึกษาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง จึงมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวอยู่ก่อนแล้ว ภายหลังเมื่อเกิดกระแสไหว้พระ 9 วัดยิ่งทำให้คนเข้าวัดมากขึ้น ทั้งวัดที่เคยรองรับนักท่องเที่ยวก็ต้องรองรับคนจำนวนมากขึ้น ส่วนกรณีวัดที่แต่เดิมไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวก็ยังคงปรับตัวมากขึ้นกว่าเดิม การปรับปรุงส่วนใหญ่จะเป็นการปรับปรุงสภาพแวดล้อม อาคาร สถานที่ให้สะอาด สวยงาม เช่น วัดอรุณเคยมีต้นไม้ใหญ่ร่มรื่นกระจายทั่วทั้งวัด ปัจจุบันก็ถูกตัดออกเปลี่ยนเป็นการปลูกไม้พุ่ม จัดสวน ปลูกหญ้าเป็นสัดส่วนมีสีสันสวยงาม เช่นเดียวกับวัดสระเกศที่บริเวณรอบภูเขาทองจะปลูกต้นไม้ใหญ่ ป้องกันแดดฝน ปัจจุบันก็ตัดต้นไม้ออกเปลี่ยนเป็นอาคารชั้นเดียวเพื่อจำหน่ายสินค้า ห้องน้ำ และพื้นที่นั่งพักผ่อน ใ้มน้ำให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักผ่อน วัดสุทัศน์มีการปูพื้นใหม่เป็นพื้นกระเบื้อง จัดบริเวณให้สวยงามมากขึ้นนอกจากนั้นยังมีการจัดการพื้นที่แยกส่วนระหว่างเขตพุทธาวาสกับเขตสังฆาวาสให้แยกออกจากกันเพื่อป้องกันการรบกวนจากนักท่องเที่ยว

“... โชนตีก่อนอกเขตพุทธาวาสเป็นเขตที่มีพระสงฆ์อาศัยอยู่ด้วย ฉะนั้นจึงไม่ควรที่จะให้ประชาชนเข้าไปเดินเยี่ยมชม ... ประชาชนอยู่โซนหนึ่ง คนมาไหว้พระ 9 วัดอยู่ในเขตพุทธาวาส พระก็อยู่โซนหนึ่ง ก็จะไม่เดือดร้อน แบ่งโซนกัน ไม่คละกัน ...” (พระครูปริตรโกศล, 2557)

2. การสร้างหรือซ่อมแซมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ได้แก่ ห้องน้ำ ลานจอดรถ และจุดสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อรองรับการเข้ามาใช้งานของนักท่องเที่ยวทั้งในช่วงปกติและช่วงเทศกาลที่มีคนหนาแน่น

**ที่จอดรถ** การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่าจะมีทั้งที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว การใช้ระบบขนส่งสาธารณะ และกลุ่มที่เดินทางมาด้วยยานพาหนะส่วนตัว ซึ่งหากนำรถมาเองจำเป็นต้องใช้พื้นที่ในการจอดรถ บางวัดไม่มีที่จอดรถภายในวัด ได้แก่ วัดสุทัศน์และวัดพระแก้ว และไม่สามารถสร้างขึ้นเพิ่มเติมได้ นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องหาที่จอดรถในบริเวณใกล้เคียงด้วยตนเอง ในขณะที่วัดหลายแห่งมีพื้นที่จอดรถให้บริการบางวัดไม่สามารถขยายพื้นที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ แต่บางวัดก็ได้จัดการพื้นที่เพื่อขยายลานจอดรถเพิ่มเติม เช่น วัดชนะสงคราม (ภาพที่

16) วัดอรุณ วัดระฆัง (ภาพที่ 17) วัดกัลยาณมิตร แต่บางวัดกลับลดพื้นที่จอดรถลงเพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นขึ้นมาแทน เช่น วัดสระเกศที่ทำการปรับพื้นที่รอบภูเขาทองซึ่งเคยใช้จอดรถให้กลายเป็นห้องน้ำ ร้านค้า และจุดพักผ่อนของนักท่องเที่ยวแทน



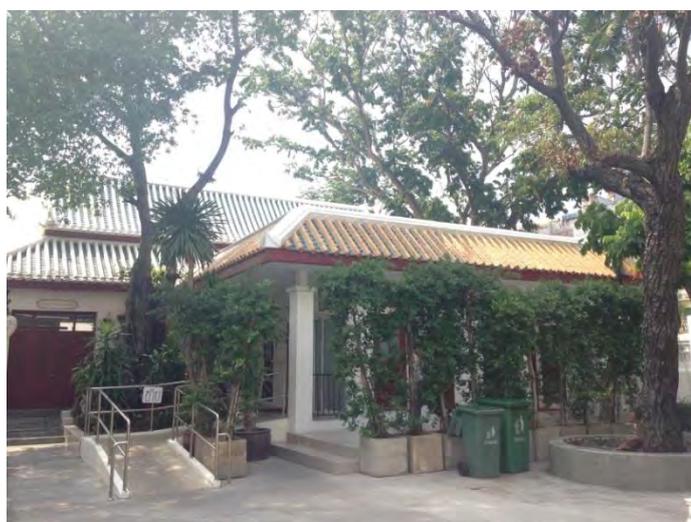
ภาพที่ 16 ภาพลานจอดรถของวัดชนะสงครามเดิม (ซ้าย) และขยายไปยังเขตพุทธาวาส (ขวา)



ภาพที่ 17 ภาพอาคารจอดรถวัดระฆัง

**ห้องน้ำ** เป็นอีกส่วนสำคัญของวัดที่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการจึงต้องมีการจัดการให้มีประสิทธิภาพทั้งปริมาณและคุณภาพ วัดทุกแห่งปรับปรุงห้องน้ำขึ้นใหม่ให้มีสภาพพร้อมใช้งานและสะอาดตลอดเวลา ทั้งนี้วัดหลายแห่งไม่สามารถสร้างห้องน้ำขึ้นใหม่เนื่องจากพื้นที่จำกัดหรือกฎระเบียบควบคุมไว้ เช่น วัดสุทัศน์ วัดพระแก้วจึงทำได้แค่ปรับปรุงสภาพเท่านั้น ในขณะที่วัดบวรซึ่งเพิ่งเปิดให้ประชาชนเข้าไปท่องเที่ยวก็ได้สร้างห้องน้ำขึ้นใหม่ข้างพระอุโบสถ (ภาพที่ 18)

วัดสระเกศสร้างห้องน้ำขึ้นใหม่ 3 จุดบริเวณรอบภูเขาทอง และวัดชนะสงครามที่ปกติจะใช้ห้องน้ำบนศาลาข้างพระอุโบสถ ก็ได้สร้างห้องน้ำใหม่พร้อมกับลานจอดรถแห่งที่ 2 บริเวณหลังวัด ด้านค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาวัดบางแห่งตั้งกล่องรับบริจาคเป็นค่าบำรุงรักษาห้องน้ำ แต่วัดบางแห่งมีพนักงานคอยดูแล และบางวัดได้กำหนดค่าเช่าอย่างชัดเจน เช่น วัดอรุณคิดค่าบริการ 5 บาท (ภาพที่ 19) ซึ่งปัจจุบันทุกวัดต่างแข่งขันกันพัฒนาคุณภาพห้องน้ำให้น่าใช้บริการมากขึ้นด้วยการจัดการของวัดและความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก วัดสุทัศน์ได้รับความร่วมมือจากกทม. เข้ามาซ่อมแซมและติดตั้งเครื่องปรับอากาศให้ วัดโพธิ์อยู่ในขั้นตอนเตรียมปรับปรุงห้องน้ำใหม่และจะติดตั้งเครื่องปรับอากาศด้วย วัดกัลยาณมิตรกำลังบูรณะวัดครั้งใหญ่และมีแผนสร้างห้องน้ำให้ดีกว่าปัจจุบัน วัดสระเกศได้รับการสนับสนุนเงินทุนสร้างห้องน้ำจากผู้มีจิตศรัทธารายใหญ่ของวัด



ภาพที่ 18 ภาพห้องน้ำที่สร้างขึ้นใหม่บริเวณข้างพระอุโบสถวัดบวรนิเวศ



ภาพที่ 19 ภาพห้องน้ำวัดอรุณราชวราราม ณ จุดที่มีการเก็บค่าบริการ 5 บาท

**จุดสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์** ปัจจุบันวัดเกือบทั้งหมดไม่อนุญาตให้ประชาชน จุดธูปเทียนภายในอาคาร แต่ได้จัดจุดสักการะไว้ให้ภายนอกซึ่งส่วนใหญ่อยู่กลางแจ้งพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ให้สอดคล้องกัน ได้แก่ การสร้างหลังคาคลุมหรือร่มบังแดดทั้งชั่วคราวและถาวร ตลอดจนการปูพื้นด้วยวัสดุต่าง ๆ ให้ประชาชนเดินหรือนั่งได้สะดวกขึ้น วัดกัลยาณมิตรได้ริ้วศาลา 2 หลัง หน้าพระอุโบสถออกเพื่อขยายพื้นที่สำหรับประชาชนมาจุดธูปเทียนสักการะหลวงพ่อช้ำปองกและสักการะเทพเจ้าจีนอื่น ๆ พร้อมกับสร้างโครงหลังคาขนาดใหญ่คลุมป้องกันแสงแดดและฝน (ภาพที่ 20) วัดบวรสร้างหลังคาชั่วคราวเพื่อกันแดดและที่นั่งพักสำหรับประชาชนหน้าพระอุโบสถ ส่วนบนพระเจดีย์ก็ได้บูรณะให้ประชาชนสามารถเดินและนั่งบนพื้นหินได้สะดวกมากขึ้น วัดชนะสงครามได้ตั้งเต็นท์คลุมเพื่อป้องกันแสงแดดและฝนคลุมบริเวณหน้าพระอุโบสถและรูปเคารพกรมพระราชวังบวรสุรสิงนาท แต่เมื่อเปลี่ยนเจ้าอาวาสก็ได้ปรับภูมิทัศน์และให้หรือเดินที่ออกทั้งหมด (ภาพที่ 21)



ภาพที่ 20 หลังคาคลุมจุดสักการะ ณ วัดกัลยาณมิตร



ภาพที่ 21 ภาพเปรียบเทียบก่อนและหลังการรื้อหลังคาคลุมหน้าพระอุโบสถวัดชนะสงคราม

**การจัดระบบรักษาความปลอดภัย** เพื่อดูแลและป้องกันปัญหาอาชญากรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มาตรการดูแลความปลอดภัยขั้นเบา คือ การติดป้ายเตือนให้ระวังรองเท้าหายในบริเวณที่ต้องถอดรองเท้า เช่น วัดสุทัศน์จะมีตู้สำหรับเก็บรองเท้าและมีป้ายเตือนบริเวณหน้าพระวิหาร แต่นักท่องเที่ยวก็จะระมัดระวังทรัพย์สินของตนเองมากขึ้นทำให้ลดปัญหาลงไปได้ วัดโพธิ์จัดการปัญหารองเท้าหายบริเวณวิหารพระพุทธไสยาสโดยให้บริการถุงผ้าสำหรับใส่รองเท้าให้นักท่องเที่ยวนำรองเท้าติดตัวเข้าไปด้วย แล้วจึงนำถุงมาคืนบริเวณทางออก (ภาพที่ 22) วัดสระเกศอนุญาตให้นักท่องเที่ยวใส่รองเท้าเข้าไปสักการะพระบรมสารีริกธาตุบนภูเขาทองได้เลย วัดบางแห่งจัดมาตรการดูแลความปลอดภัยอย่างเข้มงวดโดยมีตำรวจประจำอยู่ในวัด เช่น วัดอรุณจะมีตำรวจท่องเที่ยวซึ่งทำหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลักและดูแลนักท่องเที่ยวชาวไทย ในช่วงที่มีคนมาหนาแน่น วัดสระเกศมีเจ้าหน้าที่ตำรวจจากสถานีตำรวจนครบาลสำราญราษฎร์มาประจำที่วัดทุกวันและในช่วงเทศกาลสำคัญจะจัดเจ้าหน้าที่และญาติโยมจิตอาสาช่วยอำนวยความสะดวกบนภูเขาทอง ส่วนด้านล่างจะขอความร่วมมือจากคนขับรถสามล้อรับจ้างที่จอดรออยู่หลังภูเขาทองให้ช่วยดูแลความเรียบร้อยในส่วนดังกล่าว วัดหลายแห่งมีการติดตั้งกล้องวงจรปิด เช่น วัดอรุณติดตั้งกล้องวงจรปิดทั่วบริเวณวัด ส่วนวัดชนะสงครามก็เคยติดในพระอุโบสถอยู่ช่วงหนึ่งแต่เมื่อบูรณะพระอุโบสถก็ได้รื้อออกไปไม่ได้นำกลับมาติดอีก



ภาพที่ 22 ภาพถุงผ้าสำหรับใส่รองเท้า ณ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

**3.3.2 การจัดการพื้นที่โดยหน่วยงานการท่องเที่ยว** นอกจากวัดแล้ว หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงยังมีส่วนในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม เนื่องจากมีส่วนในการกำหนดวิธีการและจำนวนของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ใช้ในการท่องเที่ยว ในเบื้องต้นคือการจัดการวิธีการไหว้พระของคนโดยนำมาสร้างเป็นคดีเรื่องราว พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่สนใจซึ่งหากต้องเดินทางเองก็อาจจะไม่สะดวกและไม่สามารถไปได้ครบ 9 แห่ง แต่เมื่อมีการจัดบริการทัวร์นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ หรือจัดทำคู่มือแนะนำวิธีการเดินทาง การเรียงลำดับวัด ตลอดจนร้านอาหารและสิ่งที่น่าสนใจในบริเวณใกล้เคียง ก็ทำให้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทวัดและชุมชนโดยรอบที่อยู่กระจายตัวกันในเกาะรัตนโกสินทร์ถูกนำมาผูกร้อยเป็นเรื่องราวภายใต้หัวข้อไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงและได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น

**กรณีทัวร์ขสมก.** มีรูปแบบการจัดทัวร์โดยให้บริการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังวัดหรือศาสนสถานที่จัดไว้ ขณะเดินทางจะมีการให้ข้อมูลเพียงเล็กน้อยเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และสิ่งที่น่าสนใจตามแต่เวลาในการเดินทางจะเอื้ออำนวย เมื่อถึงจุดหมายแต่ละแห่งก็จะให้นักท่องเที่ยวเข้าไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามอัธยาศัย การจัดการของทั้งสองหน่วยงานนี้มีเวลาจำกัด ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องเลือกทรัพยากรที่ตนเองสนใจแล้วมุ่งเข้าไปทำกิจกรรมนั้นก่อนเพื่อให้ทันเวลาที่กำหนด หากมีเวลาเหลือจึงจะสามารถใช้ทรัพยากรอื่น ๆ ได้ ดังนั้นในบางสถานที่ นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างทั่วถึง เช่น วัดระฆังมีกิจกรรมสวดคาถาชินบัญชรซึ่งสามารถร่วมทำได้แต่ก็ไม่สามารถเข้าร่วมพิธีสวดมนต์ ฟังเทศน์ และนั่งสมาธิในพระอุโบสถได้เพราะใช้เวลานาน วัดสุทัศน์ นักท่องเที่ยวจะกระจุกตัวอยู่บริเวณพระวิหารและไม่ได้เดินออกไปยังสัตตมหาสถานและพระอุโบสถ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระอุโบสถจะมีคนหนาแน่นมากตลอดทั้งวัน หากไปตรงกับช่วงเทศกาล เจ้าหน้าที่ประจำทัวร์จะแนะนำให้สักการะอยู่ด้านนอกเท่านั้น

ทั้งนี้จุดจอดยานพาหนะของนักท่องเที่ยวเองก็มีความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ขสมก. จะจัดทัวร์ไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ ในวันอาทิตย์และวันสำคัญทางศาสนา หากเดินทางมาตรงกับวันอาทิตย์และไม่มีพระราชพิธีสำคัญ ประตูดุสิตโสภาทางด้านกระทรวงกลาโหมจะเปิดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงสามารถจอดรถทัวร์แล้วให้นักท่องเที่ยวเดินข้ามถนนมาเข้าที่ประตูนี้ได้ (ภาพที่ 23) เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาจะพบส่วนของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ใช้เวลาในการสักการะพระแก้วมรกตและเดินชมทรัพยากรวัฒนธรรมอื่น ๆ ในบริเวณวัด หากต้องการเข้าห้องน้ำก็สามารถเข้าได้ที่บริเวณก่อนเข้าเขตวัด แล้วกลับมาขึ้นรถที่ประตูเดิม ซึ่งต่างจากการจัดทัวร์อื่น ๆ ที่หากพานักท่องเที่ยวมาในวันที่ประตูดุสิตโสภาปิด นักท่องเที่ยวทุกคนต้องเข้าที่ประตูทางเข้าหลักคือประตูวิมานเทเวศหรือประตูวิเศษชัยศรี แล้วเดินตามทางบังคับเข้าสู่วัดพระแก้ว หลังจากนั้นจึงออกจากวัดโดยการเดินเข้าสู่เขตพระบรมมหาราชวังซึ่งมีพระที่นั่งองค์ต่าง ๆ และพิพิธภัณฑ์ที่สามารถเข้าชมได้ จนมาสิ้นสุดที่ประตูทางออก คือ ประตูวิมานไชยศรี ดังนั้นจุดจอดรถและเส้นทางการเดินส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรที่แตกต่างกันด้วย



ภาพที่ 23 ภาพจุดจอดทัวร์ขสมก. หน้ากระทรวงกลาโหมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินเข้าประตูดุสิตโสภา

### 3. ผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง

วัดเป็นแหล่งรวบรวมทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทศิลปกรรม ความเชื่อ การควบคุมสังคม ภูมิปัญญา และอื่น ๆ จึงเป็นสถานที่ที่มีผู้เข้าไปเยี่ยมชมเยือนทั้งพุทธศาสนิกชนและคนต่างศาสนา เพื่อประกอบพิธีกรรม ท่องเที่ยว และศึกษาหาความรู้ เมื่อเกิดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด ประชาชนหลังไหลเข้าวัดมากขึ้นจึงทำให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จากการศึกษาพบว่า

เกิดผลกระทบต่อพระอารามหลวง 9 แห่งทั้งทางบกและทางลพ โดยผู้ศึกษาจัดหมวดหมู่ผลกระทบ ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ผลกระทบด้านกายภาพ และผลกระทบด้าน วัฒนธรรม

### 3.1 ผลกระทบด้านกายภาพ

**3.1.1 ผลกระทบทางบกด้านกายภาพ** หลังจากทีวัดมีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น วัดเองก็ได้ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อยมากขึ้น วัดมีสาธารณูปโภคพร้อมสำหรับการบริการนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปรับปรุงถนน ลานจอดรถ ห้องน้ำ และการรักษาความปลอดภัย (ดูการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ หัวข้อ 2.3.1 การจัดการพื้นที่โดย วัด)

#### 3.1.2 ผลกระทบทางลพด้านกายภาพ

**ทรัพย์สินในวัดเสียดหาย** โดยเฉพาะโบราณสถานและโบราณวัตถุ

“... ของโบราณพวกนี้ก็หยิบจับพังเสียดหาย ตึกตานั้นต้องมานั่งซ่อมกันทุกปี ส่วนใหญ่ที่ทำนี่ก็คนไทย ฝรั่งเศสชาติถ้าไกด์บอกเค้าก็ไม่ทำแล้ว จะดูแลดีกว่าคนไทย รู้จักอนุรักษ์มากกว่าคนไทย ...” (แสงชัย สมพันธ์, 2557)

**สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ** ในช่วงปีใหม่และสงกรานต์ซึ่งเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวจะนิยมมาไหว้พระ 9 วัดมากที่สุด มักพบว่ามีปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณภายในวัด และถนนโดยรอบ ซึ่งวัดต่าง ๆ อยู่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกันจึงเกิดปัญหาการติดลักษณะงูกินหาง ในวัดที่เข้าถึงด้วยเรือด่วนเจ้าพระยาหรือเรือข้ามฟากก็พบว่ามีการใช้บริการอย่างหนาแน่นด้วยเช่นกัน (ภาพที่ 24)

“... ในทางลพก็จะมีผลกระทบบ้างถ้าเดินทางกันมาทางรถ มารถกันเป็นจำนวนมาก ทางศิริราช ทางฝั่งนี้ก็มีปัญหาจราจร คนมาวัดอรุณก็จะมากันโดยรถส่วนตัว ทำให้การจราจรติดขัดบ้าง ...” (พระมหาบุญรุ่ง สิริโชติ, 2557)

“... ทางวัดมีที่จอดรถทางด้านข้างและทางด้านหลังที่เราสร้างเพิ่ม ช่วงเทศกาลจะมีรถจอดเต็มหมด ถ้าจอดหมดพอดีก็ไม่ใช่ปัญหา แต่ปัญหาคือรถล้นวัด รถติดตั้งแต่ทางเข้าวัดกว่าจะถึงหลังโบสถ์แค่นี้ก็ร้อยเมตรใช้เวลาร่วมชั่วโมง ...” (พระมหาภาณุ ภาณุโก, 2557)

“... การจราจรทางบกของเรา ทางถนนเข้าวัดค่อนข้างแคบ ถึงจะมีที่จอดรถริมน้ำ ข้างศาลา ข้างกุฏิพระ แต่ทางเข้าไม่ค่อยสะดวก ถ้าคนมาเยอะรถก็ติด ...” (พระมหาดาวทอง ดิสโสโร, 2557)



ภาพที่ 24 ภาพประชาชนต่อแถวเพื่อรอเรือข้ามฟากจากวัดอรุณไปยังท่าเตียน

นอกจากนี้วัดทั้งหมดมีปัญหาเรื่องห้องน้ำไม่เพียงพอต่อความต้องการในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าจะมีการสร้างเพิ่มเติมหรือปรับปรุงให้มีสภาพดีขึ้นก็ยังไม่เพียงพอ บางวัดหากมีงานเทศกาลก็จะขอความร่วมมือจากทางกรุงเทพฯ ให้ส่งรถสุขาเคลื่อนที่มาให้บริการซึ่งก็ช่วยบรรเทาปัญหาได้บางส่วน

“... ช่วงปีใหม่คนมาเยอะมาก คนแน่นวัด มีมากับรถเมล์ฟรี แต่ถ้ามาเองก็เยอะ พอเข้ามาอัดกันเยอะ ๆ ห้องน้ำมันก็ไม่พอ เมื่อก่อนนะมีแต่ตามศาลาข้าง ๆ ศาลาหนึ่งมีสองห้อง เข้ายังไงก็ไม่พอ เลยสร้างห้องน้ำหลังโบสถ์ เดินออกไปทางที่จอดรถทางกุฏิพระก็ต่อแถวยาวเลย ยืนคอยกันล้นออกมา” (พนม ชื่นหวานวงศ์, 2557)

**ความขัดแย้งจากการปรับปรุงด้านกายภาพ** เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในบางครั้งเป็นการทำลายทัศนียภาพของวัดและก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างหมู่สงฆ์ กรณีวัดกัลยาณมิตรได้รื้อศาลาโบราณออกเพื่อสร้างโครงสร้างหลังคาครอบเพื่อบังแดดและฝน เป็นลักษณะโครงสร้างที่ไม่สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมของวัดและบดบังความสวยงามของพระอุโบสถ ในกรณีวัดบวรนิเวศ ได้จัดทำหลังคาบังแดดและปูพื้นให้ประชาชนสามารถสักการะพระพุทธรูปสำคัญได้สะดวก

ยิ่งขึ้น (ภาพที่ 25) ทำให้พระบางส่วนไม่เห็นด้วย เกิดปัญหาขัดแย้งระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรของวัดกับการให้บริการประชาชน



ภาพที่ 25 ภาพหลังคาคลุมระหว่างพระวิหารพระศาสดาและพระวิหารเก๋ง วัดบวรนิเวศ

“... เมื่อก่อนคนมาวัดน้อย ถ้าแดดออกก็ไม่ขึ้นไป ถ้าฝนตกก็หาที่หลบก่อน แต่เดี๋ยวนี้พอคนมาเยอะมันก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ มาแล้วก็ต้องขึ้นไปไหว้ เลยต้องสร้างหลังคาบังแดดบัง ปูพื้นไม้ให้ร้อนบ้าง แต่จริง ๆ แล้วเดินในวัดนี้ต้องถอดรองเท้า ต้องไม่มีอะไรรองนะ ก็กลายเป็นเรื่องกันว่าพระบางท่านมีห้วงทางอนุรักษ์ มันก็จริง แต่นี่ก็ต้องดูด้วยว่าคนมาวัดแล้วเราจะอำนวยความสะดวก จะให้บริการญาติโยมยังไง” (พระครูปริตรโกศล, 2557)

**การก่ออาชญากรรม** ในช่วงที่มีประชาชนเข้ามาในวัดเป็นจำนวนมากจะเป็นโอกาสของมิจฉาชีพที่เข้ามาฉวยโอกาสก่ออาชญากรรม ซึ่งอาชญากรรมที่เกิดขึ้นมีหลายระดับ ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ รองเท้าหาย พบที่วัดชนะสงคราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดสุทัศน์ วัดสระเกศ แต่ละวัดมีวิธีการจัดการต่างกัน ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการประกาศเตือนหรือติดป้ายเตือนให้นักท่องเที่ยวระมัดระวัง วัดพระแก้วจะมีการแยกชั้นวางรองเท้าให้นักท่องเที่ยวต่างชาติกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและจัดเจ้าหน้าที่ดูแล วัดสระเกศอนุญาตให้นักท่องเที่ยวสวมรองเท้าเข้าไปทั่วพื้นที่ภูเขาทองได้ วัดโพธิ์ให้นักท่องเที่ยวนำรองเท้าติดตัวเข้าไปในวิหารพระนอน ปัญหาต่อมา คือ การล้วงกระเป๋าและขโมยทรัพย์สินมีค่า วัดจะทำป้ายเตือนและมีเจ้าหน้าที่คอยสอดส่องดูแล แต่ปัจจุบันพบว่าปัญหาเรื่องรองเท้าหายและการลักทรัพย์ลดลงเพราะนักท่องเที่ยวจะระมัดระวังตัวเองมากขึ้น ส่วนอีกปัญหาที่

พบ คือ คนพลัดหลง วัดสระเกศจะพบปัญหานี้บ่อยในช่วงงานเทศกาลประจำปีซึ่งแก้ไขโดยการประกาศเสียงตามสายตามหาคนพลัดหลง นอกจากนี้วัดสระเกศทางด้านหลังภูเขาทองยังมีปัญหาการกระทำอนาจารกับนักท่องเที่ยว ซึ่งคนขับรถสามล้อรับจ้างและเจ้าหน้าที่วัดจะร่วมมือกันดูแลบริเวณนี้

### 3.2 ผลกระทบด้านวัฒนธรรม

#### 3.2.1 ผลกระทบทางบวกด้านวัฒนธรรม

**การทํานุบำรุงทรัพยากร** ทรัพยากรที่อยู่ภายในวัดประเพณีสถาปัตยกรรมศิลปกรรมได้รับการปรับปรุงให้มีสภาพดีอยู่เสมอ

**การต่อยอดความรู้และเผยแผ่ศาสนา** ในเบื้องต้นเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ก็จะได้เห็นถึงศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ ที่อยู่ภายในวัด โดยเฉพาะการเข้ามาของนักท่องเที่ยวกลุ่มไหว้พระ 9 วัด ทางวัดเองจึงใช้โอกาสนี้ในการเผยแผ่หลักธรรมคำสอน ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเรื่อง ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา และทรัพยากรภายในวัดให้ประชาชนได้รู้จักมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมเผยแผ่ศาสนานั้นมีการสอดแทรกเข้าไประหว่างการสักการะในรูปแบบของการเทศนา สั่งสอน การสวดมนต์ การฝึกจิตนั่งสมาธิ วิปัสสนากรรมฐาน และการเปิดเสียงตามสายเรื่องธรรมะต่าง ๆ ส่วนการถ่ายทอดความรู้ทางประวัติศาสตร์และศิลปกรรมของวัดนิยมจัดในรูปแบบของป้ายให้ความรู้ ประชาชนที่สนใจก็สามารถเดินชมและศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้วัดที่เคยเป็นวัดปิดก็ได้เปิดให้ประชาชนได้เข้ามาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์และได้ชมความงามของทรัพยากรภายในวัดซึ่งถือว่าเป็นสมบัติของแผ่นดินและเป็นสมบัติที่ชาวไทยทุกคนเป็นเจ้าของร่วมกัน ส่งผลให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรทางวัฒนธรรม

**การส่งเสริมให้ประชาชนเข้าวัด** กลวิธีในการให้ความหมายมงคลแก่วัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงนั้น ถือว่าเป็นกุศโลบายที่ช่วยดึงดูดให้คนอยากเข้าวัด ประกอบกับการทำให้เป็นประเพณีที่ทุกคนต้องมาไหว้พระในช่วงปีใหม่เพื่อการเริ่มต้นที่ดีของชีวิตในปีใหม่ที่กำลังมาถึงช่วยส่งเสริมกิจกรรมดังกล่าว การคัดเลือกสถานที่ที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จึงส่งผลให้คนที่เข้าวัดมีหลากหลายกลุ่มมากขึ้น ในอดีตพบว่าคนเข้าวัดส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุหรือคนที่อยู่ในชุมชนใกล้เคียงเพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนาในวันสำคัญต่าง ๆ แต่หลังจากเริ่มโครงการพบว่ากลุ่มอายุของผู้ที่มาไหว้พระก็กระจายมากขึ้น มีทั้งกลุ่มคนหนุ่มสาว กลุ่มเพื่อน คู่รัก รวมถึงครอบครัวที่มีทั้งผู้สูงอายุ ผู้ใหญ่และเด็กเข้าวัดด้วยกัน เพราะนอกเหนือจากการไหว้พระทำบุญแล้วยังได้ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจในสถานที่ใกล้เคียงกับตัววัดด้วย

#### 3.2.2 ผลกระทบทางลบด้านวัฒนธรรม

**การแต่งกายไม่เหมาะสม** วัดถือเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อของพุทธศาสนิกชน ดังนั้นค่านิยมของชาวพุทธเมื่อเข้าวัดจึงควรแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อย บางวัดไม่ได้จัดการกับปัญหานี้ เพราะเกิดขึ้นเฉพาะบางช่วง

“... ผลกระทบทางลบอย่างหนึ่งที่เราเห็นชัด คือวัดเราตั้งอยู่กับสถานที่ท่องเที่ยว คือ ถนนข้าวสาร ในช่วงสงกรานต์เป็นจุดเล่นน้ำสำคัญ ก็จะมีสาวน้อยประแป้งที่เล่นน้ำเสร็จก็เดินเข้ามาที่วัด มาไหว้พระต่อ เขาไม่ได้เปลี่ยนเสื้อผ้าก็เลยเกิดการแต่งกายไม่เหมาะสม ไม่น่ามองอยู่ภายในวัด ...” (พระครูปริตโกศล, 2557)

แต่บางวัดจัดการโดยทำป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายที่เหมาะสม ส่วนวัดบางแห่ง เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดารามตั้งอยู่ในเขตพระราชฐานจึงต้องแต่งกายตามระเบียบที่สำนักพระราชวังกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด บริเวณทางเข้าจะมีเจ้าหน้าที่ประจำเพื่อทำหน้าที่ตรวจตราเครื่องแต่งกายก่อนเข้าไป ซึ่งหากแต่งกายไม่เรียบร้อยก็จะมีผ้านุ่งให้บริการ จากการสัมภาษณ์พบว่าประเด็นการแต่งกายมักจะมีปัญหาขัดแย้งกันระหว่างเจ้าหน้าที่กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แต่งกายผิดระเบียบ เมื่อเจ้าหน้าที่อธิบายก็ไม่ยอมรับฟังทำให้เกิดการกระทบกระทั่งกันหลายครั้ง

**ความขัดแย้งเรื่องการจัดสรรพื้นที่ภายในวัด** เมื่อวัดกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีการจัดระเบียบและปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เรียบร้อย ตลอดจนการจัดการพื้นที่เพื่อใช้สอยในด้านต่าง ๆ นำไปสู่ปัญหาขัดแย้งระหว่างพระสงฆ์กับฆราวาสผู้ใช้พื้นที่ร่วมกัน เป็นการปะทะกันระหว่างความเชื่อกับการพัฒนา ความเชื่อของชาวพุทธโดยเฉพาะผู้ที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบวัดเห็นว่าวัดเป็นที่พึ่งของผู้ตกทุกข์ได้ยาก ในอดีตวัดจึงเปิดพื้นที่ให้คนเข้าไปใช้ประโยชน์ได้

“... เมื่อปี 11 ป้ามาอยู่ใหม่ ๆ วัดอนุญาตให้เขาไปขายของข้างในได้ สมัยก่อนข้างในมีบ้านพักคนงานเปิดให้เข้าไปอยู่ ให้อยู่คนละห้อง คนละห้อง ทำเอี่ยมอ่องจนเจ้าอาวาสเสีย ท่านอุบาสีเสียนั้นแหละ พอท่านเสียก็ไล่พวกข้างในย้ายออกมาหมด ไม่ให้อยู่เลย แต่พวกป้าสมัยสาว ๆ ก็ร้าย กินเหล้าเมายาอยู่ในนี้ ปันรั้ววัดตึก ๆ ตึ้น ๆ กลับบ้านกัน ...” (พรนภา ศรีกาญจน์, 2557)

“... เมื่อก่อนลุงขายข้างใน ตรงลานจอดรถข้างใน ทางวัดเค้าเอาที่คืนจะสร้างอะไรซักอย่าง สร้างของเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เราก็ต้องออกมา ...” (อำนาจ กอแก้ว, 2557)

“... ปัญหาของวัดอยู่ที่การบริหารมากกว่า วัดแย่งลง น่าจะเกี่ยวกับเรื่องพระ ๆ เจ้า ๆ แบ่งพรรคแบ่งพวก เป็นเหมือนกันทุกวัด มีผลกับเรา เราค้าขายที่นี้มานาน เรา

เป็นคนที่นี่แต่ว่าเค้าเอาพรรคพวกเข้ามาเราก็จะอยู่ไม่ได้ บางทีก็ไม่ให้ขาย จะมารื้อร้านเรา คนที่อื่นยังให้ขายได้ อยากให้เห็นใจเรา ...” (อภิสุธา อินทร์ประเสริฐ, 2557)

วัดยังถูกมองเป็นพื้นที่แห่งความเมตตาหรือเขตอภัยทาน แต่วิธีการจัดการพื้นที่บางประการกลับทำให้คนมองว่าขัดกับหลักศาสนา ทั้งนี้เมื่อมองในมุมของวัดก็จะพบว่าการจัดการดังกล่าวเกิดขึ้นเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมให้ถูกสุขอนามัย ลดการแพร่โรคจากสัตว์จรจัด และรักษาบริเวณวัดให้สะอาด

“...เดี๋ยวนี้ไม่เห็นแมวหมาหอรอก จับหมด เห็นเราให้ข้าวให้ปลาว่าเลย ไม่เอาไปเลี้ยงบ้านเลยหละ พระยังฟังวัดเลย หมาแมวก็ต้องฟังวัด บางทีเยอะเยอะ คลุกข้าวให้นอนตายเรียงเป็นแถวเลย ที่อยากให้มีน้สะอาด คนจะได้มาเที่ยว ที่ไหนมีธุรกิจเข้าไปอย่าให้เล้าเลย ...” (พรนภา ศรีกาญจน์, 2557)

“ถ้าวัดที่พื้นมีขี้หมาขี้แมว หมาแมวนอนเกลื่อน เป็นน่องน่องอยากมาไหม” (แสงชัย สมพันธุ์, 2557)

**ทัศนคติในการเข้าวัด** โดยเลือกไปวัดจากคติที่สอดคล้องกับชื่อและหวังที่จะได้พรตามชื่อวัดที่ได้สักการะ เลือกมาวัดใหญ่และมีชื่อเสียงเพิ่มเติมจากการทำบุญปกติในวัดใกล้บ้าน ส่งผลให้วัดบางแห่งใช้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อโฆษณาชักจูงให้คนเข้าวัด ซึ่งแท้จริงแล้วหากเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์น่าเลื่อมใสวัดก็ไม่จำเป็นต้องโฆษณาเชิญชวน แต่ประชาชนจะเป็นผู้เลือกเข้ามาสักการะเอง

**ความเชื่อจากหมอดู** บางครั้งกลุ่มคนที่เดินทางมาจากคำแนะนำของหมอดู ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับวัดและหน้าที่ของวัด กรณีวัดสุทัศน์มีผู้ที่เดินทางมาสอบถามเกี่ยวกับพระพุทธรูปปางนาคปรกยืนซึ่งหมอดูให้ข้อมูลว่าเป็นพระพุทธรูปพิเศษ ซึ่งทางวัดมีแต่พระนาคปรกนั่งแต่พุทธลักษณะต่างจากพระนาคปรกทั่วไป หรือรูปปั้นท้าวเวสสุวรรณซึ่งทางวัดมีเพียงเหรียญบูชาแต่ไม่มีองค์จริง เป็นต้น ส่วนวัดศรีรัตนศาสดารามจะพบว่าหมอดูนิยมให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามความเชื่อซึ่งกระทบต่อทรัพยากรในวัด เช่น การโยนเหรียญใส่นครวัดจำลอง การลูบเศียรช้างพระคชาธารเพื่อความโชคดี ซึ่งการกระทำดังกล่าวส่งผลให้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมเสียหายได้

### 3.3 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในแง่ของนักท่องเที่ยวที่ได้ใช้จ่ายเงินให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการไหว้พระ 9 วัด ซึ่งกรณีนี้ได้แก่ วัด ผู้ประกอบอาชีพบริเวณวัด และหน่วยงานที่ให้บริการนำเที่ยว จากรายงานของอินโฟเรเจอร์ (2547) พบว่ามีการใช้จ่ายในการเดินทาง อาหารเครื่องดื่ม การซื้อสินค้าและบริการ เฉลี่ย 316 บาทต่อคน ในปีถัดมาก็ยังคงมีการเดินทางและการใช้จ่ายเงินทุกปี

โดยเฉพาะช่วงเทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ และวันสำคัญทางศาสนา ในขณะที่เดียวกันเมื่อมีประเด็นเรื่องธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องย่อมทำให้เกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ด้วย

### 3.3.1 ผลกระทบทางบวกด้านเศรษฐกิจ

**วัดมีรายได้เพิ่มขึ้น** ในช่วงที่มีประชาชนเดินทางไหว้พระเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงบนเกาะรัตนโกสินทร์อย่างหนาแน่นในช่วงปีใหม่ จะพบว่ามีการใช้จ่ายเงินในการทำบุญมาก แต่มีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ ช่วงเวลาดังกล่าวเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวประชาชนเริ่มออกมาใช้จ่ายใช้สอย การทำบุญจะพบว่าประชาชนไม่นิยมทำบุญหลักร้อยหรือหลักพัน แต่จะเลือกทำบุญด้วยธนบัตรใบละ 20 บาท และกระจายไปมากถึง 9 วัดที่เข้าร่วมโครงการ เมื่อเทียบกับปริมาณคนที่เพิ่มมากขึ้นหลายเท่าตัวก็จะเป็นเม็ดเงินจำนวนมหาศาล (ณพัทยศ เอมะสิทธิ์, 2556) รายได้ของวัดมาจากทั้งเงินทำบุญหลากหลายรูปแบบ อาทิ การซื้อเครื่องสักการะสังฆทาน วัดถุมงคล การบริจาคเงินตามตู้รับบริจาค การถวายปัจจัยแต่พระสงฆ์ ค่าเช่าที่จอดรถ การซื้ออาหาร เครื่องดื่ม ของที่ระลึกจากร้านค้าของวัด เป็นต้น

“... เงินพัฒนาวัดก็มากขึ้น แต่ก็ไม่ได้มาจากในส่วนนี้เป็นหลัก งบที่พัฒนาอย่างพระอุโบสถนี้ตั้งร้อยห้าสิบล้าน เงินจากไหว้พระอย่างเดียวก็ไม่ถึง ก็จะมาจกสำนักทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์กับพระผู้ใหญ่ขอจากญาติโยม ส่วนของญาติโยมที่มาเที่ยวก็จะเป็นส่วนของค่าน้ำ ค่าไฟในพระวิหารอุโบสถ และค่าคนงาน ...” (พระมหานิคม นิสโก, 2557)

“... ทางวัดเองไม่ได้เก็บเงินค่าเช่าจากคนไทย แต่คนที่มาเที่ยวหรือมาทำบุญก็จะมีบริจาคเงินตาม donation box ...” (รณกร เจริญศรี, 2557)

“... ข้อดีอย่างหนึ่งเลย เห็นได้ชัดเลย ถ้าเกิดว่าเค้าจัดกิจกรรมไหว้พระเก้าวัดมากี่จะเห็นชัด วัดได้เงิน คนจัดได้เงิน ได้ทั้งคู่ ...” (แสงชัย สมพันธ์, 2557)

“... โยมจะมาไหว้พระและก็มีการทำบุญบริจาคทานพอสมควร วัดก็มีรายได้เพิ่มขึ้นบางส่วน ...” (พระมหาภาณุ ภาณุโก, 2557)

**ชุมชนโดยรอบมีรายได้เพิ่มขึ้น** การเข้ามาของนักท่องเที่ยวไม่ได้มีการใช้จ่ายเฉพาะกับทางวัดเท่านั้น แต่ยังมีค่าใช้จ่ายกับชุมชนโดยรอบด้วย

ร้านจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม จะขายดีมากในช่วงเทศกาลที่มีประชาชนเข้ามาไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

“... ลูกค้ามีทุกกลุ่ม ส่วนใหญ่จะเป็นคนไทยมากกว่า แต่เดี๋ยวนี้คนพม่าก็เข้ามาเยอะซื้อของง่ายกว่าคนไทย ร้านพี่จะขายได้มากช่วงเทศกาลปีใหม่ ลอยกระทง เข้าพรรษา คนจะมาแน่นวัด คนลงเรือยาวต่อแถวไปถึงปากซอยเข้าวัด โชคดีที่ร้านพี่อยู่ตรงท่าเรือตรงทางเข้าวัด มีคนซื้อตลอดนอกเทศกาลก็ได้ขาย ขายตรงนี้มาตั้งแต่รุ่นพ่อแม่ พี่ก็มาขายต่อ ไอติมวอลล์เพิ่งมาช่วยปรับปรุงร้านให้มันดูสะอาดสะอาด คนมาซื้อตลอด รายได้ก็ดีพออยู่ได้ ...” (อภิสร อินทร์ประเสริฐ, 2557)

“... ร้านเราเปิดมาสี่ห้าสิบปี เราเกิดที่นี่ ช่วงสงกรานต์ปีใหม่เราไม่หยุด เราหยุดแค่ตรุษจีนกับสารทจีน คนแน่นร้าน เราเปิดร้านถึงเที่ยงคืน กลางวันขายก๋วยเตี๋ยว กลางคืนขายข้าวต้มหม้อดิน ถิ่นนี้อาหารอร่อย มีอาหารขึ้นชื่อหลายอย่าง คนมาวัดก็แวะมาชิมของอร่อย ๆ แถวนี้อร่อย ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับร้านค้า ให้กับคนแถวนี้ได้เยอะ พื้นที่โซนเขตพระนครเค้าจะมาเป็นพิพิธภัณฑ์นักท่องเที่ยวก็เข้ามาเยอะ คนมีบ้านแถวนี้สบายเลยเปิดร้านขายข้าว ถ้ามีที่เปิดให้เช่าที่จอดรถเลย ...” (เจ้าของร้านอาหารชวนชิม, 2557)

คนขับรถสามล้อรับจ้าง วัดในเส้นทาง 9 วัดจะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจึงมีรถรับจ้างจอดรอนักท่องเที่ยวอยู่ประจำ ส่วนใหญ่จะรับส่งนักท่องเที่ยวตามจุดหมายที่ต้องการเพียงจุดเดียว แต่เมื่อเกิดการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงในเขตรอบเกาะรัตนโกสินทร์ทำให้คนขับรถรับจ้างเหล่านี้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่มาเช่าเหมารถเพื่อไหว้พระ 9 วัด จากการสอบถามพบว่ามีลักษณะการให้บริการคล้ายคลึงกันและราคาใกล้เคียงกัน กล่าวคือ คนขับจะตกลงกับลูกค้าเรื่องราคาและเวลาในการใช้บริการ โดยราคามาตรฐาน คือ 900 บาท ให้สอดคล้องกับเลข 9 และจำนวนวัด 9 แห่ง แต่จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ระหว่าง 400 - 1,200 บาท ตามการตกลง การไหว้พระ 1 รอบจะเริ่มต้นตั้งแต่ 3 ชั่วโมงจนถึงทั้งวันขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่ลูกค้าทำ คนขับรถจะเป็นผู้กำหนดเส้นทางและลำดับก่อนหลังเนื่องจากชำนาญมากกว่า วัดส่วนใหญ่จะอยู่ในเกาะรัตนโกสินทร์และข้ามไปฝั่งธนบุรี คนที่มาเหมารถส่วนใหญ่จะมาเป็นกลุ่ม 2 คนขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวันรุ่นและวัยทำงาน ผู้สูงอายุไม่นิยมเหมารถสามล้อเพราะขึ้นลงยาก มักเดินทางมาโดยรถส่วนตัวหรือแท็กซี่มากกว่า

“... ถ้าเป็นในช่วงเทศกาลจะแนะนำให้ผู้โดยสารไปเรียกรถเอาแต่ละวัด ไม่แนะนำให้มา ช่วงเทศกาลจะหารถได้ง่าย แท็กซี่ ตุ๊กตุ๊กจอดเต็มหน้าวัดตั้ง เรียกแบบวัดต่อวัดจะได้ราคาถูกกว่า เฉลี่ยเที่ยวละ 50-60 บาท แต่บางคนที่ยากได้สะดวกก็จัดการเหมาทั้งวัน บางกลุ่มซีโกรงใจรีบไหว้รับขึ้นรถ บางกลุ่มใช้เวลาไหว้พระเสร็จยังเดินเที่ยวถ่ายรูป แต่ว่าอะไรไม่ได้ เค้าเหมาเราแล้ว บางคนก็รู้ว่านานเค้าก็ทิบนะ เรียก 1,200 ให้ 1,500 ... ช่วง

วันธรรมดามมนำให้เหมา เพราะจะหารถจากวัดหนึ่งไปวัดหนึ่งยาก เหมาเลยสะดวกกว่า ..” (วิโรจน์ วิบูลย์เวชวาณิชย์, 2557)

“... นาน ๆ ครั้งจะมีเรียกให้ไปไหว้พระ 9 วัด รอบหนึ่งใช้เวลา 4-5 ชั่วโมง คิด 400-500 บาท ก่อนตกลงเหมาต้องคุยกับผู้โดยสารก่อนว่าจะไปกี่คน ใช้เวลานานแค่ไหน ถ้าคุยแล้วใช้เวลาเยอะก็จะไม่รับเพราะไม่คุ้ม ...” (วิเชียร หลงชล, 2557)

**การบริการอื่น ๆ เพื่อรองรับผู้ที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด** ได้แก่ บริการเรือไหว้พระ 3 วัดระหว่างวัดอรุณ วัดกัลยาณมิตร และวัดระฆัง โดยการดำเนินงานของเรือเอกชน ผู้ให้บริการมีความเห็นว่าวัด 3 แห่งบนฝั่งธนบุรีที่อยู่ในเส้นทางไหว้พระ 9 วัดเดินทางไปมาลำบากและคนไม่รู้จักเท่าที่ควร จึงประยุกต์อาชีพดั้งเดิมที่ขับเรือรับจ้างพานักท่องเที่ยวเข้าไปชมสถานที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองสาขาต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพฯ และนนทบุรี มาให้บริการขับเรือรับส่งผู้ที่ต้องการไหว้พระในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยให้ความเห็นว่าจัดให้บริการ 3 วัดก็เพียงพอแล้ว เนื่องจากอยู่ในช่วงระยะทางที่เหมาะสม หากจัดทัวร์ไหว้พระครบทั้ง 9 วัดจะใช้เวลาและค่าใช้จ่ายสูง ยิ่งไปกว่านั้นการขึ้นลงเรือตลอดทั้งวันจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเหนื่อยและเบื่อหน่ายได้ จึงเป็นที่มาของการต่อยอดการประกอบอาชีพบนพื้นฐานอาชีพเดิม

### 3.3.2 ผลกระทบทางลบด้านเศรษฐกิจ

**การใช้จ่ายกระจุกตัว** วัดที่มีประชาชนเข้าไปทำบุญมากย่อมมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่วัดที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกลับกลายเป็นว่ามีจำนวนคนเข้าวัดในอัตราเท่าเดิมหรือลดลงเพราะไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ให้อยู่ในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง จึงเกิดการร้องเรียนมายังกองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ ว่าได้รับผลกระทบจากกิจกรรมดังกล่าว กองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงจัดเส้นทางใหม่เพื่อกระจายคนออกจากวัดในโครงการไปยังวัดอื่น ๆ มากขึ้น หากเริ่มมีนักท่องเที่ยวเข้าไปยังวัดในเส้นทางอื่น ๆ ก็จะทำให้เกิดการตื่นตัว วัดพัฒนาตนเองให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวและรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

**ความขัดแย้งระหว่างวัดกับคนในชุมชน** เรื่องการเช่าพื้นที่ประกอบอาชีพค้าขายหรือจอตกรับจ้างบริเวณวัด เมื่อพื้นที่วัดเข้าสู่การทำธุรกิจมากขึ้นทำให้เกิดการแย่งชิงทรัพยากรภายในวัด โดยเฉพาะพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าหรือการใช้เส้นสายในการขอใช้พื้นที่ วัดบางแห่งต้องการที่ดินเขตธรณีสงฆ์คืนจากชุมชนเพื่อนำไปพัฒนาในด้านอื่น เกิดเป็นกรณีพิพาทระหว่างวัดกับชุมชน และส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวบางส่วนที่หลีกเลี่ยงไปไหว้พระในวัดที่มีข้อพิพาท

“... ช่วงไหว้พระ 9 วัดแรก ๆ คนมาเยอะ วัดกัลยาณมิตรเป็นแก้ววัด แต่พอเปลี่ยนเจ้าอาวาสเป็นรูปใหม่คนก็เข้าวัดน้อยลง ประมาณ 2 ปีได้ก็เห็นชาวบ้านขึ้นป้ายคัดค้าน คงฟ้องร้องกันอยู่ เค้าต่อต้านกันเพราะแกล่นไถ่เรือของเก่า โบราณสถานที่มีก็เก่าแก่ บ้านเรือนก็อยู่มาเก่าแก่ กลายเป็นว่าวัดกับชุมชนตัดขาดออกจากกัน ไม่ให้ความร่วมมือกัน ที่นี้คนได้ยืนข่าว ได้อ่านป้าย ปากต่อปากกันคนก็ไม่กล้าเข้าวัดแล้ว ...” (สุกัญญา นุชเนตร, 2557)

#### 4. พฤติกรรม ทักษะคติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

ข้อมูลส่วนนี้ได้มาจากการที่ผู้ศึกษาลงพื้นที่ทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างระหว่างที่นักท่องเที่ยวเดินทางไหว้พระ 9 วัด เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงโดยเลือกแบบสุ่ม ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 จำนวน 4 ครั้ง

ครั้งที่ 1 เก็บข้อมูลวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2555 แจกแบบสอบถาม 45 ชุด บริเวณวัดบวรนิเวศวิหาร วัดชนะสงคราม และวัดสระเกศ เป็นวันเสาร์ไม่ตรงกับช่วงเทศกาล เก็บจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตัวเอง

ครั้งที่ 2 วันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 แจกแบบสอบถาม 30 ชุด บริเวณวัดกัลยาณมิตรและวัดพระศรีรัตนศาสดาราม เป็นวันธรรมดาไม่ตรงกับช่วงเทศกาล เก็บจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตัวเอง

ครั้งที่ 3 ในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 แจกแบบสอบถาม 170 ชุด บริเวณวัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดระฆังโฆสิตาราม และวัดอรุณราชวราราม ตรงกับวันอาทิตย์ในช่วงเทศกาลมาฆบูชา เก็บจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตัวเอง และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับทัวร์ไหว้พระ 9 วัด ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ เส้นทางกรุงเทพฯ

ครั้งที่ 4 ในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 แจกแบบสอบถาม 155 ชุด บริเวณวัดบวรนิเวศวิหาร วัดชนะสงคราม วัดสระเกศ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดสุทัศนเทพวราราม ตรงกับวันมาฆบูชา เก็บจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตัวเอง และนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัดขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์

#### 4.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		
เพศ	ชาย	100 คน
	หญิง	300 คน
อายุ	อายุต่ำกว่า 20 ปี	15 คน
	อายุ 20 - 29 ปี	123 คน
	อายุ 30 - 39 ปี	104 คน
	อายุ 40 - 49 ปี	65 คน
	อายุ 50 - 59 ปี	67 คน
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	27 คน
	ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า		48 คน
อนุปริญญา		61 คน
ปริญญาตรี		232 คน
สูงกว่าปริญญาตรี		35 คน
รายได้		ต่ำกว่า 10,000 บาท
	10,000 - 19,999 บาท	161 คน
	20,000 - 29,999 บาท	59 คน
	30,000 - 39,999 บาท	57 คน
	40,000 - 49,999 บาท	28 คน
	50,000 บาทขึ้นไป	43 คน
	ภูมิลำเนา	กรุงเทพฯ
ต่างจังหวัด		214 คน
ที่อยู่ปัจจุบัน	กรุงเทพฯ	309 คน
	ต่างจังหวัด	91 คน

กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน จากการวิเคราะห์แบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงจำนวน 300 คน คือเป็นร้อยละ 75 ของประชากรทั้งหมด และเป็นเพศชายจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 ของทั้งหมดมีอายุระหว่าง 20-29 ปี และ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 26 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งสิ้น 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รายได้อยู่ระหว่าง 10,000-19,999 มากที่สุด จำนวน 161 คนคิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมา คือ 20,000 – 29,999 บาท 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ภูมิภาคส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัด 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 แต่ในขณะเดียวกันกลับพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกรุงเทพฯ ถึง 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25

กิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงจำเป็นต้องเดินทางไปถึง 9 วัดใน 1 วัน จึงไม่สะดวกเท่าที่ควรสำหรับผู้สูงอายุและเด็ก ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างจึงพบว่าอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายจนถึงวัยทำงานซึ่งสามารถเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวได้สะดวกมากกว่า กลุ่มตัวอย่างเกินกึ่งหนึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรีสอดคล้องกับรายงานของกองวิจัยตลาดแรงงาน (2556) ที่พบว่าสถิติตั้งแต่ปี 2543-2556 ผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเข้าสู่ตลาดแรงงานมากกว่าระดับอื่น ๆ จึงพบผู้สำเร็จการศึกษาระดับดังกล่าวมากที่สุดในการเก็บข้อมูลประเด็นดังกล่าวส่งผลต่อรายได้ของกลุ่มตัวอย่างด้วย เนื่องจากรายได้เฉลี่ยของผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีอ้างอิงจากฐานเงินเดือนข้าราชการในปัจจุบันอยู่ที่ 15,000 บาทและเพิ่มขึ้นตามอายุ ส่วนภูมิภาคจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการอพยพย้ายถิ่นจากต่างจังหวัดเข้ามาอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และมีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกรุงเทพฯ จะเข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงมากกว่าผู้อาศัยในต่างจังหวัดโดยตรง

#### 4.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด เส้นทางเกาะรัตนโกสินทร์และฝั่งธนบุรีตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์ (เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง) ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556

ตารางที่ 3 แหล่งที่มาของข้อมูลไหว้พระ 9 วัด

แหล่งที่มาของข้อมูลไหว้พระ 9 วัด	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
โทรทัศน์	21	5.25
วิทยุ	14	3.50
อินเทอร์เน็ต	82	20.50
หนังสือ	2	0.50
สอบถามจาก ททท.	16	4.00
ป้ายโฆษณา	39	9.75
เพื่อน/ญาติ	175	43.75
อื่นๆ	51	12.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวนเกือบกึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 43.75) รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการไหว้พระ 9 วัดจากเพื่อนหรือญาติ รองลงมา คือ รับทราบข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 20.50 โดยระบุว่าทราบจากเว็บไซต์ poloboon.com เว็บไซต์ของขสมก. และเว็บไซต์ google.com ในอัตราใกล้เคียงกัน ลำดับถัดมาพบว่านักท่องเที่ยวรับรู้จากแหล่งอื่น ๆ โดยระบุว่าทราบจากป้ายรถเมล์ หมอตุ สอบถามจากขสมก. โดยตรง และอื่น ๆ จำนวนร้อยละ 12.75 นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวระบุว่ารับรู้จากป้ายโฆษณา โทรทัศน์ สอบถามจากททท. วิทยุ และหนังสือ ลดลงตามลำดับ

การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเกิดขึ้นผ่านการสื่อสารระดับบุคคล สอดคล้องกับการเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมมักมาเป็นกลุ่มจากการชักชวนของเพื่อนหรือญาติ นอกจากนั้นยังมีการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์เนื่องจากปัจจุบันประชาชนเข้าถึงสื่อประเภทนี้ได้ง่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตามการเก็บข้อมูลในช่วงเทศกาลจะพบว่านักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลผ่านป้ายรถประจำทาง ป้ายโฆษณาที่ประชาสัมพันธ์รถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด ตามจุดต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพฯ ด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 4 ความถี่ในการไหว้พระ 9 วัด

ความถี่บ่อยในการไหว้พระ 9 วัด	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ทุกเดือน	12	3.00
4 ครั้งต่อปี	17	4.25
3 ครั้งต่อปี	25	6.25
2 ครั้งต่อปี	58	14.5
1 ครั้งต่อปี	137	34.25
อื่นๆ	151	37.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากแบบสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวเลือกเดินทางในหัวข้ออื่น ๆ มากเป็นอันดับ 1 จำนวนร้อยละ 37.75 โดยเขียนระบุในหัวข้อดังกล่าวว่า ความถี่ในการเดินทางมาไหว้พระ 9 วัดจะขึ้นอยู่กับเวลาที่สะดวก ถัดมาคือเดินทาง 1 ครั้งต่อปี ร้อยละ 34.25 และอัตราส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางจะลดลงไปตามความถี่ คือ 2, 3, 4 ครั้งต่อปี และทุกเดือนเป็นลำดับสุดท้าย

ความถี่ในการเดินทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงของกลุ่มตัวอย่างพบว่าความถี่จะขึ้นอยู่กับสะดวกมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานดังนั้นวันหยุดที่จะสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้จึงขึ้นอยู่กับระบบการทำงานของแต่ละบุคคล โดยอาจเป็นวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ก็ได้ นักท่องเที่ยวจึงเลือกเดินทางตามวันหยุดที่ตนเองสะดวกมากกว่าระบุจำนวนที่แน่นอน ส่วนการเดินทางปีละ 1 ครั้งสอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ความเชื่อที่เริ่มต้นปีใหม่ด้วยการไหว้พระขอพร กลุ่มตัวอย่างบางส่วนจึงยึดตามความเชื่อนี้และคิดว่าสักการะปีละ 1 ครั้งก็เพียงพอและจะมาเป็นประจำทุกปี

ตารางที่ 5 โอกาสในการมาไหว้พระ 9 วัด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

โอกาสในการมาไหว้พระ 9 วัด	จำนวน	ลำดับที่
วันขึ้นปีใหม่	108	3
วันตรุษจีน	18	6
วันสำคัญทางศาสนา	185	1
วันเกิด	61	4
วันสงกรานต์	43	5
อื่นๆ	140	2

คำถามในข้อนี้กำหนดให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จึงไม่สามารถแปรผลเป็นร้อยละได้ แต่จะใช้วิธีการเรียงลำดับจากมากไปน้อยแทน โดยเมื่อสอบถามถึงโอกาสที่นักท่องเที่ยวเลือกออกมาไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ได้รับผลว่า นักท่องเที่ยวจะเดินทางในวันสำคัญทางศาสนามากที่สุดจำนวน 185 คน รองลงมา คือ อื่น ๆ โดยระบุว่า แล้วแต่สะดวกเป็นสัดส่วนมากที่สุด อันดับ 3 คือ เลือกลงมาไหว้พระ 9 วัดในช่วงวันขึ้นปีใหม่ ถัดมา คือ วันเกิด วันสงกรานต์ และวันตรุษจีนตามลำดับ

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเลือกเดินทางในช่วงวันสำคัญทางศาสนามากที่สุด เนื่องจากผู้ศึกษาแจกแบบสอบถามส่วนใหญ่ในเทศกาลมาฆบูชา พ.ศ. 2556 และวันสำคัญทางศาสนาในรอบปีมีหลายเทศกาล กลุ่มตัวอย่างอาจจะกระจายกันไปในช่วงต่าง ๆ ยิ่งไปกว่านั้นขสมก. ได้จัดรถเมล์ฟรีให้บริการนำนักท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดส่งผลให้เดินทางได้สะดวกมากขึ้นจึงทำให้ได้ผลการศึกษาดังที่ปรากฏ อันดับถัดมานักท่องเที่ยวยังคงเลือกเดินทางในเวลาที่สะดวกสอดคล้องกับวันทำงานและวันหยุดในระบบราชการและเอกชน ส่วนการเดินทางในวันขึ้นปีใหม่อยู่ในลำดับที่ 3 ผู้ศึกษามีความเห็นว่าง่วงเวลาดังกล่าวเป็นวันหยุดต่อเนื่องหลายวัน ประชาชนในเขตกรุงเทพฯ นิยมเดินทางออกต่างจังหวัดเพื่อท่องเที่ยวหรือกลับภูมิลำเนา ส่วนกลุ่มที่ยังอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ก็จะนิยมมาสักการะขอพรบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์ซึ่งทับซ้อนกับพื้นที่ศึกษาทำให้การจราจรติดขัดและประชาชนแออัดกันในวัดต่าง ๆ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงหลีกเลี่ยงไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงในช่วงเทศกาลปีใหม่

## ตารางที่ 6 วิธีการเดินทาง

วิธีการเดินทาง	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
รถส่วนตัว	69	17.25
แท็กซี่/ ตุ๊กตุ๊ก	42	10.5
บริการขนส่งมวลชน	169	42.25
ยานพาหนะของบริษัทท่องเที่ยว (ในกรณีนี้ คือ เดินทางมาที่วัด 9 วัด ของชมก. ทั้งหมด)	103	25.75
เดินเท้า	16	4.00
อื่นๆ	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 42.25 ระบุว่าเดินทางมาไหว้พระ 9 วัด โดยบริการขนส่งมวลชน รองลงมา คือ เดินทางมาที่บริษัทท่องเที่ยว ซึ่งในกรณีศึกษานี้คือการเดินทางมาที่วัด 9 วัด เส้นทางกรุงเทพฯ ของชมก. คิดเป็นร้อยละ 25.75 ต่อมา คือ การเดินทางโดยรถส่วนตัว ร้อยละ 17.25 ใช้บริการแท็กซี่หรือตุ๊กตุ๊ก จำนวนร้อยละ 10.5 และยังมีกลุ่มที่ใช้วิธีเดินเท้าคิดเป็นร้อยละ 4

กิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงรอบคลุมพื้นที่บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ และฝั่งธนบุรีตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์ซึ่งมีระบบขนส่งมวลชนให้บริการอย่างทั่วถึง กลุ่มตัวอย่างจึงสามารถใช้รถประจำทางหรือเรือค่านและเรือข้ามฟากเดินทางไปยังวัดต่าง ๆ ได้สะดวก ประกอบกับผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลตรงกับช่วงที่ชมก. จัดบริการรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด จึงพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางไปวัดต่าง ๆ ด้วยวิธีดังกล่าว อันดับถัดมาพบว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาที่บริษัทนำเที่ยว ซึ่งกรณีนี้หมายถึงเดินทางมาที่วัดชมก. ที่เปิดจำหน่ายทัวร์แก่ประชาชนทั่วไปและให้บริการนำเที่ยวไหว้พระ 9 วัด โดยมีเส้นทางคล้ายกับการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเช่นกัน ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มนี้ด้วยทำให้ได้ผลการศึกษามากเป็นอันดับสอง นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถส่วนตัวจะพบในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางในวันธรรมดาและวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ที่ไม่ตรงกับช่วงเทศกาล เนื่องจากการจราจรไม่หนาแน่น สามารถหาที่จอดรถได้สะดวกกว่าช่วงเทศกาล ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางโดยรถแท็กซี่และตุ๊กตุ๊กพบในลำดับถัดมาเนื่องจากค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง และการเดินเท้าเป็นวิธีที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้น้อยที่สุด แม้ว่ากลุ่มพระอารามหลวงในเส้นทางจะอยู่ไม่ห่างกันมากนักแต่หากเดินเท้าจะใช้เวลานานทั้งวันและอาจเหนื่อยจนเกินไป

ตารางที่ 7 สาเหตุที่เลือกวัด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุที่เลือกวัด	จำนวน	ลำดับที่
ชื่อวัดมีความหมายมงคล	100	3
เดินทางสะดวก	169	1
เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ	57	4
มีความสวยงามทางศิลปกรรม	28	5
เลื่อมใสในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำวัด	130	2
ชอบกิจกรรมอื่นๆที่วัดจัด เช่น การสวดมนต์ นั่งสมาธิ	15	7
อื่น ๆ	18	6

คำถามในข้อนี้กำหนดให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จึงไม่สามารถแปรผลเป็นร้อยละได้ แต่จะใช้วิธีการเรียงลำดับจากมากไปน้อยแทน นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปวัดเนื่องจากวัดนั้นเดินทางไปได้สะดวกเป็นลำดับแรก ต่อมา คือ ความเลื่อมใสในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำวัด ส่วนชื่อของวัดที่เป็นมงคลก็ส่งผลต่อการเลือกวัดด้วย ทำให้เป็นสาเหตุลำดับ 3 ต่อมาคือวัดนั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ มีความสวยงามทางศิลปกรรม ขึ้นชอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่วัดจัดและเหตุผลอื่น ๆ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างเลือกเดินทางในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเนื่องจากเดินทางเข้าไปยังวัดต่าง ๆ ได้สะดวก ตรงกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องเข้าถึงง่าย ประกอบกับการนำเอาพระอารามมาจัดเรียงเป็นเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงทำให้เชื่อมต่อกับการเดินทางทั้งรถประจำทาง เรือด่วนเจ้าพระยา เรือข้ามฟาก และรถรับจ้างประเภทต่าง ๆ นักท่องเที่ยวจึงเลือกเดินทางในเส้นทางนี้ อันดับถัดมานักท่องเที่ยวเลือกไปยังวัดที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระทำบุญ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงเลือกวัดที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียงเพื่อขอพรในสิ่งที่ตนต้องการ ชื่อของวัดที่เป็นมงคลส่งผลต่อการเลือกวัดเป็นอันดับที่ 3 จากการนำเอาชื่อและลักษณะเด่นของพระอารามหลวงทั้ง 9 แห่งมาสร้างเป็นความหมายดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการความเป็นสิริมงคลในด้านต่าง ๆ เลือกเข้าร่วมกิจกรรมในเส้นทางที่ศึกษา และกิจกรรมอื่น ๆ ถือเป็นกิจกรรมที่เสริมขึ้นมาจากสาเหตุหลักที่เดินทางไปจึงพบว่าอยู่ในลำดับถัดลงมา

ตารางที่ 8 วัดที่เดินทางไปหรือตั้งใจว่าจะเดินทางไป (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

วัดที่เดินทางไปหรือตั้งใจว่าจะเดินทางไป	จำนวน	ลำดับที่
วัดพระแก้ว	235	2
วัดโพธิ์	203	5
วัดอรุณ	199	6
วัดกัลยาณมิตร	160	8
วัดระฆัง	219	4
วัดสุทัศน์	187	7
วัดสระเกศ (ภูเขาทอง)	98	10
วัดบวรนิเวศ	225	3
วัดชนะสงคราม	247	1
ศาลหลักเมือง	76	11
ศาลเจ้าพ่อเสือ	28	12
อื่น ๆ	139	9

นักท่องเที่ยวสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จึงไม่สามารถแปรผลเป็นร้อยละได้ แต่จะใช้วิธีการเรียงลำดับจากมากไปน้อยแทน จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวเดินทางไปวัดชนะสงครามมากที่สุด รองลงมา คือ วัดพระแก้ว วัดบวรนิเวศ วัดระฆัง วัดโพธิ์ วัดอรุณ วัดสุทัศน์ วัดกัลยาณมิตร ตามลำดับ นอกจากนั้นยังได้เดินทางหรือมีแผนในการเดินทางไปยังศาลหลักเมืองและศาลเจ้าพ่อเสือในอัตราใกล้เคียงกัน ส่วนวัดอื่น ๆ จะพบว่ามีการเดินทางไปยังวัดไตรมิตรจำนวนมากถึง 108 คน เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับขสมก. ซึ่งเป็นจุดหนึ่งจัดให้นักท่องเที่ยวได้แวะสักการะตามรายการที่กำหนดไว้

วัดที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปจะพบว่าเป็นวัดที่อยู่ในกลุ่มใกล้เคียงกัน โดยวัดชนะสงครามจะอยู่ใกล้เคียงกับวัดบวรนิเวศจึงเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเลือกเป็นอันดับ 1 และ 3 ตามลำดับ และบริเวณรอบวัดทั้ง 2 แห่งเป็นย่านการค้าซึ่งสามารถเดินซื้อของหรือรับประทานอาหารได้อีกด้วย ส่วนวัดอีกกลุ่มหนึ่ง คือ กลุ่มวัดพระแก้ว วัดระฆัง วัดโพธิ์ และวัดอรุณ สามารถเดินทางเชื่อมต่อกันได้สะดวก กลุ่มตัวอย่างจึงนิยมเดินทางเป็นอันดับ 2, 4, 5 และ 6 ส่วนวัดสุทัศน์ วัดกัลยาณมิตร และวัดสระเกศ จะตั้งอยู่นอกกลุ่มวัดข้างต้น โดยเฉพาะวัดกัลยาณมิตรที่เข้าถึงได้ยากกว่าวัดอื่น ๆ จึงอยู่ในลำดับหลัง นอกจากนั้นยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งเดินทางนอกเหนือจากเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงด้วย แต่ก็ยังคงอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับพื้นที่ศึกษา

ตารางที่ 9 สาเหตุที่มาไหว้พระ 9 วัด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุที่มาไหว้พระ 9 วัด	จำนวน	ลำดับที่
สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	358	1
ทำบุญ เช่น บริจาคเงิน ถวายสังฆทาน ไถ่ชีวิตสัตว์	224	3
เรียนรู้ประวัติศาสตร์และศิลปกรรม	52	7
สะเดาะเคราะห์ สืบต่อดวงชะตา	105	5
เสริมสร้างสิริมงคล	264	2
พักผ่อนหย่อนใจ	153	4
นั่งสมาธิ ทำจิตใจให้สงบ	66	6
ฟังเทศน์	38	8
อื่น ๆ	5	9

คำถามเรื่องสาเหตุที่นักท่องเที่ยวมาไหว้พระ 9 วัดนักท่องเที่ยวสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จึงไม่สามารถแปรผลเป็นร้อยละได้ แต่จะใช้วิธีการเรียงลำดับจากมากไปน้อยแทนจากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวมาไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง เนื่องจากต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อเสริมสร้างสิริมงคลและทำบุญในอัตราใกล้เคียงกัน นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวยังมาไหว้พระ 9 วัดเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ตลอดจนมาเพื่อสะเดาะเคราะห์สืบต่อดวงชะตา ส่วนนักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งสมาธิทำจิตใจให้สงบ และนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และศิลปกรรมต่าง ๆ มีจำนวนใกล้เคียงกันอยู่ในลำดับที่ 6 และ 7 นักท่องเที่ยวที่มาไหว้พระ 9 วัดเพื่อฟังเทศน์และวัตถุประสงค์อื่น ๆ มีน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาจากวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาร่วมกิจกรรมจะพบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากที่สุดเนื่องจากพระอารามหลวงในเส้นทางมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์โดยเฉพาะพระพุทธรูปสำคัญของประเทศ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังได้ร่วมประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตนเอง โดยพระอารามหลวงแต่ละแห่งก็จะมีการทำบุญรูปแบบต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ ส่วนสาเหตุอื่น ๆ เช่น การพักผ่อนหย่อนใจจะสอดคล้องกับการปรับภูมิทัศน์ของวัดให้มีความสวยงาม การสะเดาะเคราะห์สืบต่อดวงชะตา การนั่งสมาธิ เรียนรู้ประวัติศาสตร์ การฟังเทศน์ และกิจกรรมอื่น ๆ จะลดน้อยลงตามลำดับ เนื่องจากพระอารามหลวงหลายแห่งก็ไม่ได้จัดกิจกรรมดังกล่าว และกิจกรรมบางอย่างใช้เวลานาน กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการไหว้พระให้ครบทั้ง 9 แห่งใน 1 วันจึงไม่สามารถเข้าร่วมได้

### 4.3 แบบสอบถามส่วนที่ 3

ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อวัดที่เดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด เส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 แบบสอบถามส่วนนี้จะใช้มาตราวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ โดยมีรายละเอียด คือ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด และเมื่อคำนวณค่าเฉลี่ยสามารถแปลผลออกมาได้ ดังนี้ 4.50 - 5.00 = มากที่สุด 3.50 - 4.49 = มาก 2.50 - 3.49 = ปานกลาง 1.50 - 2.49 = น้อย 1.00 - 1.49 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 10 ความคิดเห็นต่อการไหว้พระ 9 วัด

ความเห็นต่อกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. เป็นการส่งเสริมพระพุทธศาสนา	4.56	0.65	มากที่สุด
2. ดึงดูดให้ท่านเข้าวัดมากขึ้น	4.32	0.72	มาก
3. ช่วยเสริมสิริมงคลให้แก่ชีวิต	4.60	0.53	มากที่สุด
4. เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับหลักของพระพุทธศาสนา	4.39	0.72	มาก
5. ได้ความรู้เพิ่มเติมด้านประวัติศาสตร์และศิลปกรรมในวัด	3.98	0.93	มาก

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงว่าเป็นกิจกรรมที่ช่วยเสริมสิริมงคลให้กับชีวิตในระดับมากที่สุด (4.60) อยู่ในระดับเดียวกับความคิดเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมพระพุทธศาสนา (4.56) นอกจากนี้ยังเห็นว่าการไหว้พระ 9 วัดเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับหลักของพระพุทธศาสนา (4.39) และช่วยที่ดึงดูดให้ตนเองเข้าวัดมากขึ้น (4.32) และได้ความรู้เพิ่มเติมด้านประวัติศาสตร์และศิลปกรรมในระดับมากเช่นกัน (3.98)

ผู้ที่มาไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงต่างมุ่งหวังเพื่อเสริมสิริมงคลให้กับชีวิต เพราะได้มาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนเองศรัทธาและประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเป็นหลัก ซึ่งเป็นหน้าที่โดยตรงของวัดทำให้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าช่วยเสริมสิริมงคลให้กับตนเองได้มากที่สุด ในขณะที่เดียวกันยังได้ทำนุบำรุงศาสนาผ่านการถวายปัจจัยทำให้เห็นว่าเป็นการส่งเสริมพระพุทธศาสนา

ในระดับมากที่สุดเช่นกัน กลุ่มตัวอย่างบางคนยังเห็นว่ากิจกรรมที่ทำระหว่างการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงสอดคล้องกับหลักของพระพุทธศาสนาในการเข้าวัด ทำบุญ ประกอบกับการสร้างคติที่กำหนดเส้นทางการสักการะและจัดบริการรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด ช่วยดึงดูดให้คนเข้าวัดมากขึ้น เพราะสะดวกและน่าสนใจ อย่างไรก็ตามวัดเองก็ไม่ได้ให้ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์และศิลปกรรมแก่นักท่องเที่ยวมากนักทำให้ความเห็นของนักท่องเที่ยวต่อประเด็นนี้อยู่ในระดับมากแต่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยเมื่อเทียบกับความคิดเห็นอื่น ๆ

ตารางที่ 11 ความพึงพอใจด้านสถานที่ของวัดที่เดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์

ความพึงพอใจด้านสถานที่ของวัดที่เดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่สะอาดและเพียงพอ	4.04	0.71	มาก
2. มีความกว้างขวาง รองรับคนได้โดยไม่แออัด	3.81	0.80	มาก
3. บรรยากาศสงบ มีสมาธิ	3.76	0.91	มาก
4. เดินทางสะดวก	4.14	0.78	มาก
5. มีคุณค่าและความงามทางศิลปวัฒนธรรม	4.23	0.73	มาก

ระดับความพึงพอใจต่อวัดในด้านของสถานที่ นักท่องเที่ยวพึงพอใจในประเด็นเรื่องคุณค่าและความงามทางศิลปวัฒนธรรมระดับมาก (4.23) รองลงมา คือ การเดินทางมายังวัดได้สะดวก เฉลี่ย 4.14 วัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่สะอาดและเพียงพอในระดับมาก (4.04) ส่วนศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับคนได้ไม่แออัดและบรรยากาศสงบ มีสมาธิ มีความพึงพอใจระดับมาก เฉลี่ยที่ 3.81 และ 3.76 ตามลำดับ

วัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเป็นพระอารามหลวงสำคัญที่สร้างขึ้นโดยช่างฝีมือจากราชสำนัก ได้รับการทำนุบำรุงมาอย่างต่อเนื่อง และมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงรู้สึกพึงพอใจในด้านนี้มาก รองลงมา คือ ที่ตั้งของพระอารามแต่ละแห่งสามารถเข้าถึงได้ด้วยวิธีการสะดวกและหลากหลาย จากการศึกษาพบว่าทางวัดเองก็ได้ปรับปรุงด้านกายภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มคนไทยที่เดินทางมาไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ทำให้

กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมากเช่นกัน อย่างไรก็ตามการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเกิดขึ้นในช่วงวันหยุดซึ่งมีผู้เดินทางมาเป็นจำนวนมาก ผลการศึกษาจึงแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในศักยภาพการรองรับคนและบรรยากาศสงบ มีสมาธิในระดับมากแต่ต่ำกว่าความพึงพอใจด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 12 ความพึงพอใจด้านการบริการของวัดที่เดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์

ความพึงพอใจด้านการบริการของวัดที่เดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	4.03	0.83	มาก
2. มีเครื่องบูชาให้บริการเพียงพอและราคาเหมาะสม	4.11	0.71	มาก
3. ให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์และศิลปกรรมเพิ่มเติม	3.81	0.87	มาก
4. มีการดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.98	0.79	มาก
5. ให้ข้อมูลข่าวสารอื่นๆได้ถูกต้อง	3.76	0.86	มาก

ระดับความพึงพอใจต่อการบริการของวัดที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางไป กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากในทุกประเด็น เรื่องการให้บริการเครื่องบูชาอย่างเพียงพอและมีราคาเหมาะสม (4.11) รองลงมา คือ การมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวกและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว (4.03) ข้อคำถามเรื่องการดูแลความปลอดภัยและการให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์และศิลปกรรมเพิ่มเติม นักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับมาก เฉลี่ย 3.98 และ 3.91 ตามลำดับ ส่วนการให้ข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ได้ถูกต้องพบว่าอยู่ในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในคำถามส่วนนี้ คือ 3.76

วัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเป็นวัดที่อยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวสำคัญย่านเกาะรัตนโกสินทร์และฝั่งธนบุรีตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์ พระอารามหลวงหลายแห่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ดังนั้นจึงมีศักยภาพในการให้บริการและรองรับนักท่องเที่ยวอยู่ก่อนแล้ว เมื่อเกิดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดในพื้นที่ดังกล่าวจึงสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ได้ในระดับพึงพอใจมาก โดยเฉพาะการจัดบริการเครื่องสักการะประเภท

ดอกไม้ รูป เทียนตามจุดที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์สำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมสักการะ โดยส่วนใหญ่จะให้บริจาคตามศรัทธาแต่บางวัดก็กำหนดราคาชัดเจน นอกจากนี้ยังจัดเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการไหว้พระและดูแลความเรียบร้อยทั้งกรณีที่เป็นเจ้าหน้าที่โดยตรงและกลุ่มอาสาสมัครเฉพาะกิจ อย่างไรก็ตามจากการเก็บข้อมูลใน 3 ประเด็น เรื่องการให้ความรู้ ความปลอดภัย และการให้ข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ถึงแม้จะอยู่ในระดับมาก แต่จะพบว่าค่าเฉลี่ยอยู่ต่ำกว่า 4.00 เนื่องจากในช่วงเก็บข้อมูลเป็นช่วงเทศกาลที่มีประชาชนเข้ามายังพระอารามหลวงแต่ละแห่งเป็นจำนวนมากมีแนวโน้มที่มิฉฉาจะแฝงตัวเข้ามาก่ออาชญากรรมได้ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยเต็มที่ ส่วนการให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์ ทางวัดไม่ได้จัดพระสงฆ์หรือเจ้าหน้าที่เป็นการเฉพาะ แต่หลายวัดใช้วิธีการเปิดเสียงตามสายบรรยายหรือใช้ป้ายสื่อความหมายทดแทน ตลอดจนเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกทั่วไปก็ไม่มีความรู้เพียงพอในการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในวัดตามพื้นที่ศึกษา เข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ โดยชมก. ตลอดจนการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จากขั้นตอนดังกล่าวผู้ศึกษาได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา สามารถทำความเข้าใจพัฒนาการและกระบวนการจัดการโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมดังกล่าวด้วย

ผู้ศึกษาพบว่าเส้นทางและการจัดการท่องเที่ยวประเภทไหว้พระ 9 วัดเกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพฯ เป็นหลัก แล้วจึงกระจายออกไปยังเขตปริมณฑล และขยายออกไปยังต่างจังหวัดในภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวเน้นกลุ่มเป้าหมายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพต้องการให้เดินทางไหว้พระ 9 วัดเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รูปแบบการจัดกิจกรรมจึงจำกัดบริเวณอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ และพื้นที่ที่สามารถเดินทางออกจากกรุงเทพฯ และกลับมาได้ภายในเวลา 1 วัน

การไหว้พระ 9 วัดและการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงได้รับความนิยมเนื่องจากสอดคล้องกับการใช้ชีวิตของคนที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่เช่นกรุงเทพฯ เนื่องจากการทำงานในปัจจุบันมีวันหยุดที่เป็นระบบ กล่าวคือ จะหยุดในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงเลือกประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมรองรับการเดินทางในช่วงวันหยุดดังกล่าว ประกอบกับใช้เวลาเพียงวันเดียวก็สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ครบถ้วนก็ถือว่าเหมาะสมสำหรับผู้ที่มีวันหยุดไม่นานนัก อีกทั้งรูปแบบการจัดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดได้วางแผนให้ผู้เดินทางสามารถไปได้ถึง 9 วัดในเวลาเพียง 1 วัน ทำให้กิจกรรมมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยในอดีตการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามวัดต่าง ๆ นิยมเดินทางเพียงไม่กี่แห่งตามความสะดวก แต่เมื่อมีการจัดไหว้พระ 9 วัดเป็นการกำหนดกรอบการเดินทางให้มีปริมาณสถานที่มากขึ้น พร้อมกันนั้นก็ได้อำนวยความสะดวกใน

การเดินทางในรูปแบบของทัวร์ที่พานักท่องเที่ยวจากใจกลางกรุงเทพฯ ไปไปยังสถานที่ต่าง ๆ อย่างสะดวกสบาย แต่ถ้าหากไม่ต้องการซื้อทัวร์ก็สามารถศึกษาเส้นทางและเดินทางตามคู่มือหรือรูปแบบที่ได้จัดทำเส้นทางไว้ได้ ปัจจัยของเวลาที่สั้นและจำนวนสถานที่ที่มากถึง 9 แห่งช่วยส่งเสริมให้โครงการนี้ได้รับความนิยมจากคนที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

นอกจากการจัดบริการหรือวางเส้นทางให้เดินทางไปได้มากถึง 9 แห่งแล้ว ยังมีการสร้างคติความเชื่อให้แก่การเดินทางไปสักการะอีกด้วย ซึ่งคติที่เป็นสิริมงคลนี้เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยากเข้าร่วมมากขึ้น คติที่สร้างสำหรับพระอารามในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงล้วนแล้วแต่เป็นสิริมงคลแก่การดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับความต้องการของคนในปัจจุบัน ได้แก่ เงินทอง มิตร ความปลอดภัย ความฉลาด ชื่อเสียง ชัยชนะ ความสงบสุข ความเจริญรุ่งเรือง ความมีเสน่ห์ การเดินทางไปเพื่ออธิษฐานขอสิ่งเหล่านี้ตามพระอารามหลวง แม้ว่าจะเป็นศาสนาสถานแต่ก็ถือว่าเป็นการเติมเต็มความต้องการที่เข้าข่ายไสยศาสตร์ เนื่องจากการกระทำที่หวังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระยะเวลาอันใกล้ นั่นก็คือหลังจากที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด ในขณะเดียวกันก็ได้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เช่น การทำบุญ ซึ่งตามหลักพระพุทธศาสนาถือเป็นการสะสมบุญสำหรับชีวิตในโลกหน้าซึ่งเป็นการกระทำที่มีลักษณะทางศาสนา ดังนั้นการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงและการไหว้พระ 9 วัดในเส้นทางอื่น ๆ จึงมีลักษณะผสมผสานกันระหว่างไสยศาสตร์และศาสนาไปพร้อมกัน

ในเบื้องต้นศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพฯ จัดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดโดยการเดินเท้าเพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถศึกษาประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม พร้อมกับการไหว้พระขอพร ซึ่งวิธีการเดินเท้าเหมาะกับผู้ที่ร่างกายแข็งแรงและต้องการใช้เวลาเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ จากการนำชม ต่อมาเมื่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องการผลักดันให้เป็นกิจกรรมที่คนจำนวนมากเข้าถึงได้ง่ายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ รูปแบบการท่องเที่ยวจึงต้องเปลี่ยนแปลงไปเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของคนโดยทั่วไป คือ เน้นที่การสักการะขอพรเท่านั้น วิธีการเดินทางและรูปแบบการจัดการจึงเน้นไปที่การเดินทางเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์สำคัญในแต่ละวัดด้วยการใช้ยานพาหนะชนิดต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวก และยกเลิกการให้ข้อมูลโดยละเอียดออกไป การจัดการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเปิดโอกาสให้ผู้ที่ต้องการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงสามารถเลือกวิธีการเดินทางที่เหมาะสมกับตนเองได้ ทั้งการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะที่เข้าถึงพระอารามหลวงในเส้นทางได้ง่าย หรือการเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคลซึ่งสะดวกสำหรับครอบครัวที่ประกอบด้วยผู้สูงอายุหรือเด็กที่ต้องการการอำนวยความสะดวกและความยืดหยุ่นในการเดินทาง เมื่อองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพนำเอาแนวคิดดังกล่าวมาต่อยอดจัดเป็นทัวร์เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางก็ยิ่งช่วยให้เดินทางได้ง่ายมากยิ่งขึ้นโดยการจ่ายค่าทัวร์และเข้าร่วมได้ตามรายการท่องเที่ยวที่กำหนดโดยไม่ต้องกังวลเรื่องการเดินทางหรือเส้นทางที่จะเดินทางไป อีกทั้งยังได้แวะสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เพิ่มเติม

ขึ้นมาจากวัดทั้ง 9 แห่งด้วย แต่เมื่อเกิดปัญหาการทำผิดพระราชบัญญัติการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์จึงต้องให้บริการเฉพาะรับส่งเท่านั้น หน้าที่ของการรองรับและดูแลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อไหว้พระขอพรทั้งที่เดินทางด้วยตนเองและเดินทางมาก็บ่งชี้การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ จึงตกเป็นของพระอารามหลวงและวัดในเส้นทางต่าง ๆ ด้วยการจัดการในลักษณะแยกส่วนกันทำให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและลบตามมา

ผลกระทบที่ศึกษาจะจำกัดเฉพาะทรัพยากรวัฒนธรรมในพระอารามหลวงทั้ง 9 แห่งและกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงเท่านั้น ผลกระทบด้านบวกเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและก่อให้เกิดผลดีต่อทรัพยากรวัฒนธรรมในพื้นที่ศึกษา ในขณะที่เดียวกันก็ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความพึงพอใจต่อกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงและพระอารามหลวงที่ทำหน้าที่ให้บริการด้วย ส่วนผลกระทบทางด้านลบ ผู้ศึกษาเห็นว่าปัญหาเกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมที่ขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่มีหน้าที่จัดการท่องเที่ยวทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ กับพระอารามหลวงในพื้นที่ศึกษาซึ่งเป็นผู้รองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาที่ได้รับทั้งหมดเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณประเภทการไหว้พระ 9 วัดที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งผู้ศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และกรณีศึกษาอื่น ๆ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณประเภทการไหว้พระ 9 วัด และผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ระเบียบวิธีวิจัยจึงเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักและใช้ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อเสริมผลการศึกษาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาพัฒนาการและสถานการณ์ปัจจุบันของการไหว้พระ 9 วัดในประเทศไทย
2. ศึกษารูปแบบการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม รูปแบบการท่องเที่ยว พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวตามโครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. ประเมินผลกระทบของโครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงที่มีต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาประกอบด้วย (1) กลุ่มผู้ดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด ได้แก่ เจ้าหน้าที่กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2) เจ้าหน้าที่องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่นำรูปแบบการไหว้พระ 9 วัดไปใช้ในการจัดการท่องเที่ยว (3) กลุ่มผู้มีหน้าที่ในการดูแลและจัดการศาสนสถานในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ได้แก่ พระภิกษุหรือผู้ดูแลศาสนสถานในพื้นที่ศึกษา (4) กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพค้าขายหรือซบรับจ้างบริเวณใกล้เคียงและประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนโดยรอบศาสนสถานการศึกษา (5) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด ในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง จำนวน 400 คน ผู้ศึกษาใช้วิธีสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดที่จัดโดยองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ เส้นทางกรุงเทพฯ และกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดทางน้ำเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาของบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยาจำกัด ซึ่งใช้เส้นทางใกล้เคียงกับเส้นทางที่ศึกษามากที่สุด นอกจากนั้นยังได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ 1-4 เพื่อให้ทราบถึงพัฒนาการและกระบวนการที่ทำให้การไหว้พระ 9 วัดการเป็นสินค้าท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ตลอดจนทราบถึงข้อมูลด้านการจัดรูปแบบการท่องเที่ยว การนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาใช้ในกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรทาง

วัฒนธรรมดังกล่าว พร้อมกันนั้นก็ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ 5 เพื่อให้ได้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เดินทางมาไหว้พระ ตลอดจนพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว

## 1. สรุปผลการศึกษา

### 1.1 พัฒนาการและสถานการณ์ปัจจุบันของการไหว้พระ 9 วัด

การไหว้พระ 9 วัดเกิดขึ้นจากเจ้าหน้าที่กองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ นำเอาคติการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของหมอดูมาผสมผสานกับการเดินเท้าท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เกิดเป็นเส้นทางสักการะ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ประกอบด้วย 7 วัด 2 ศาลสำคัญ ต่อมาในปีพ.ศ. 2545 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำเอารูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมาประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการเศรษฐกิจบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ในช่วงปีใหม่และปรับเป็นการบริการนำเที่ยวโดยรถตู้ พบว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง ในปีพ.ศ. 2547 จึงเปลี่ยนเส้นทางเป็นการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงและให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังวัดต่าง ๆ ด้วยตนเอง เริ่มมีบริษัทนำเที่ยวเอกชนเข้ามาให้บริการแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และในปีพ.ศ. 2549 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพได้นำรถประจำทางปรับอากาศมาให้บริการนำนักท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดทุกวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ผลตอบรับดีมากเนื่องจากราคาถูก มีเส้นทางที่หลากหลายและน่าสนใจ หลังจากนั้นก็เกิดการขยายเส้นทางไปทั่วประเทศและมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามพื้นที่ทั้งทางบกและทางน้ำ และคติในการสักการะที่หลากหลายมากขึ้น

### 1.2 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

การจัดการท่องเที่ยวเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงมีรูปแบบแตกต่างกันตามหน่วยงานที่มีส่วนในการจัดการ 1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดการ 2 ลักษณะ ในช่วงแรกจะให้บริการนำเที่ยวโดยรถพร้อมเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวก ช่วงปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา จะใช้วิธีการแจกคู่มือแนะนำเส้นทางและสถานที่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยตนเอง 2. องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ จัดการท่องเที่ยว 2 ลักษณะเช่นกัน ช่วงปีพ.ศ. 2549 ให้บริการนำเที่ยวเส้นทางกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ต่อมาในปีพ.ศ. 2553 เริ่มให้บริการรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัดรอบเกาะรัตนโกสินทร์ในเทศกาลสำคัญ 3. วัดทำหน้าที่รองรับนักท่องเที่ยว วัดหลายแห่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้วจึงสามารถจัดการท่องเที่ยวได้ไม่มีปัญหา แต่ในบางวัดที่ไม่ได้เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวก็จำเป็นต้องเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์

### 1.3 ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง

ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในวัดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าวประกอบด้วย ทรัพยากรที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ตลอดจนการจัดการพื้นที่ ซึ่งทางวัดมีการจัดการดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรที่จับต้องได้ ได้แก่ **สถาปัตยกรรม**ที่ประชาชนเขาไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่ภายใน วัดที่เคยปิดก็ต้องเปิดอาคารสถานที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว **ประติมากรรม จิตรกรรม และศิลปะแขนงอื่น** ส่วนใหญ่จะเป็นพระพุทธรูปและรูปเคารพ จึงมีการตั้งจุดบริการดอกไม้ธูป เทียนใกล้กับทรัพยากรประเภทนี้ และในช่วงเทศกาลผู้ที่มาวัดจะกระจุกตัวอยู่ในบริเวณดังกล่าวจึงต้องจัดระบบการสักการะอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ **ความเชื่อของคนไทยเรื่องสิริมงคลของเลข 9** ที่พ้องกับคำว่า ‘ก้าวหน้า’ และความเชื่อเรื่องชื่อมงคลที่จะส่งผลดีต่อผู้ปฏิบัติ หน่วยงานการท่องเที่ยวจึงนำเอาความเชื่อดังกล่าวมาผสมผสานกับความเชื่อทางพระพุทธศาสนากลายเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดทางเศรษฐกิจ สามารถพบเห็นการใช้เลข 9 และการให้ความหมายมงคลได้ในทุกเส้นทาง รวมถึงหนังสือคู่มือไหว้พระ 9 วัดที่ยึดโยงอยู่กับความเชื่อทั้งสองด้านนี้ **พิธีกรรม** วัดจะมีการจัดประกอบพิธีกรรมทางศาสนาอยู่แล้ว หากผู้เดินทางไหว้พระ 9 วัดตรงกับช่วงเวลาในการประกอบพิธีกรรมก็จะสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ ทั้งนี้หากเดินทางด้วยตนเองจะมีอิสระในการเข้าร่วมมากกว่าเดินทางมา กับบริษัทนำเที่ยวที่กำหนดเวลาตายตัวในแต่ละวัด

3. การจัดการพื้นที่ **วัด** ทำหน้าที่รองรับนักท่องเที่ยวได้ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามและแยกการใช้พื้นที่พุทธาวาสและสังฆาวาสออกจากกันอย่างชัดเจนเพื่อป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวรบกวน นอกจากนั้นได้สร้างหรือซ่อมแซมห้องน้ำ ลานจอดรถ และจุดสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พร้อมทั้งจัดระบบดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย **หน่วยงานการท่องเที่ยว** มีส่วนกำหนดรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้ใช้ทรัพยากรโดยตรง หากเดินทางเพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์และศิลปกรรมก็จะใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่างทั่วถึง หากเดินทางมาไหว้พระเพียงอย่างเดียวก็จะใช้ทรัพยากรเฉพาะสิ่งศักดิ์สิทธิ์และพิธีกรรม ตลอดจนจุดจอดยานพาหนะและวันเวลาที่เดินทางก็จะส่งผลต่อการเข้าใช้ทรัพยากรต่างกันตามไปด้วย

### 1.4 ผลการศึกษาจากข้อมูลแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในชั้นตอนนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไหว้พระ 9 วัดเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงจำนวน 400 คนพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29

ปี กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบว่าจบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้อยู่ระหว่าง 10,000-19,999 บาท ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัด แต่ที่อยู่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ

กลุ่มตัวอย่างทราบข้อมูลเกี่ยวกับไหว้พระ 9 วัดจากเพื่อนหรือญาติมากที่สุด และนิยมเดินทางในช่วงที่สะดวก โดยไม่คำนึงถึงความถี่บ่อย ส่วนใหญ่จะเดินทางมาไหว้พระ 9 วัดในวันสำคัญทางศาสนาโดยใช้บริการขนส่งมวลชนเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างจะเลือกเดินทางไปวัดใด ๆ นั้นขึ้นอยู่กับความสะดวกในการเดินทางเป็นอันดับแรก วัดที่นักท่องเที่ยวได้ไปหรือตั้งใจว่าจะไปมากที่สุดคือ วัดชนะสงคราม สาเหตุที่เลือกมาร่วมกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด เนื่องจากต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากเป็นอันดับหนึ่ง เมื่อสอบถามถึงความคิดเห็นที่มีต่อการไหว้พระ 9 วัดพบว่าโครงการนี้ช่วยเสริมมงคลให้แก่ชีวิตในระดับมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจด้านสถานที่พบว่าพึงพอใจในคุณค่าและความงามทางศิลปวัฒนธรรมในระดับมาก ประเด็นเรื่องความพึงพอใจด้านการบริการนักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการจัดให้บริการเครื่องบูชาที่เพียงพอและราคาเหมาะสมในระดับมาก

### 1.5 ผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ศึกษา

เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางไหว้พระ 9 วัดมากขึ้นจึงทำให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบมีทั้งแง่บวกและลบ แบ่งออกเป็น

1. ผลกระทบด้านกายภาพ วัดปรับปรุงภูมิทัศน์สวยงามและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ถนน ให้มีสภาพดี อย่างไรก็ตามในช่วงเทศกาลที่มีประชาชนมาไหว้พระจำนวนมากทรัพย์สินในวัดบางส่วนได้รับความเสียหาย สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอและเกิดปัญหาอาชญากรรมประเภทลักทรัพย์ นอกจากนี้การปรับปรุงด้านกายภาพส่งผลให้วัดขัดแย้งกับชุมชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่วัดอีกด้วย

2. ผลกระทบด้านวัฒนธรรม การไหว้พระ 9 วัดเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าวัดมากขึ้น วัดเองก็ตื่นตัวในการทำนุบำรุงทรัพยากรทางวัฒนธรรม ในขณะเดียวกันก็ใช้โอกาสนี้จัดกิจกรรมเผยแผ่หลักธรรมและเสริมความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปกรรมภายในวัดไปพร้อมกัน แต่ในบางครั้งก็เกิดผลกระทบทางลบ ได้แก่ นักท่องเที่ยวแต่งกายไม่สุภาพ ความขัดแย้งทางระหว่งบทบาทการพัฒนาของวัดกับความเมตตาต่อผู้ประกอบอาชีพบริเวณวัด และปัญหาเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องการเลือกไหว้พระตามวัดที่มีชื่อเสียงและการให้ข้อมูลไม่ถูกต้องของหมอดูในการไหว้พระ 9 วัด

3. ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ พบว่าคนเข้าวัดตามโครงการทำให้วัดและผู้ประกอบ

อาชีพบริเวณวัดมีรายได้เพิ่มมากขึ้น แต่การใช้จ่ายจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะวัดที่อยู่ในโครงการและได้รับการประชาสัมพันธ์เท่านั้น และยังเกิดความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์จากการใช้พื้นที่วัด

## 2. อภิปรายผลการศึกษา

การไหว้พระสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ถือเป็นกิจกรรมที่ชาวพุทธปฏิบัติสืบต่อกันมานาน การเดินทางจากที่อยู่อาศัยหรือละจากงานประจำเพื่อไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทยปรากฏในหลายรูปแบบการเดินทางทอดกฐิน ทอดผ้าป่า งานนมัสการประจำปีตามวัดต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์ทางศาสนาก็มีการท่องเที่ยวสอดแทรกอยู่ด้วย จึงเรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณรูปแบบหนึ่ง ดังที่ชนัญ วงษ์วิภาค (2552) กล่าวถึงบทบาทที่ทับซ้อนกันของศาสนสถานว่าเป็นพื้นที่ประกอบพิธีกรรมของคนในท้องถิ่นและเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับศาสนิกชนและนักท่องเที่ยวทั่วไป

ในปีพ.ศ. 2543 กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดเกิดขึ้นจากการที่นักพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร (ปัจจุบัน คือ กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร) นำเอาแนวคิดการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของหมอดูที่เขียนไว้ในตำราเคล็ดการไหว้พระมาผนวกรวมกับกิจกรรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ กลายเป็นการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์จำนวน 9 แห่ง ประกอบด้วยวัด 7 แห่งและศาล 2 แห่งบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และฝั่งธนบุรีตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์ที่ประชาชนให้ความเคารพศรัทธาและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอยู่ก่อนแล้ว เบื้องต้นใช้วิธีการเดินเท้าให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์และสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ไปพร้อมกัน ต่อมาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศให้ฟื้นตัวจากวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำช่วงต้นทศวรรษที่ 2540 จึงหารือร่วมกับสำนักส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นำเอากิจกรรมไหว้พระ 9 วัดมาปรับเป็นการนำเที่ยวไหว้พระ 9 วัด จัดยานพาหนะและมัคคุเทศก์นำประชาชนไหว้พระ 9 วัดในช่วงวันขึ้นปีใหม่ โดยคิดค่าบริการในอัตรา 399 บาท ปรากฏว่าได้รับความนิยมมากเนื่องจากคนไทยนิยมไหว้พระทำบุญ ประกอบกับปัญหาทางเศรษฐกิจเริ่มขยายผลจากผู้ประกอบการมาสู่ประชาชนในทุกกระดับ ชาวพุทธบางส่วนจึงต้องการหาที่ยึดเหนี่ยวทางใจ สอดคล้องกับบทความของเอกรินทร์ พึ่งประชา (2550) ที่วิเคราะห์ว่าการไหว้พระ 9 วัดกลายเป็นปรากฏการณ์ของสังคมเนื่องจากคนไทยมีความผูกพันกับความเชื่อเรื่องการแสวงบุญและมีปัจจัยด้านเศรษฐกิจตกต่ำทำให้คนต้องหาที่ยึดเหนี่ยวทางใจ การไหว้พระขอพรจึงเป็นหนทางหนึ่งที่เชื่อว่า

จะช่วยคลายทุกข์ได้ นอกจากนี้ยังมีการให้ความหมายมงคลแก่วัดและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในเส้นทางซึ่งสอดคล้องกับความเป็นสิริมงคลในการดำเนินชีวิตด้านต่าง ๆ การรับมงคลผ่านการไหว้พระในช่วงต้นปีจะทำให้ชีวิตได้พบแต่สิ่งดีตลอดทั้งปีที่จะมาถึง ถือเป็น การผสมผสานระหว่างแนวคิดทางศาสนาในการขอความเมตตาจากสิ่งที่ตนนับถือโดยไม่คำนึงว่าจะได้รับผลในโลกนี้หรือโลกหน้ากับแนวคิดทางไสยศาสตร์ที่ต้องการผลจากการร้องขออย่างทันทีทันใดตามความเห็นของชนัญญ วงศ์วิภาค (2552)

หลังจากการจัดบริการนำประชาชนไหว้พระ 9 วัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าโครงการดังกล่าวเป็นที่นิยมในหมู่ประชาชนทั่วไป การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงเริ่มถอนตัวออกมาและงดจัดบริการรถนำเที่ยวในช่วงปีใหม่และสงกรานต์ แต่หันมาวางเส้นทางให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไหว้พระ 9 วัดได้ด้วยตนเอง โดยเฉพาะเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงที่ได้รับความนิยมอย่างมาก พร้อมทั้งจัดเส้นทางใหม่เพื่อกระจายให้คนเดินทางออกไปหลากหลายเส้นทางมากขึ้น ในขณะนั้นเองก็เริ่มมีหน่วยงานอื่น ๆ เข้ามาจัดบริการนำเที่ยวทดแทนและได้ขยายเส้นทางและรูปแบบต่อยอดจากเส้นทางของททท. โดยบริษัทนำเที่ยวเอกชนเข้ามาให้บริการในช่วงปี พ.ศ. 2548 และในปี พ.ศ. 2549 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) นำเอารถประจำทางปรับอากาศมาให้บริการนำประชาชนไหว้พระ 9 วัดทุกวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ในเส้นทางต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ต่อมาจึงขยายออกไปจังหวัดอื่น ๆ ทั้งในภาคกลาง ภาคเหนือตอนล่าง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก และคิดค่าบริการในราคาถูกเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนที่มีรายได้น้อยสามารถเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวได้สะดวกขึ้น นำไปสู่ปัญหาเรื่องเรียนจากบริษัทนำเที่ยวเอกชนที่ว่าขสมก. ดำเนินการนำเที่ยวขัดต่อกฎหมาย แต่ในท้ายที่สุดผู้ตรวจการแผ่นดินมีคำวินิจฉัยให้ขสมก. ดำเนินงานต่อไปได้เพราะเป็นโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ให้บริการนำเที่ยวแก่ประชาชนผู้มีรายได้น้อย นอกจากนี้ยังมีบริษัทเอกชนที่นำเอาแนวคิดไหว้พระ 9 วัด ไปต่อยอดทางธุรกิจ คือ บริษัทเรือด่วนเจ้าพระยาที่ให้บริการนำนักท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดตามเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งในเขตกรุงเทพฯ และจังหวัดนนทบุรี การศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันยังสามารถพบการกระจายรูปแบบและเส้นทาง รวมถึงการให้คติมงคลในการสักการะได้จากหนังสือ คู่มือ และบทความทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการไหว้พระ 9 วัด เส้นทางในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีจำหน่ายหลากหลายรูปแบบและเข้าถึงได้ง่าย แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันมีผู้นิยมเดินทางไหว้พระ 9 วัดด้วยตนเองอีกด้วย (รายละเอียดดังแสดงไว้ในบทที่ 4 หัวข้อ 3.2.3)

## 2.1 การไหว้พระ 9 วัดจากมุมมองอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

วัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้เดิมนั้นไม่ได้ถูกซื้อขายแลกเปลี่ยน แต่ต่อมามีผู้สังเกตเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญที่สามารถนำมาเป็นปัจจัยสำหรับการผลิตเป็นสินค้าและบริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งการเดินทางเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของคนไทยนั้นก็มีหน่วยงานทางการท่องเที่ยวของภาครัฐ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เล็งเห็นคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมในเชิงเศรษฐกิจ นำไปสู่การสร้าง “แบรนด์” (brand) หรือตราสินค้าให้แก่การท่องเที่ยววัดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ (สมชาย ชมภูน้อย, 2556) จากการศึกษาพบว่าเกิดขึ้นอย่างเป็นขั้นตอน

**2.1.1 การเพิ่มมูลค่า** วัดและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์มีมูลค่าการใช้สอยหรือมูลค่าการใช้ประโยชน์ ซึ่งก็คือการใช้สิ่งต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน ในการศึกษาพบว่าวัดและศาสนสถานเป็นสถานที่สำหรับประกอบพิธีกรรมทางศาสนา โดยผู้เข้าร่วมมักเป็นสมาชิกของชุมชนบริเวณใกล้เคียง เมื่อเข้าร่วมพิธีกรรมแล้วก็จะได้รับความสุขความสบายใจและยังเป็นสถานที่ที่พึงทักจิตใจ ในขณะเดียวกัน วัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์บางแห่งยังเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงด้านความศักดิ์สิทธิ์ และด้านการเป็นศูนย์รวมของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคล ชุมชน หรือสถาบันที่เป็นเจ้าของ ศาสนสถานจึงมีมูลค่าการใช้ประโยชน์ในแง่การตอบสนองความต้องการด้านจิตใจแก่ผู้ศรัทธาที่อยู่ในชุมชนและผู้นับถือความเชื่อนั้น ๆ จากต่างถิ่น และยังมีมูลค่าการใช้ประโยชน์ทั้งต่อผู้ที่นับถือและไม่นับถือในฐานะที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม ภูมิปัญญา ตลอดจนเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นจึงอาจเรียกว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณนั่นเอง

วัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงล้วนแล้วแต่เป็นวัดสำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนานและได้รับการอุปถัมภ์จากสถาบันกษัตริย์ตั้งแต่การสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์จนถึงปัจจุบัน ทำให้มีมูลค่าการใช้สอยในฐานะที่เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาของชนชั้นปกครองและคนทั่วไป นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งรวบรวมศิลปกรรมและภูมิปัญญาที่เกิดจากการอุปถัมภ์ของราชสำนักด้วย ดังนั้นวัดในพื้นที่ศึกษาจึงมีมูลค่าการใช้สอยแก่นักท่องเที่ยวท้องถิ่น ต่างถิ่น รวมถึงต่างประเทศให้เข้ามาเยี่ยมชมความสวยงามที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน ตลอดจนรำลึกถึงความงดงามและบรรยากาศในอดีตของสถานที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพุทธศาสนิกชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจแต่ในขณะเดียวกันก็มีความเชื่อในเรื่องการทำบุญ รวมถึงชะล้างสิ่งไม่ดีที่ได้กระทำมา (ชนัญ วังษ์วิภาค, 2552: 14) เช่น การสะเดาะเคราะห์ การไถ้ชีวิตสัตว์

การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ หรือการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณถูกนำมาจัดทำเป็นรายการท่องเที่ยวและจำหน่ายในรูปแบบ ‘ทัวร์’ ซึ่งให้บริการพานักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยมีมัคคุเทศก์เป็นผู้ให้ความรู้และอำนวยความสะดวกเพื่อแลกกับค่าตอบแทน การทำบุญไหว้พระและการเที่ยวชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ จึงกลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าแลกเปลี่ยน การไหว้พระ 9 วัดถูกทำให้มีมูลค่าแลกเปลี่ยนโดยหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ร่วมมือกันจัดบริการนำเที่ยวไหว้พระ 9 วัดและคิดค่าบริการในการดำเนินงาน ต่อมาจึงเกิดเป็นกระแสนิยมที่องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่น ๆ นำไปจัดให้บริการนำเที่ยวในลักษณะดังกล่าว คิดราคาแตกต่างกันไป

วัดและศาสนสถานบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับประเทศและระดับโลก มีการบริโภคการท่องเที่ยวในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นความเคยชิน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศจึงจำเป็นต้องเพิ่มมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจที่ซบเซาลงหลังจากเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำช่วงพ.ศ. 2540-2543 วิธีการคือการนำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทสถานที่ศักดิ์สิทธิ์มาเพิ่มมูลค่าเชิงสัญลักษณ์เข้าไป

มูลค่าเชิงสัญลักษณ์ คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มเติมจากประโยชน์ใช้สอยที่เมื่อบริโภคแล้วจะทำให้มีความภาคภูมิใจและรู้สึกแตกต่างจากคนอื่น การสร้างมูลค่าเชิงสัญลักษณ์นี้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการบริโภคตลอดเวลาและไม่มีที่สิ้นสุด เพราะไม่ได้เกิดจากความต้องการใช้สอยขั้นพื้นฐานแต่เป็นการบริโภคทางจิตใจ ให้ความรู้สึกมีสถานภาพ อัตลักษณ์ รูปแบบการใช้ชีวิต ที่แตกต่างจากผู้บริโภคที่คำนึงถึงเพียงมูลค่าใช้สอยและมูลค่าการแลกเปลี่ยน (กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน, 2553: 464) วิธีการเพิ่มมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณด้วยการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไหว้พระ 9 วัด ใช้เลข 9 เข้ามาเป็นหลัก เนื่องจากพ้องกับคำว่า ‘ก้าวหน้า’ ดังที่เอกรินทร์ พึ่งประชา (2550) วิเคราะห์ว่า คนนิยมไหว้พระ 9 วัดเพราะเป็นตัวเลขเชิงบวก ตรงกันข้ามกับในยุคแรกที่มีการจัดกิจกรรมสักการะ 6 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ แต่กลับไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากเลข “6, หก” พ้องกับคำว่า “หก” ล้ม จึงไม่เป็นมงคลแก่ผู้สักการะและให้ความหมายมงคลหรือคติในการสักการะแก่สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ให้สอดคล้องกับชื่อสถานที่ ซึ่งแต่ละแห่งจะช่วยส่งเสริมการดำเนินชีวิตด้านต่าง ๆ อย่างครบถ้วน เพื่อดึงดูดให้คนต้องการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวเชิงจิต

วิญญานมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการบริโภคอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ผ่านการนำเสนอแนวคิดที่ว่า “การเริ่มต้นที่ดีคือส่วนหนึ่งของความสำเร็จ” ทำให้ผู้ศรัทธาต้องการเดินทางมาสักการะศาสนสถาน ตามคติในทุก ๆ วันขึ้นปีใหม่เพื่อความเป็นสิริมงคลแต่ตนเองตลอดปีที่จะมาถึง และอาจกลับมาซ้ำ ในช่วงเทศกาลสำคัญเพื่อให้ได้รับพรอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของโอบิเรียร์ด (วจี เรื่องพร วิสุทธิ, 2555) เรื่องการผลิตสินค้าในระบบอุตสาหกรรมที่มากเกินไปความต้องการ นั่นคือการท่องเที่ยว บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่เกิดขึ้นมาอย่างยาวนานจนถึงจุดอิ่มตัวนักท่องเที่ยวเริ่มบริโภคสินค้า การท่องเที่ยวประเภทวัดบริเวณนี้ลดลง ผู้ผลิตต้องเร่งหาทางแก้ปัญหาด้วยการสร้างมูลค่าเชิงสัญญา ะให้การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณซึ่งนับได้ว่าประสบความสำเร็จ

การเพิ่มมูลค่าเชิงสัญญาเข้าไปเพื่อดึงดูดให้คนต้องการบริโภคสินค้ามากขึ้น และรู้สึกแตกต่างจากการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมที่ให้ความสนใจกับประวัติศาสตร์และ ความงดงามทางศิลปกรรม หรือการสักการะในสถานที่สำคัญก็มักจะไม่คำนึงถึงจำนวน ของสถานที่ แต่เมื่อมีการให้ความหมายแก่สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ อ้างอิงจากชื่อหรือประวัติของสถานที่ กระตุ้นให้ คนอยากบริโภคความหมาย อยากได้รับพรตามคำนิยามจากการเดินทางไปสักการะจนครบทั้ง 9 แห่ง ซึ่งเชื่อว่าจะเป็นมงคลชีวิตครบถ้วนกว่าการเดินทางไปวัดทั่วไป

การเดินทางไปถึง 9 วัดใน 1 วันถือเป็นกิจกรรมที่ทำได้ยาก เนื่องจากจะต้อง เดินทางพร้อมกับสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ถึง 9 แห่ง เมื่อเกิดเป็นทัวร์ไหว้พระ 9 วัดซึ่งผู้เดินทางจะ ได้รับการอำนวยความสะดวกจากผู้ให้บริการ ทั้งการเดินทาง การจัดลำดับสถานที่ และการบริการ ด้านอาหารเครื่องดื่ม ทำให้ผู้สักการะสะดวกสบายมากขึ้น และสามารถไปได้ครบถ้วนตามรายการซึ่ง ส่งผลต่อความรู้สึกที่เหนือกว่าการไปสักการะเพียงวัดเดียว เพราะได้รับพรครบถ้วนสำหรับการดำเนิน ชีวิตในทุก ๆ ด้าน ในทางตรงกันข้าม หากนักท่องเที่ยวคนใดที่สามารถเดินทางไหว้พระ 9 วัดได้ด้วย ตนเองสำเร็จก็จะทำให้เกิดความรู้สึกที่เหนือกว่ามากยิ่งขึ้นเพราะได้ใช้ความพยายามและมีความ ยากลำบากมากกว่าการซื้อทัวร์

อย่างไรก็ตาม การเพิ่มมูลค่าเชิงสัญญาดังกล่าวที่ก่อให้เกิดผลต่อตัวผู้บริโภค อยากบริโภคการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณประเภทการไหว้พระ 9 วัดอย่างไม่มีที่สิ้นสุดกลับก่อให้เกิด ผลดีหลายประการ ในเบื้องต้น ผู้ที่ได้เดินทางไปกับการไหว้พระ 9 วัดจะเกิดความรู้สึกในทางบวก เพราะได้ทำบุญตามความเชื่อของตนและได้รับบุญจากการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว ประเด็นนี้อธิบาย ได้จากงานของวัชรกร (2550) ที่ศึกษาเรื่องมูลค่าของพระเครื่อง มีข้อค้นพบสำคัญเรื่องสินค้าเชิง ศาสนา ว่าถึงแม้จะมีการบริโภคเชิงสัญญาแต่มูลค่า/คุณค่าด้านอื่นไม่ได้ลดลงเลย เพราะสินค้า

ประเภทนี้สอดคล้องอยู่กับความเชื่อพื้นฐานในสังคม และยังคงถูกบริโภคในแง่มูลค่าเชิงประโยชน์ใช้สอยมากกว่ามูลค่าในด้านอื่น ๆ ซึ่งกรณีนี้ก็คือ คนมาไหว้พระ 9 วัดเพื่อให้ได้บุญและสิริมงคลตามความเชื่อของศาสนาอยู่ด้วย ไม่ใช่แค่บริโภคความหมายของชื่อวัดและมงคลของเลข 9 เพียงอย่างเดียว ตรงกับข้อมูลด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่พบว่าการไหว้พระ 9 วัดเป็นการส่งเสริมพระพุทธศาสนาในระดับมากที่สุด (เฉลี่ย 4.56 SD = 0.66) เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับหลักของพระพุทธศาสนาในระดับมาก (เฉลี่ย 4.39 SD = 0.72) และยังคงดึงดูดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าวัดมากขึ้นในระดับมาก (เฉลี่ย 4.32 SD = 0.72) ในส่วนของศาสนสถานที่อยู่ในเส้นทางก็ได้รับผลดีตามไปด้วยจากปัจจัยที่นักท่องเที่ยวที่มาทำบุญ สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาวัดและใช้ในกิจการต่าง ๆ ที่จำเป็น ในขณะที่เดียวกันการไหว้พระ 9 วัดก็เป็นจุดเริ่มต้นที่ดึงดูดให้คนเข้าวัดมากขึ้น พระสงฆ์ผู้มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ดูแลทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ใช้ในการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดก็สามารถใช้โอกาสนี้ในการเผยแพร่หลักคำสอนทางศาสนาและให้ความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในบริเวณวัดสอดแทรกไปกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับงานของ Cohen (1988) และ Sheperd (2002) ที่มีทัศนะว่าการนำเอาวัฒนธรรมมาปรับใช้ในตลาดการท่องเที่ยวจะกระตุ้นให้เจ้าของวัฒนธรรมหรือคนในท้องถิ่นหันกลับมาสนใจวัฒนธรรมที่ตนมี พร้อมกันนั้นก็ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนในรูปของรายได้

**2.1.2 การทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (standardization)** เป็นการผลิตสินค้าท่องเที่ยวหรือสินค้าทางวัฒนธรรมให้มีรูปแบบเดียวกันหรือมีมาตรฐานในการให้บริการคล้ายคลึงกัน เพื่อให้ผู้บริโภคซึ่งในกรณีนี้คือนักท่องเที่ยวได้ใช้บริการและรู้สึกไม่แตกต่างจากความคาดหวังของตนเอง

1. มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับเลข 9 นักท่องเที่ยวที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด ล้วนแล้วแต่มีจุดประสงค์ต้องการจะมาไหว้พระทำบุญและเน้นกิจกรรมที่สอดคล้องกับเลข 9 ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องมีเลข 9 เป็นหลักสำคัญ แต่อาจประยุกต์สถานที่หรือคติที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น การไหว้พระ 9 วัดเส้นทางกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด การไหว้พระ 9 วัดทางน้ำ การสักการะ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อของชาวจีน เป็นต้น ตลอดจนการยังได้ตั้งราคาให้ลงท้ายด้วยเลข 9 อีกด้วย

2. มาตรฐานด้านสถานที่ นอกจากตัวเลขแล้วผู้จัดให้บริการต้องจัดนำเที่ยวโดยคำนึงถึงมาตรฐานของจุดหมายในการท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

**สิ่งดึงดูดใจ** (attractions) สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่ในเส้นทางไหว้พระ 9 วัด จะต้องมีจุดเด่นทางด้านชื่อเสียงที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคลหรือหากชื่อเสียงไม่สอดคล้องกับความหมายก็จะต้องมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำสถานที่นั้น ๆ ที่คนทั่วไปรู้จักและให้ความเคารพศรัทธา ไม่ว่าจะเป็นพระพุทธรูป ประวัตติความเป็นมา ตลอดจนบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับศาสนสถาน ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมในการสักการะและรับพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ สิ่งดึงดูดใจเหล่านี้อาจเป็นความศักดิ์สิทธิ์ที่เล่าสืบต่อกันมาหรือประดิษฐ์ขึ้นใหม่ก็ได้ ผลการศึกษามีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยของผุสสดี วัฒนเมธาและคณะ (2550) และวิศิษฐ์ เตชมากและคณะ (2552) ที่ศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเดินทางไปยังวัดต่าง ๆ ตามเส้นทางที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนด และเลือกวัดเหล่านี้จากความงดงามทางศิลปกรรม ความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธรูป และคติความเชื่อที่สอดคล้องกับวัดแต่ละแห่ง จากการสำรวจข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าช่วยเสริมมงคลให้แก่ชีวิตอยู่ในระดับมากที่สุดเฉลี่ย 4.60 (SD = 0.53) และยังพบว่าความเลื่อมใสในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำวัดเป็นสาเหตุอันดับ 2 ที่ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวน 156 คน จาก 400 คนเลือกเดินทางมายังวัดนั้น ๆ

**สิ่งอำนวยความสะดวก** (amenities) เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวยังที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณหรือไม่ นักท่องเที่ยวต่างคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดี การเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามสถานที่ต่าง ๆ นั้นจึงจำเป็นต้องมีศักยภาพในการรองรับและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การคัดเลือกศาสนสถานในเส้นทางไหว้พระ 9 วัดของกองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงชสมก. ด้วย โดยหน่วยงานเหล่านี้จะวางแผนสำรวจวัดที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ห้องน้ำ จุดจำหน่ายสินค้า จุดจำหน่ายเครื่องสักการะ ป้ายสื่อความหมาย เป็นต้น หากตรงตามคุณสมบัติที่ต้องการจึงจะถูกบรรจุเข้าเป็นสถานที่ในรายการนั้น ๆ ผู้วิจัยสังเกตว่าในช่วงเทศกาลจะมีประชาชนเดินทางไปวัดเป็นจำนวนมากทำให้ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นนักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่สะอาดและเพียงพอในระดับมากที่สุดเฉลี่ย 4.04 (SD = 0.71) สถานที่มีความกว้างขวาง รองรับคนได้โดยไม่แออัดในระดับมากที่สุดเฉลี่ย 3.81 (SD = 0.80) บรรยากาศสงบ มีสมาธิอยู่ในระดับมากที่สุดเฉลี่ย 3.76 (SD = 0.91) ซึ่งจากระดับทัศนคติของทั้ง 3 ข้อจะอยู่ในระดับมากที่สุดคะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำกว่าทัศนคติในด้านอื่น ๆ และมีการกระจายข้อมูลมาก

**การเข้าถึง** (accessibility) การเดินทางไปยังศาสนสถานแต่ละแห่งที่ถูกคัดเลือกจะต้องเข้าถึงได้ง่ายไม่ว่าจะเป็นรถส่วนตัวหรือระบบขนส่งมวลชน เพราะหากสถานที่ใดเข้าถึงได้ยากก็จะทำให้คนไม่นิยมเดินทางไป จากการประเมินผลแบบสอบถามพบว่าสาเหตุอันดับ 1 ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปวัดใด ๆ ก็เนื่องมาจากวัดนั้นเดินทางเข้าถึงสะดวก โดยวิธีการเข้าถึง

ศาสนสถานในโครงการไหว้พระ 9 วัดในปัจจุบันถูกจัดให้มีความหลากหลายและน่าสนใจมากขึ้น เส้นทางเริ่มแรก คือ เส้นทางสักการะ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ใช้เกณฑ์การเข้าถึงเป็นหลัก โดยคำนึงถึงเส้นทางการเดินเท้าและใช้ระบบขนส่งสาธารณะเท่าที่จำเป็น กลุ่มของวัดจึงรวมอยู่บริเวณไม่กว้างนัก เพื่อให้เหมาะสมกับวิธีการเดินทางซึ่งจากผลสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไหว้พระ 9 วัดในโครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงยังคงนิยมเดินทางมาด้วยบริการขนส่งมวลชนเป็นอันดับ 1 จำนวน 149 คนจาก 400 คน รองลงมา คือ การเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวซึ่งจากการสำรวจเป็นการเดินทางมากับทัวร์ชมก. จำนวน 103 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน แต่ต่อมามีการขยายรูปแบบและพื้นที่ออกไปจึงมีวิธีเข้าถึงที่หลากหลายและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เช่น ไหว้พระ 9 วัดทางน้ำ เข้าถึงโดยเรือ ไหว้พระ 9 วัดในต่างจังหวัดใช้เส้นทางบก เป็นต้น

**2.1.3 การผลิตซ้ำ (reproduction)** เป็นการผลิตซ้ำความหมายหรือการสร้าง ความหมายขึ้นใหม่ให้แก่ตัวสินค้า ในที่นี้ก็คือการนำเอาวัฒนธรรมการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์มาผลิตซ้ำ ความหมายเดิมร่วมกับสร้างความหมายใหม่ขึ้นมาและนำรูปแบบหรือ ‘สูตรตายตัว’ นี้ไปใช้กับพื้นที่ ต่าง ๆ

การเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีคุณค่าในการตอบสนองความต้องการ ทางด้านจิตใจแก่ผู้ที่ได้เข้าร่วม ประกอบกับการได้เที่ยวชมความงามทางศิลปกรรมและเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ผ่านการเที่ยวชมศาสนสถาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงนำเอาคุณค่าดังกล่าวมา ผลิตซ้ำความหมายเพื่อให้ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวได้ทำบุญ ไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และขอพร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลปีใหม่เพื่อเป็นการเริ่มต้นปีด้วยความเป็นสิริมงคล พร้อมกันนั้นก็สร้าง ความหมายใหม่ผ่านการใช้สูตรเลข 9 ร่วมกับการสร้างความหมายหรือที่เรียกกันว่า ‘คติ’ ในการ สักการะ ที่สอดคล้องกับชื่อสถานที่หรือประวัติความเป็นมาของสถานที่นั้น ๆ การผลิตซ้ำและสืบทอด ความหมายโดยหน่วยงานการท่องเที่ยวนั้นคล้ายกับการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าและนำมาใช้ ในบริบทของการท่องเที่ยวของพิทักษ์ น้อยวงศ์คลัง (2546) ที่แสดงให้เห็นถึงสินค้าทางวัฒนธรรม ประเภทต่าง ๆ ที่ผลิตบนพื้นฐานภูมิปัญญา โบราณสถาน วัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนวัด ผู้มีหน้าที่ ผลิตความเชื่อและสินค้ายึดเหนี่ยวทางใจ แต่งานของพิทักษ์จะเน้นตรวจสอบความหมายจากมุมมอง ของผู้ผลิตและชุมชนซึ่งต่างจากงานของผู้ศึกษาที่วิเคราะห์จากทั้งผู้วางนโยบาย วัด ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนักท่องเที่ยวด้วย นอกจากนั้นยังสามารถพบการสร้างและผลิตซ้ำความหมายอย่างชัดเจนได้จาก หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระ 9 วัด ทั้งที่เป็นคู่มือแนะนำและแนะนำการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เมื่อศึกษาจากหนังสือเหล่านี้พบว่าการผลิตซ้ำสูตรตายตัวของการไหว้พระ 9 วัด ทั้งอ้างอิงกับคติ

ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และประดิษฐ์ขึ้นใหม่ในเส้นทางต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ต้องการสักการะที่มีวัตถุประสงค์หลากหลายมากยิ่งขึ้น เมื่อตรวจสอบปีที่พิมพ์จะพบว่าเกิดขึ้นในช่วง พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา ซึ่งก็คือหลังจากการเกิดโครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแล้วนั่นเอง

กระบวนการทำให้การไหว้พระ 9 วัดกลายเป็นสินค้าทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคใน 2 กลุ่ม กลุ่มแรกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ซื้อทัวร์กับบริษัทนำเที่ยวหรือหน่วยงานผู้จัดกิจกรรม เป็นการแลกเปลี่ยนเงินกับการอำนวยความสะดวกในการเดินทางและการจัดบริการอื่น ๆ กลุ่มที่สอง คือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวผู้เดินทางกับศาสนสถานแต่ละแห่งที่อยู่ในรายการไหว้พระ 9 วัด ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนกันในหลายลักษณะ ได้แก่ ผู้ที่สักการะจะได้รับความสบายใจหรือสิริมงคลตามความศรัทธาของตน ส่วนศาสนสถานเองจะได้รับปัจจัยจากการทำบุญของผู้มาเยือน การไหว้พระ 9 วัดก่อให้เกิดประโยชน์แก่คนทุกฝ่ายจึงกลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในลักษณะของปรากฏการณ์ที่รู้จักกันทั่วไปในสังคม

อาจกล่าวได้ว่ากองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีบทบาทในการริเริ่มโครงการและสร้างความหมายในการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์รูปแบบใหม่ ซึ่งผลจากการสร้างความหมายดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างสูงจนกลายเป็นสินค้าการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ การผลิตซ้ำเกิดโดยหน่วยงานดังกล่าวส่วนหนึ่งแต่ในขณะเดียวกันก็มีสื่อสารมวลชน สื่อออนไลน์ หนังสือคู่มือการไหว้พระ 9 วัดและตัวบุคคลที่เดินทางไหว้พระ 9 วัดเองทำหน้าที่ช่วยผลิตซ้ำกระบวนการดังกล่าวบนพื้นฐานของวัฒนธรรมความเชื่อทางศาสนา ทำให้การไหว้พระ 9 วัดยังคงอยู่ในสังคมไทยมาจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าหน่วยงานผู้ริเริ่มจะหยุดการดำเนินงานโดยตรงไปแล้วก็ตาม

ความนิยมในการไหว้พระ 9 วัดทำให้บริษัทนำเที่ยวดำเนินการตามเส้นทางที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดไว้ และยังคงใช้รูปแบบการสร้างสินค้าไหว้พระ 9 วัดพร้อมกันให้ความหมายแก่สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2549 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพเข้ามาทำโครงการไหว้พระ 9 วัดในเส้นทางทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดในภาคกลาง ก็ได้ลดทอนรายละเอียดของโครงการลงไปด้วยข้อจำกัดเรื่องบุคคลากรไม่ได้รับการอบรมเรื่องการนำชมสถานที่และข้อกฎหมายใน การขออนุญาตจัดบริการท่องเที่ยว ปัญหาดังกล่าวปรากฏในงานของสกนธ์ ภูงามดี (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพตั้งแต่ พ.ศ. 2549 - 2550 ซึ่งจนกระทั่งถึงปัจจุบันก็ยังไม่ได้รับการแก้ไข

การไหว้พระในโครงการของชมก. จึงต้องตัดการให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์และศิลปกรรมออกไป เหลือเพียงแต่การอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงบุญเพียงอย่างเดียวสามารถเดินทางได้ครบ 9 นับว่าเป็นการลดคุณภาพเพื่อให้ขายทัวร์ได้ในราคาถูกลงและหลีกเลี่ยงปัญหาทางกฎหมายที่จะตามมา แต่จากผลการศึกษาพบว่าผู้ที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด มีทั้งที่ต้องการความรู้เพิ่มเติมด้านศิลปวัฒนธรรมและไม่ต้องการทราบถึงข้อมูลโดยละเอียด ซึ่งการจัดทัวร์ของ ชมก. น่าจะตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มหลังได้เป็นอย่างดี

## 2.2 พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาร้อยละส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท อยู่ในช่วงวัยเริ่มต้นทำงานนิยมเดินทางมาไหว้พระ 9 วัดมากที่สุด ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานของมุสสดี วัฒนเมธาและคณะ (2550) และจิรายุทธ เชาวดี (2550) ที่พบว่ากลุ่มคนที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีแนวโน้มอายุน้อยลง อยู่ในช่วงวัยรุ่นที่เปลี่ยนผ่านเข้าสู่วัยทำงาน เพราะกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับกลุ่มเพื่อน การท่องเที่ยว และการพักผ่อน และยังไม่มีภาระความรับผิดชอบมากนัก มีรายได้พอที่จะจ่ายในการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ศึกษาสังเกตว่าคนที่เข้าวัดในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์จะมีหลากหลายวัยมากขึ้น นอกจากนั้นเมื่อสังเกตพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มวัยเริ่มทำงานก็จะมี การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์และถ่ายภาพเป็นที่ระลึก สะท้อนให้เห็นมุมมองของคนกลุ่มนี้ว่าวัดเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมและแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมกัน ตรงกับข้อมูลสัมภาษณ์พระและคนขับรถสามล้อรับจ้างตามพระอารามหลวงในพื้นที่ศึกษาว่าปัจจุบันคนเข้าวัดมีหลากหลายกว่าผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเพื่อน วัยรุ่น และคนทำงาน

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่าทราบข่าวสารจากเพื่อนหรือญาติมากที่สุดสอดคล้องกับงานของจิรายุทธ เชาวดีและคณะ (2550) มุสสดี วัฒนเมธาและคณะ (2550) และ เจริญศรี จวนสง (2552) ว่านักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารการไหว้พระ 9 วัดผ่านสื่อที่เป็นบุคคลมากที่สุด แต่ในช่วงเทศกาลจะทราบข้อมูลจากป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดปีละ 1 ครั้งในช่วงวันสำคัญทางศาสนา ซึ่งชนัญ วงษ์วิภาค (2552: 77) กล่าวว่าคนในเมืองประกอบอาชีพที่มีวันหยุดตามวันหยุดราชการหรือเทศกาล ดังนั้นในช่วงวันหยุดคนจึงออกเดินทางท่องเที่ยว ผู้วิจัยสังเกตว่าในช่วงเทศกาลจะมีประชาชนเดินทางไปวัดเป็นจำนวนมากทำให้ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัดที่มีพื้นที่ขนาดเล็กและมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดประชาชนให้กระจายไปยังส่วนต่าง ๆ ได้น้อย คนจึงกระจุกตัวอยู่บริเวณพื้นที่ที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์สำคัญ เช่น กรณีของวัดระฆังก็ได้อัดประชาสัมพันธ์กิจกรรมไหว้พระ 9 วัด เพราะไม่ต้องการ

ให้คนมามากจนเกินไป เช่นเดียวกับวัดชนะสงครามที่มีพื้นที่ในเขตพุทธาวาสจำกัดจึงมีประชาชนหนาแน่นบริเวณพระอุโบสถ ส่วนวิธีการเดินทางจะใช้บริการขนส่งสาธารณะเป็นหลัก โดยเฉพาะช่วงเทศกาลวันสำคัญองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพจะจัดรถบริการฟรีทำให้เดินทางสะดวกยิ่งขึ้น ปัจจัยที่ทำให้เลือกไปวัดต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความศรัทธาส่วนบุคคลที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำวัดและเลือกวัดที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองส่วนใหญ่เดินทางได้ไม่ครบ 9 วัด สอดคล้องกับรายงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่านักท่องเที่ยวเดินทางเองได้เฉลี่ย 5.26 วัด (อินโฟเฮอร์ส, 2547: 8) ในขณะที่กลุ่มที่เดินทางไปกับทัวร์ไหว้พระ 9 วัด เส้นทางกรุงเทพฯ ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพสามารถเดินทางได้ครบทั้ง 9 วัด แต่ก็มีข้อจำกัดด้านเวลาที่ต้องรีบเร่ง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้เพียงสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์แต่ไม่สามารถเดินเที่ยวชมศิลปกรรมหรือร่วมพิธีกรรมทางศาสนา เช่น ฟังเทศน์หรือนั่งสมาธิซึ่งต้องใช้เวลาอันได้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเองพบว่ามีไป วัดชนะสงคราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และวัดบวรนิเวศวิหารตามลำดับ สาเหตุที่เลือกไหว้พระ 9 วัด เนื่องจากต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เสริมสร้างสิริมงคล ทำบุญ และพักผ่อนหย่อนใจตามลำดับ ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวบางส่วนต้องการสะอาดสะอาดที่สืบทอดวงชะตาด้วย กลุ่มที่ต้องการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และศิลปกรรมในวัดเป็นจำนวนน้อยที่สุด ในขณะเดียวกันวัดเองก็ไม่สามารถจัดให้บริการความรู้ได้อย่างทั่วถึงเนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาแบบกระจายตัว ไม่สามารถนำชมเป็นหมู่คณะได้ สะท้อนผ่านผลการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่พบว่า ได้ความรู้เพิ่มเติมด้านประวัติศาสตร์และศิลปกรรมในวัดเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) กลับมีค่า 0.92 แสดงให้เห็นถึงการกระจายของข้อมูลที่กว้าง คล้ายคลึงกับงานวิจัยของรสิกา อังกูร (2545) ที่พบว่าวัดในเขตกรุงเทพฯ ยังขาดการจัดการเพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านศิลปกรรมในวัดควบคู่กับการเผยแพร่พระพุทธศาสนา ในส่วนท้ายของแบบสอบถามมีนักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า การไหว้พระ 9 วัด เป็นเพียงกระแสนิยมของคนในปัจจุบันซึ่งความเห็นส่วนตัวของนักท่องเที่ยวเห็นว่าการไหว้พระทำบุญไม่จำเป็นต้องกำหนดจำนวนหรือเลือกสถานที่จากความหมาย แต่อยู่ที่ความสะดวกและความตั้งใจมากกว่า และบางส่วนมีความคิดเห็นว่าทางวัดรองรับนักท่องเที่ยวในลักษณะของการพาณิชย์มากกว่า หน้าที่ในการอบรมสั่งสอนศีลธรรมให้ประชาชนจึงต้องการให้ปรับปรุงในประเด็นนี้

### 2.3 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวและการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด

วัดในพื้นที่ศึกษาเป็นวัดที่มีทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์หรือตั้งอยู่บนเกาะรัตนโกสินทร์ซึ่งเป็นศูนย์รวมนักท่องเที่ยว จึงถูกนำมาทำเป็นสินค้าวัฒนธรรมและสินค้าการท่องเที่ยว

ดังที่กล่าวมาแล้ว ส่วนในขั้นตอนการจัดการให้พระอารามหลวงทั้ง 9 แห่งกลายเป็นจุดหมายสำคัญในการไหว้พระ 9 วัด จำเป็นจะต้องมีการจัดการโดยผู้จัดการทรัพยากรและการท่องเที่ยว ซึ่งในเบื้องต้นก็คือกองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยชนัญ วงษ์วิภาค (2552: 9) กล่าวถึงผู้จัดการท่องเที่ยวว่าต้องวางกรอบควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแผนการท่องเที่ยวที่วางไว้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมุ่งไปยังจุดหมายที่ผู้จัดต้องการและจำกัดผลกระทบต่อทรัพยากรได้ ในเบื้องต้นสามารถควบคุมได้ง่าย เนื่องจากกองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ จัด walking tour 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจับบริการนำไหว้สักการะ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์และเปลี่ยนเป็นไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงในปีถัดมา ใช้รถตู้เป็นยานพาหนะ มีมัคคุเทศก์จากหน่วยงานการท่องเที่ยวที่มีความรู้คอยให้ข้อมูลและดูแลควบคุมทุกขั้นตอน แต่ต่อมาเมื่อเปลี่ยนรูปแบบไปแจกคู่มือสักการะ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์และเปลี่ยนเป็นคู่มือไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ในเวลาต่อมาให้นักท่องเที่ยวเดินทางเอง ในคู่มือดังกล่าวจะแสดงรายละเอียดชื่อวัด คติการสักการะ ตลอดจนรายละเอียดทรัพยากรวัฒนธรรมที่น่าสนใจเฉพาะที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชม โดยจะให้ข้อมูลพระประธานและเสริมด้วยทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญซึ่งจะมีเฉพาะบางวัดเท่านั้น สอดคล้องกับการสังเกตการณ์ในพื้นที่ศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวจะกระจุกตัวอยู่บริเวณพระประธาน และสิ่งที่น่าสนใจสำคัญ ปรากฏการณ์ดังกล่าวอธิบายได้จากข้อคิดเห็นของชนัญ วงษ์วิภาค (2552: 10) ที่ว่าผู้จัดการทรัพยากรเป็นผู้กำหนดให้นักท่องเที่ยวได้รับสาระสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวตามเวลาที่จำกัด จึงต้องเลือกเฉพาะจุดที่เห็นว่าเหมาะสมเท่านั้น ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานท่องเที่ยวสำคัญที่วางแผนเส้นทาง และนับว่าวางแผนได้เหมาะสมที่เลือกจุดเด่นเป็นพระประธาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดส่วนใหญ่ต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำวัด หลังจากนั้นจึงค่อยเสริมสถานที่ที่น่าสนใจอื่นให้นักท่องเที่ยวได้ไปเยี่ยมชม แต่ก็ต้องไม่มากเกินไป เพราะต้องเดินทางต่อไปยังวัดอื่น ๆ ให้ครบ 9 แห่ง ใน 1 วัน

การจัดการดังกล่าวสอดคล้องกับรูปแบบการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมรูปแบบเก่า (ก่อนศตวรรษที่ 21) ดังที่ธนิช เลิศชาญฤทธ์ (2552) ได้อธิบายไว้ กล่าวคือ เจ้าหน้าที่รัฐเป็นผู้ริเริ่มวางนโยบายและลงมาดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ กองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานภาครัฐเข้ามาจัดการโครงการไหว้พระ 9 วัดตั้งแต่การคัดเลือกวัดและแจ้งให้วัดรับทราบเพื่อเตรียมการในการรองรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ การจัดการดังกล่าวเกิดขึ้นในระดับทางการ เพราะมีการออกจดหมายแจ้งและขอความร่วมมือไปยังพระอารามหลวง โดยมีลักษณะของการจัดการ

จากบนลงล่าง และเป็นแบบแผนในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อมุ่งหวังในการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นสำคัญ

ถึงแม้ว่าหน่วยงานการท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งจะกำหนดนโยบายแกว่าวัดแต่ก็ไม่ได้เข้ามาดำเนินการใด ๆ อีก นอกจากการแจกคู่มือประกอบการเดินทางไหว้พระ 9 วัดเส้นทางต่าง ๆ ในช่วงเทศกาลและวันสำคัญ ตัววัดเองจึงต้องรับผิดชอบในการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีในแต่ละวัด ชนัญ วงษ์วิภาค (2552) ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรมว่าผู้ดูแลทรัพยากรวัฒนธรรมควรตระหนักว่านักท่องเที่ยวไม่ได้มีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรต่าง ๆ มากไปกว่าที่รับรู้ผ่านสื่อหรือภาพจำตามประสบการณ์ การเดินทางส่วนใหญ่จึงมุ่งไปยังจุดที่ตนรู้จัก ซึ่งก็มักเป็นจุดเดิม ๆ ตามความเข้าใจแบบเดิม ๆ วัดจึงมีบทบาทสำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือเลือกนำเสนอทรัพยากรที่หลากหลายมากขึ้น ตลอดจนปรับปรุงการนำเสนอให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้สนใจทรัพยากรอื่น นอกเหนือจากสิ่งที่ตนคุ้นเคยและตั้งเป้าหมายไว้ การเปลี่ยนรูปแบบการจัดการของหน่วยงานรัฐนับเป็นการกระจายอำนาจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปดำเนินการบริหารทรัพยากรที่ตนมีอย่างเหมาะสม โดยวัดส่วนใหญ่เล็งเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าร่วมโครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง จึงบูรณาการทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีอยู่ในวัดมาใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว และแม้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการจัดการแล้ว แต่ทางวัดเองก็สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับที่น่าพอใจเนื่องจากวัดที่ถูกคัดเลือกเป็นพระอารามหลวง ในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และฝั่งธนบุรีตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพฯ และประเทศไทย พระสงฆ์และเจ้าหน้าที่วัดมีความคุ้นเคยในการรองรับนักท่องเที่ยวมาแล้วในระดับหนึ่ง ดังนั้นเมื่อเกิดการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพียงเข้ามาติดต่อขอความร่วมมือและแม้หน่วยงานภาครัฐจะไม่ได้เข้าร่วมจัดการโดยตรง แต่ทางวัดก็สามารถปรับรูปแบบที่เคยรองรับนักท่องเที่ยวและพุทธศาสนิกชนทั่วไปเข้ามารองรับประชาชนที่เข้ามาไหว้พระในช่วงเทศกาลได้ อย่างไรก็ตามชนัญ วงษ์วิภาค (2552) วิเคราะห์เกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทงานเทศกาลหรืองานประเพณีแม้ว่าจะมีการระบุดขอบเขตพื้นที่ชัดเจน เช่น กำหนดให้เดินทางเฉพาะ 9 พระอารามหลวงบนเกาะรัตนโกสินทร์และฝั่งตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์ แต่การไหว้พระสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ถือเป็นพิธีกรรมที่เกิดขึ้นในระดับปัจเจก กล่าวคือ แม้จะมีการจัดเส้นทางหรือนำเที่ยวตามรายการนำเที่ยวไปยังวัดต่าง ๆ แต่เมื่อนักท่องเที่ยวไปถึงก็จะทำการแยกย้ายไปตามจุดต่าง ๆ ที่ตนต้องการสักการะ โดยการไหว้พระ ทำบุญ ตลอดจนการขอพรและการรับพรนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลว่าจะขออะไรและ

จะได้รับอย่างไร นอกจากนั้นกิจกรรมดังกล่าวเป็นพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาอยู่แล้ว พอมีการท่องเที่ยวเข้ามา ทางวัดและพระสงฆ์ก็เพียงนำเอาพิธีกรรมมาจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น ดังนั้นการทำบุญระหว่างเข้าร่วมไหว้พระ 9 วัดจึงถือเป็นการจัดการแบบไม่เป็นทางการและผู้จัดการท่องเที่ยวก็ไม่สามารถควบคุมได้อย่างเบ็ดเสร็จ

หากมองในด้านรูปแบบการจัดอีกประเภทหนึ่ง การจัดการพระอารามหลวงในพื้นที่ศึกษาในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเนื่องจากกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด อาจเรียกว่าเป็นการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมอื่น กล่าวคือ วัดแต่ละแห่งได้รับผลกระทบจากนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำให้ทรัพยากรวัฒนธรรมภายในวัดตกอยู่ในภาวะไม่ปกติ ซึ่งในที่นี่อาจไม่ร้ายแรงถึงขั้นที่ทรัพยากรตกอยู่ในภาวะสุ่มเสี่ยงที่จะสูญสลาย แต่ก็ได้รับผลกระทบทั้งทางกายภาพ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ การจัดการจึงไม่เร่งด่วนมากนักและเกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามความสามารถของแต่ละวัด ซึ่งแตกต่างจากการอธิบายของธนิช เลิศชาญฤทธ์ (2552) ที่ว่าการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมอื่นมักเกิดขึ้นกับทรัพยากรที่ถูกคุกคาม ตกอยู่ในอันตรายและต้องการการจัดการอย่างเร่งด่วนโดยหน่วยงานที่มีอำนาจสั่งการ เช่น หน่วยงานภาครัฐ

ยังมีประเด็นที่ผู้ศึกษาดังข้อสังเกตเกี่ยวกับความสัมพันธ์และการทำหน้าที่ระหว่างหน่วยงานผู้จัดการท่องเที่ยว ตัววัด และนักท่องเที่ยว โดยในช่วงเริ่มต้นโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เข้าไปติดต่อกับทางวัดเพื่อแจ้งให้ทางวัดรับทราบและเตรียมพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะกับทัวร์รถตู้ที่จัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในช่วงนี้วัดมีการทำงานอย่างใกล้ชิดกับกองการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจัดส่งพระเครื่องหรือวัตถุมงคลให้แก่ทางหน่วยงานเพื่อเป็นของรางวัลแก่ผู้ที่เดินทางไหว้พระ 9 วัด ในขณะที่วัดก็ไม่ได้ทำหน้าที่ให้บริการด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวมากนักเนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดให้มีคัคคุเทศก์บรรยายให้ความรู้และนำนักท่องเที่ยวไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นหมู่คณะ ทางวัดเพียงเปิดสถานที่ให้เข้าและดูแลในเรื่องทั่วไปเท่านั้น ต่อมาเมื่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยกเลิกการจัดทัวร์และแจกคู่มือให้นักท่องเที่ยวเดินทางเอง วัดก็เริ่มมีบทบาทต่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากและเดินทางมาด้วยตัวเองโดยไม่มีคัคคุเทศก์เข้ามาดูแล ในบางวัด เช่น วัดระฆัง เคยจัดบริการนำนักท่องเที่ยวกลุ่มไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงชมทรัพยากรทางวัฒนธรรม แต่ก็ประสบปัญหาว่านักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางมาเป็นกลุ่ม หรือบางครั้งมาเป็นกลุ่มแต่เมื่อมาถึงก็กระจายตัวกันออกไปทำให้ไม่สามารถนำชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้

ต้องยกเลิกไปในที่สุด (พระมหาปริชา ปสนโน, 2557) ปัญหานี้เกิดขึ้นกับอีกหลายวัด จึงไม่มีวัดใดที่ให้บริการนำชมนอกจากการติดต่อเข้ามาล่วงหน้าเท่านั้น เช่นเดียวกับงานของของรสิกา อังกูรและคณะ (2545) เสนอแนะว่าพระสงฆ์ควรมึบทบาทในการเผยแผ่ศาสนาควบคู่กับการนำชมศิลปกรรมในวัด แต่วัดในเขตกรุงเทพฯ (ซึ่งรวมถึงวัดในโครงการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงด้วยนั้น) ที่มีความพร้อมด้านกายภาพ นโยบาย และการถ่ายทอดความรู้แก่พระสงฆ์ มีเพียง 2 แห่ง คือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และวัดสุทัศนเทพวรารามเท่านั้น อย่างไรก็ตามการศึกษาของรสิกาเกิดขึ้นในบริบทของการนำชมโดยทั่วไป ไม่ได้เจาะจงกรณีของการไหว้พระ 9 วัด ซึ่งรูปแบบการเข้ามาของนักท่องเที่ยวมีความต่างกัน โดยกลุ่มไหว้พระ 9 วัดจะเดินทางมาหนาแน่นช่วงเทศกาลและมีเวลาจำกัด เนื่องจากต้องเดินทางให้ครบ 9 วัด ใน 1 วัน นักท่องเที่ยวบางส่วนจึงอาจไม่ต้องการเรียนรู้ศิลปกรรมก็เป็นได้

นอกเหนือจากการนำชม ทางวัดทุกแห่งในพื้นที่ศึกษาก็ได้จัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น เครื่องสักการะ ที่จอดรถส่วนตัว และเจ้าหน้าที่ของวัดที่คอยดูแลความปลอดภัย อำนวยความสะดวกในการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์และให้ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการได้สอดคล้องกับผลการศึกษาในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการวัดในเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงด้านต่าง ๆ ในระดับมาก (อยู่ระหว่าง 3.50-4.49) ทั้งการให้บริการเครื่องบูชาอย่างเพียงพอและมีราคาเหมาะสม (4.11) การมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวกและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว (4.03) การดูแลความปลอดภัย (3.98) การให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์และศิลปกรรมเพิ่มเติม (3.91) ส่วนการให้ข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ได้ถูกต้องพบว่าอยู่ในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้าย (3.76)

### 2.3 การไหว้พระ 9 วัดเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงและผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง

ถึงแม้ว่าจากการศึกษาจะพบว่ากิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ในพื้นที่ศึกษาในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทั้งทางบวกและทางลบ แต่ผู้ศึกษามีข้อสังเกตว่าการผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจไม่ได้เกิดจากสาเหตุของกิจกรรมดังกล่าวเพียงอย่างเดียว เนื่องจากพระอารามหลวงส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ก่อนแล้ว เช่นเดียวกับชนัญ (2552: 71) ที่ว่าวัดเป็นแหล่งรวมศิลปวัฒนธรรม ความรู้ งานฝีมือ ซึ่งเป็นภาพสะท้อนของคนในชุมชน โดยในกรณีนี้ ทรัพยากรวัฒนธรรมในพระอารามหลวงสร้างและทำนุบำรุงโดย

สถาบันพระมหากษัตริย์และหน่วยงานรัฐ อาทิ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ กรมการศาสนา ตลอดจนตัววัดเอง ดังนั้นจึงต้องปรับปรุงให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอเพื่อ “เป็นหน้าเป็นตา” ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลประกอบกับปัจจุบันมีประชาชนนิยมเข้าวัดมากขึ้นโดยไม่สามารถระบุได้ว่ามาเพื่อตั้งใจไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง หรือมาทำบุญตามปกติ วัดในฐานะผู้ดูแลจึงมีหน้าที่ในการทำนุบำรุง และปรับปรุงลักษณะทางกายภาพตลอดจนจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทอาคาร สิ่งก่อสร้าง พระพุทธรูป รูปเคารพ และงานศิลปกรรมให้มีสภาพดีอยู่เสมอ เพื่อให้บริการแก่ประชาชนผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรวัฒนธรรมนั้นได้ใช้ประโยชน์ร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยผลกระทบทางวัฒนธรรมของมณีวรรณ ผิวนิมและคณะ (2546), นิวัฒน์ อมาตยกุล (2550) และ วิภาดา ศุภรัฐปรีชา (2553) ที่ทำการศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ แล้วพบว่าเจ้าของหรือผู้ดูแลทรัพยากรวัฒนธรรมมีการปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพรวมถึงการนำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้มาใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว ส่วนการศึกษาผลกระทบจากการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงในประเด็นความขัดแย้งที่เกี่ยวกับการแย่งชิงพื้นที่การค้าภายในวัดก็มีความสอดคล้องกับ งานวิจัยของธีรวดี จำเดิม (2548) ที่มีประเด็นเรื่องความขัดแย้งระหว่างวัดกับชาวบ้านในชุมชนเวียงกุมกาม เนื่องจากวัดกลายเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์ ทำให้ชาวบ้านมีความศรัทธาต่อวัดน้อยลงและเข้าวัดน้อยลงตามไปด้วย

ผลกระทบที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดจะเกิดขึ้นกับทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ในเรื่องของความเชื่อเรื่องมงคลของเลข 9 และการให้ความหมายแก่ชื่ออันเป็นมงคล ซึ่งไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนกับการท่องเที่ยวนำไปสู่ข้อถกเถียงกันในสังคมเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวว่าช่วยส่งเสริมพระพุทธศาสนาหรือบิดเบือนความเชื่อทางศาสนา โดยมีการตั้งคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณรูปแบบดังกล่าวว่าเป็นการสร้างความหมายใหม่ให้กับความเชื่อดั้งเดิม ผ่านการเชื่อมโยงเลข 9 เข้ากับคำว่า “ก้าว” หน้า ประกอบกับการสร้างคติความเชื่อให้กับศาสนสถานต่าง ๆ ว่าชื่อหรือประวัติความเป็นมาตลอดจนสิ่งศักดิ์สิทธิ์สำคัญอันเป็นมงคล เมื่อได้สักการะแล้วจะช่วยส่งเสริมให้ได้รับลาภ ยศ สรรเสริญ ความสำเร็จ และชัยชนะ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเปลือกของศาสนาไม่ใช่คำสอนหลักที่ควรยึดถือ แต่ผู้ศรัทธาบางคนกลับเลือกใช้จ่ายเงินในเพื่อเข้าร่วมไหว้พระ 9 วัดเพียงเพราะต้องการพรที่ถูกสร้างขึ้นใหม่โดยไม่คำนึงถึงการปฏิบัติตนที่ถูกตั้งตามหลักศาสนาและตกอยู่ภายใต้การแสวงหากำไรของคนบางกลุ่ม จนมีบทความที่กล่าวถึงว่าการไหว้พระ 9 วัด เป็น “ศรัทธานำปัญญา” (กฤตีกมล, 2547)

อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนให้กลายเป็นสินค้าไม่ได้ก่อให้เกิดผลในทางลบเพียงอย่างเดียว แต่กลับทำให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจดังที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้คาดการณ์ไว้ คือ เป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายเงินของผู้เดินทาง ไม่ว่าจะเป็นค่านำเที่ยว เงินที่ใช้จ่ายในการทำบุญกับวัด การซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ระหว่างการเดินทาง ดังที่วิศิษฐ์ เดชมากและคณะ (2552) สัมภาษณ์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงมีการใช้จ่ายเงินในการทำบุญเฉลี่ยคนละประมาณ 1,000 บาท ซึ่งประโยชน์ทางเศรษฐกิจนี้เองเป็นประเด็นสำคัญที่หน่วยงานการท่องเที่ยวภาครัฐเล็งเห็นว่าสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศในช่วงที่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำได้ ต่อมาเมื่อนโยบายการท่องเที่ยวได้หันมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวทางเลือกโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเดินทางไหว้พระ 9 วัด จัดเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณีร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง จึงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน รวมถึงท้องถิ่นที่จัดการไหว้พระ 9 วัดบนพื้นฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรม ประเภทศาสนาสถานที่มีอยู่ กลายเป็นอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (cultural industry) ตามแนวคิดของ Miège (เกษม เพ็ญพินนท์, 2555) ที่มองว่าตัววัฒนธรรมเองมีคุณค่าและสามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่ช่วยสร้างรายได้แก่เจ้าของวัฒนธรรมและกระจายรายได้ออกไปสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศได้

การไหว้พระ 9 วัดเกิดขึ้นในสังคมไทยมาเป็นเวลากว่าทศวรรษ ถูกทำให้เป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ก่อให้เกิดการแสดงความคิดเห็นทั้งในแง่บวกและลบตลอดมา จากผลการศึกษาทำให้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการไหว้พระ 9 วัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีความดึงดูดใจในแง่ของการสร้างคติความเชื่อสอดรับกับความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยว ในขณะที่วัดเองก็มีศักยภาพในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของพุทธศาสนิกชน พร้อมทั้งให้ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม แต่การศึกษาที่ผ่านมาชี้ให้เห็นถึงจุดด้อยในข้อนี้ซึ่งยังไม่ได้รับการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง ดังนั้นศาสนาสถานที่อยู่ในโครงการแล้วหรือกำลังจะพัฒนาเป็นเส้นทางไหว้พระ 9 วัดจึงควรให้ความสำคัญกับประเด็นการรองรับนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของหลักการทางศาสนาประกอบกับการให้ความรู้ด้านประวัติศาสตร์และความงามทางศิลปกรรมด้วยวิธีการที่น่าสนใจ ในฐานะเจ้าของทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า เพื่อทำให้การไหว้พระ 9 วัดเกิดประโยชน์และความยั่งยืนอย่างแท้จริงต่อไป

### 3. ข้อเสนอแนะและแนวทางการจัดการ

จากการวิเคราะห์และอภิปรายผลร่วมกับงานวิจัยที่ผ่านมาทำให้ผู้ศึกษาพบปัญหา ดังนี้ จึงเสนอข้อแนะนำบางประการเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงและการไหว้พระ 9 วัดในพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งปัญหาหลักที่พบ คือ การขาดหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลัก ปัญหานี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อการเดินทางและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้วางนโยบายและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยตนเอง รวมถึงองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพที่ให้บริการทัวร์ไหว้พระ 9 วัดและรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวได้รับความนิยมนำมาซึ่งทำให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะช่วงเทศกาลสำคัญ อย่างไรก็ตามการที่ประชาชนเข้ามาไหว้พระขอพรในเขตเกาะรัตนโกสินทร์และฝั่งธนบุรีตรงข้ามเกาะรัตนโกสินทร์เป็นจำนวนมากโดยขาดการจัดการ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อพระอารามหลวงในเส้นทาง เนื่องจากเป็นสถานที่รองรับที่มีศักยภาพจำกัด เมื่อประชาชนเข้ามามากจนเกินความสามารถในการรองรับทำให้เกิดปัญหาการติด สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ การดูแลไม่ทั่วถึง ตลอดจนปัญหาอาชญากรรม

ผู้ศึกษามีความเห็นเห็นว่าหน่วยงานต่าง ๆ ไม่สามารถควบคุมการเดินทางของประชาชนและทางวัดเองก็ไม่สามารถปฏิเสธการให้บริการแก่ประชาชนได้ แต่สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกัน ดังข้อเสนอแนะต่อไปนี้

1. การจัดการกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดในเส้นทางอื่นเพิ่มเติม เส้นทางที่สร้างขึ้นใหม่ควรคัดเลือกเส้นทางที่มีความน่าสนใจและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต้องรองรับได้อย่างมีประสิทธิภาพเทียบเท่าหรือมากกว่าเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงซึ่งเป็นเส้นทางยอดนิยมและเป็นเส้นทางที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยผู้ศึกษาเห็นว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ การเดินทางเข้าถึงได้ง่าย ดังนั้นผู้วางเส้นทางควรคำนึงถึงระบบขนส่งเป็นอันดับแรก ต่อมาจึงทำการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักผ่านสื่อสาธารณะ

2. การจัดระบบการเดินทางของเส้นทางไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง โดยนำเอารถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัดมาให้บริการประชาชน แต่เปลี่ยนรูปแบบจากรถที่ให้บริการวิ่งเป็นวงกลมโดยประชาชนสามารถขึ้นลงที่จุดจอดใดก็ได้ เปลี่ยนเป็นการให้บริการเป็นรอบตามเวลาที่กำหนดและนำนักท่องเที่ยวไหว้พระจนครบ 9 วัด อาจจัดบริการ 2 รูปแบบ คือ รถเมล์ธรรมดาไม่เสียเงิน และรถเมล์ปรับอากาศให้บริการในราคาถูกเพื่อเป็นทางเลือกที่มากขึ้น ในขณะเดียวกันก็ต้องจัด

เจ้าหน้าที่ประสานงานเพื่อคำนวณปริมาณนักท่องเที่ยวในพระอารามหลวงแต่ละแห่ง ซึ่งอาจแบ่งเป็นกลุ่มวัดและวังสลับลำดับกันเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด

3. สร้างจุดจอดรถนอกเกาะรัตนโกสินทร์เพื่อให้ประชาชนนำรถไปจอดแล้วเปลี่ยนมาใช้บริการขนส่งสาธารณะเข้ามายังพื้นที่โครงการเพื่อลดปัญหาการจราจรติดขัด

4. นอกเหนือการจัดการด้านกายภาพแล้ว ผู้ศึกษายังมีความเห็นว่าสามารถสร้างแนวทางการจัดการบนพื้นฐานทรัพยากรด้านความเชื่อได้เช่นกัน อาทิ สร้างหัวข้อการสักการะให้ตรงกับความต้องการของคนเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ดังที่ปรากฏในหนังสือคู่มือไหว้พระ 9 วัดที่มีจำหน่ายตามท้องตลาด เช่น การคัดเลือกสถานที่ที่สามารถขอพรเกี่ยวกับความรัก การศึกษา การรักษาโรคซึ่งอยู่นอกเหนือบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ และไม่จำเป็นต้องเป็นวัดเสมอไป ทั้งนี้จำเป็นต้องได้รับการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมีบทบาทสำคัญและสามารถผลักดันการเปลี่ยนแปลงได้

5. การทำกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดผ่านทางเว็บไซต์ ในปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานอื่น ๆ เริ่มนำมาใช้ในช่วงเทศกาลสำคัญ ตัวอย่างที่พบได้ คือ การล่องกระทงหรือปล่อยโคมลอยผ่านเว็บไซต์ จากแนวคิดดังกล่าวสามารถมาประยุกต์ใช้กับการเดินทางไหว้พระ 9 วัด โดยให้ผู้ที่สนใจสามารถเลือกสักการะวัดที่ต้องการผ่านสื่อออนไลน์พร้อมทั้งแบ่งปันกิจกรรมร่วมกับผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันมากขึ้น พร้อมกันนั้นก็ยังสามารถสอดแทรกประวัติความเป็นมา ความสำคัญของวัดแต่ละแห่ง ซึ่งอาจช่วยให้ประชาชนสนใจทรัพยากรทางวัฒนธรรมในวัดได้มากขึ้นกว่าการเดินทางไปด้วยตนเองที่ต้องเร่งรีบไปให้ครบทั้ง 9 วัดภายใน 1 วัน

6. การประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางในช่วงเวลาอื่นนอกเหนือจากช่วงเทศกาล โดยทางวัดอาจร่วมมือกับหน่วยงานที่จัดการท่องเที่ยว จัดเป็นกิจกรรมส่งเสริมการไหว้พระ 9 วัด ทั้งการแจกวัตถุมงคล หรือจัดพิธีกรรมทางศาสนาอื่น ๆ เพิ่มเติมให้สอดคล้องกับการไหว้พระ 9 วัด เมื่อนักท่องเที่ยวเห็นว่าการเดินทางช่วงนอกเทศกาลมีความสะดวกมากกว่า อาจทำให้เกิดการกระจายการเดินทางตลอดทั้งปีก็เป็นได้

อย่างไรก็ตามข้อเสนอแนะทั้งหมดเป็นเพียงการประมวลผลจากการศึกษาที่ผ่านมาของผู้ศึกษาซึ่งยังไม่ได้นำไปหารือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงยังไม่ใช่การเสนอแนะเชิงนโยบายแต่อย่างใด

การศึกษาเรื่อง “ไหว้พระ 9 วัด”: การท่องเที่ยวและผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรม เป็นการอภิปรายถึงการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณรูปแบบหนึ่ง โดยศึกษาจากพัฒนาการและการคลี่คลายรูปแบบ ตลอดจนผลกระทบที่เกี่ยวข้อง โดยได้ขยายขอบเขตการศึกษาประเด็นผลกระทบให้ครอบคลุมถึงเรื่องทรัพยากรวัฒนธรรมด้านความเชื่อเรื่องมงคลของเลข 9 และการสร้างความหมายแก่การไหว้พระทำบุญของคนไทยซึ่งยังไม่มีการศึกษามากนัก ทั้งนี้ผู้ศึกษาไม่ได้มุ่งเน้นที่จะเสนอแนวทางในการจัดการกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด ทั้งในพื้นที่ศึกษาและพื้นที่อื่น ๆ อย่างเป็นทางการ ดังนั้นการวิจัยในอนาคตสามารถนำการศึกษาเรื่องนี้ไปเป็นพื้นฐานและต่อยอดในประเด็นอื่น ๆ ได้ต่อไป

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559.**

เข้าถึงเมื่อ 19 กรกฎาคม 2556. เข้าถึงได้จาก [http://www.tica.or.th/images/plan\\_tourism2555-2559/2555-2559.pdf](http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf).

กฤตดิ์กมล. (2547). “ไหว้พระ 9 วัด “ศรัทธา” นำ “ปัญญา” ปรากฏการณ์ในความอ่อนแอของมนุษย์.” **ศิลปวัฒนธรรม** 25, 3 (มกราคม): 29 – 31.

กองวิจัยตลาดแรงงาน. (2555). **จำนวนผู้เข้าสู่ตลาดแรงงาน ปี 2543 - 2556 จำแนกตามระดับการศึกษา (ประมาณการ).** เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2557. เข้าถึงได้จาก <http://lmi.doe.go.th/images/file/book/book12.2.pdf>

กัลยาณี วสุวานิช, จริมา ทองสวัสดิ์ และกวิภัก วสุวานิช, บรรณาธิการ. (2551). **คู่มือท่องเที่ยววัดสำคัญประจำรัชกาล.** กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.

กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน. (2553). **สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **ยุทธศาสตร์ปี พ.ศ. 2546 สร้างไทยเป็นมหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย.** เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2555. เข้าถึงได้จาก [http://travel.sanook.com/news/news\\_05785.php](http://travel.sanook.com/news/news_05785.php).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). **แผนที่ไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวง.** เข้าถึงเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2555. เข้าถึงได้จาก [http://www.9wat.net/9wat\\_12.swf](http://www.9wat.net/9wat_12.swf).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). **ไหว้พระ 9 วัด.** เข้าถึงเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2555. เข้าถึงได้จาก <http://www.9wat.net.php>.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). **แผนที่นมัสการ 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์.** (ม.ป.ท).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. (ม.ป.ป.). **ไหว้พระขอพร 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์.** ม.ป.ท.

กำไรทอง. (2556). **มัคคุเทศก์บริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา.** สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์.

- กิติพร ใจบุญ. (2538). “วัฒนธรรมการท่องเที่ยวและการบริโภค: ความหมายที่แปรเปลี่ยน.” **วัฒนธรรมการบริโภคแนวคิดและการวิเคราะห์**, 70-80. สิริพร สมบูรณ์บุรณะ, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- เกษม เพ็ญพินนท์. (2553). รายงานสัมมนา: ‘อุตสาหกรรมวัฒนธรรม’ สำรวจแนวคิดจนถึงนโยบาย แล้วไทยจะไปทางไหน. เข้าถึงเมื่อ 12 มกราคม 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.prachatai.com/journal/2010/08/30855>.
- ขวัญหทัย เจริญไมตรี. (2543). “คน ไก่ชน และการชนไก่ กระบวนการกลายเป็นสินค้าในบริบทสังคมไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรายุทธ เซาว์ดีและคนอื่น ๆ. (2550). **รายงานการวิจัยเรื่องการตลาดขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานครสำหรับการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด เส้นทางแม่กลอง**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- เจริญศรี จวนสา. (2552). “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาไหว้พระ 9 วัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.” ภาคนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- เจ้าของร้านชวนชิม. (2557). เจ้าของร้านอาหารชวนชิมหน้าวัดสุทัศนเทพวราราม. สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม.
- เจ้าหน้าที่วัดระฆัง. (2557). เจ้าหน้าที่ประจำจุดถวายสังฆทานและจำหน่ายน้ำดื่มวัดระฆังโฆสิตาราม. สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม.
- ฉันทัช วรรณถนอม. (2552). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2552). “การท่องเที่ยววัฒนธรรม.” เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรม คณะวิทยาการจัดการและคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2537). **ปฏิกิริยาทัศนคติและการจัดการด้านการท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: ภาควิชามนุษยศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชโลกร สุพรรณกุล. (2557). ช่างฝีมือซ่อมตุ๊กตาทินวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม. สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). **วิถีไทย: การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- ชูศักดิ์ วิทยาภัก. (2554). การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนา: พินิจหลวงพระบางผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. เชียงใหม่: ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2546). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 3. เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.
- ณพัตยศ เอมะสิทธิ์. (2556). นักพัฒนาการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร. สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์.
- ณรงค์ โนจากุล. (2557). พนักงานสื่อสาร องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ. สัมภาษณ์, 12 กรกฎาคม.
- ณัฐพล มีแก้วและสมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2555). “ถนนชายโขงเมืองเชียงคาน: การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย” ใน Proceedings **รวมบทความวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา**, 976-983. การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 13 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 17 กุมภาพันธ์ 2555. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เดลินิวส์. (2556). **ขสมก. พาไหว้พระต่างจังหวัดไม่ผิด**. เข้าถึงเมื่อ 11 มิถุนายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.dailynews.co.th/Content/bangkok/26008/ขสมก.พาไหว้พระต่างจังหวัด%26quot%3Bไม่ผิด%26quot%3B>.
- ทนภ พงศ์พิเชษฐ์ชัย. (2554). “ประสิทธิผลการรณรงค์โครงการไหว้พระ 9 วัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัย นเรศวร.
- ทวิช จตุวรพฤกษ์. (2548). **พรมแดน อัตลักษณ์และกระบวนการกลายเป็นสินค้า: การเมืองวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในบริบทการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ทีมข่าวการศึกษา. (2556). **ศน. จัดไหว้พระ 9 วัด ตามรอยกษัตริย์เทศกาล ‘มาฆบูชา’**. เข้าถึงเมื่อ 19 พฤษภาคม 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.thairath.co.th/content/328100>.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2554). **นั่งรถเมล์ฟรีไหว้พระ 9 วัด**. เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.thairath.co.th/content/162909>.
- ธนิก เลิศชาญฤทธ์. (2552). “การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม.” เอกสารประกอบการสอนรายวิชา 357511 สาขาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธีรวดี จำเริญ. (2548). “ผลกระทบการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

น. ณ ปากน้ำ [นามแฝง]. (2550). **ความงามในศิลปะไทย**. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2536). **ท่องเที่ยวบุญบั้งไฟในอีสาน: บุญบั้งไฟต้องรับใช้ชาวโสธร ไม่ใช่ชาวโสธรรับใช้บุญบั้งไฟ**. กรุงเทพฯ: มติชน.

นิวัฒน์ อมาตยกุล. (2549). “การศึกษาปัจจัยทางสังคม ผลกระทบ และการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

บุญมี พินิจสร. (2556). คนขับรถสามล้อรับจ้างบริเวณวัดสระเกศ. สัมภาษณ์, 23 พฤศจิกายน.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

ปัญญา เลิศสุขประเสริฐ. (2548). “กระบวนการกลายเป็นสินค้าของพิธีกรรมงานศพ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดุสิต วัฒนเมธาและคณะ. (2552). **รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการไหว้พระ 9 วัดบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์**. กรุงเทพฯ: สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

พนม ชื่นหวานวงศ์. (2556). พนักงานวัดชนะสงคราม. สัมภาษณ์, 23 พฤศจิกายน.

พรนภา ศรีกาญจน์. (2557). แม่ค้าจำหน่ายน้ำและขนมบริเวณถนนเชตุพน วัดโพธิ์. สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม.

พระครูปริตรโกศล. (2557). ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดบวรนิเวศวิหาร. สัมภาษณ์, 7 ตุลาคม.

พระนิกร ฐานโกโร. (2557). พระอัครนาค วัดสระเกศ ทำหน้าที่ประจำจุดถวายสังฆทานบนบรมบรรพต. สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม.

พระมหาชัยนาท อรรถบุตร. (2542). “แรงจูงใจในการเข้าวัดของคนไทยที่นับถือศาสนาพุทธ: ศึกษากรณี วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการบริการองค์กร มหาวิทยาลัยเกริก.

พระมหาญาณเดช ญาณวีโร. (2557). พระลูกวัด วัดสระเกศ. สัมภาษณ์, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม.

พระมหาดาวทอง ดิษฐ์โร. (2557). พระลูกวัด วัดกัลยาณมิตร. สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม.

- พระมหานิกม นิสโก. (2557). รองประธานคณะกรรมการบริหารโครงการเปิดพระอารามภาค  
กลางคืน และกรรมการศูนย์เผยแพร่การท่องเที่ยว วัดสุทัศนเทพวราราม. สัมภาษณ์, 24  
ตุลาคม.
- พระมหาบุญคง ธมฺมิโก. (2557). ผู้ช่วยประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการบริหารโครงการเปิดพระอาราม  
ภาคกลางคืน และกรรมการศูนย์เผยแพร่การท่องเที่ยว วัดสุทัศนเทพวราราม. สัมภาษณ์,  
3 กุมภาพันธ์.
- พระมหาบุญพิเชษฐ์ จันทร์เมือง. (2553). “การจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอกใน  
เกาะรัตนโกสินทร์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการ  
นันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระมหาบุญรุ่ง สิริโชติ. (2557). ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดอรุณราชวราราม. สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม.
- พระมหาปรีชา ปสนโน. (2557). ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดระฆังโฆสิตาราม. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์.
- พระมหาภาณุ ภาณุโก. (2557). ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดชนะสงคราม. สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม.
- พระมหาอุดม ปัญญาโก. (2557). เลขานุการแผนกทัศนศึกษา วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม.  
สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม.
- พลธรรม จันทร์คำ. (2551). “พยานาค: อุดมการณ์ที่เมืองคำชะโนดสู่กระบวนการทำให้เป็นสินค้า.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา การศึกษาและการพัฒนา สำนักบัณฑิต  
อาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พลอยศรี โปราณานนท์. (2548). “ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อคนกลุ่มน้อยในเชียงใหม่: กรณี  
บ้านม้งดอยปุย.” **เชียงใหม่ในกระแสการเปลี่ยนแปลง**: 83-94.
- พิทักษ์ น้อยวังคลัง. (2546). “กระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยวในภาคอีสาน.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา ทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
มหาสารคาม.
- พีโจ. (2556). คนขับรถสามล้อรับจ้างข้างวัดบวรนิเวศวิหาร. สัมภาษณ์, 18 พฤศจิกายน.
- ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์. (2548). **อาช้านันทนาการ: การค้ากับความเป็นชาติพันธุ์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์  
มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2529). **ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม:  
กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.

มณีวรรณ ผิวนิมและปรารถนา จันทร์พันธุ์ . (2546). **โครงการพัฒนาการและผลกระทบของการ**

**ท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

มติชน. (2555). “สทท. ปีรัฐสอบ “ขสมก.” จดทะเบียนทำทัวร์แข่ง.” **มติชน** (5 ธันวาคม): 19.

มนู สายบำรุง. (2555). ผู้เข้าร่วมโครงการไหว้พระ 9 วัดกับขสมก. สัมภาษณ์, 11 มีนาคม.

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาดและคนอื่น ๆ . (2553). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในกลุ่ม**

**แม่น้ำโขง 4**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เย็นจิตร ถิ่นขาม. (2555). **วัฒนธรรมกับการเปลี่ยนแปลง: ความหลากหลายกับความหลายหลาก**.

เข้าถึงเมื่อ 12 มกราคม 2556. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/358168>.

ธกร เจริญศรี. (2557). พนักงานนำชม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม. สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม.

รสิกา อังกูรและคณะ. (2545). “ความพร้อมของวัดในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการเผยแพร่

พระพุทธศาสนาโดยผ่านการนำชมศิลปวัฒนธรรม.” **วารสารสุโขทัยธรรมมาธิราช** 15, 3 (กันยายน-ธันวาคม): 147-153.

ระพีพัฒน์ เกษโกศล. (2555). นักพัฒนาการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและ

การท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร. สัมภาษณ์, 1 มีนาคม.

วจี เรื่องพระวิสุทธิ. (2547). **จากตรรกวิทยาแห่งการบริโภคถึงอุตสาหกรรมวัฒนธรรม**. เข้าถึงเมื่อ 5 มีนาคม

2555. เข้าถึงได้จาก <http://61.47.2.69/~midnight/midnight2544/0009999893.html>.

วรรณภา ณ สงขลา. (2535). **วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร**. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

วัชรกร รัตนกิจ. (2550). “พระเครื่อง: การสื่อสารกับการบริโภคเชิงสัญลักษณ์.” **วิทยานิพนธ์ปริญญา**

มหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วัดชนะสงคราม. (2555). **พระอุโบสถวัดชนะสงคราม**. เข้าถึงเมื่อ 24 มีนาคม 2556. เข้าถึงได้จาก

<http://watchanasongkram.com/?p=987>.

วัดระฆังโฆสิตาราม. (2556). **ประวัติวัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร**. เข้าถึงเมื่อ 24 มีนาคม

2556 เข้าถึงได้จาก <http://www.watrakang.com/history.php>.

วิเชียร หลงชล. (2557). คนขับรถสามล้อรับจ้างบริเวณวัดชนะสงคราม. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์.

- วิภาดา ศุภรัฐปรีชา. (2553). “ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนวัดเกต เชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทางวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิริยะ สว่างโชติ. (2553). รายงานสัมมนา: **‘อุตสาหกรรมวัฒนธรรม’ สสำรวจแนวคิดจนถึงนโยบาย แล้วไทยจะไปทางไหน**. เข้าถึงเมื่อ 12 มกราคม 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.prachatai.com/journal/2010/08/30855>.
- วิโรจน์ วิบูลย์เวชวาณิชย์. (2557). คนขับรถสามล้อรับจ้างบริเวณวัดสระเกศ. สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม.
- วิศิษฐ์ เดชมงคลและคณะ. (2552). **รายงานการวิจัยเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการทำบุญไหว้พระ 9 วัด**. กรุงเทพฯ: สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ศักดิ์ชัย สายสิงห์. (2552). “วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม.” เอกสารประกอบคำบรรยายพิเศษในโครงการเสวนาประวัติศาสตร์ศิลปะครั้งที่ 2 “ตามรอยการปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพนสมัยรัชกาลที่ 3”. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). **สังคมวิทยาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศูนย์กลางข่าวสารด้านคมนาคม. (2554). **ขสมก. ยอมเลี้ยงเส้นทางไหว้พระ 9 วัดให้บริษัททัวร์**. เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.dxplace.com/content/ขสมกยอมเลี้ยงเส้นทางไหว้พระ-9-วัดให้บริษัททัวร์>.
- สกล ภู่งามดี. (2553). “การท่องเที่ยววัดภาคกลาง: การพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามโครงการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัดขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก).” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมเกียรติ เลิศกาญจนานพร. (2557). ผู้ให้บริการเรือไหว้พระทางน้ำ 3 วัด. สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม.
- สมชาย ชมพูน้อย. (2556). ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมบูรณ์ อินเียว. (2555). “การพัฒนาศาสนสถาน 9 แห่งเพื่อการท่องเที่ยวบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์และเขตฝั่งธนบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สมหมาย ชินนาค. (2541). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบต่อชุมชนด้านการผลิตซ้ำอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ผ่านพิธีกรรมความเชื่อ กรณีศึกษา: พิธีกรรมความเชื่อเรื่องผีปะกำของชาวไทย-กวย (ส่วย) เลี้ยวช้าง จังหวัดสุรินทร์.** เชียงใหม่: ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สมัย สุทธิธรรม. (2553). **พระอารามหลวงสำคัญในเขตพระนคร.** กรุงเทพฯ: นครสาส์น.

สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ. (2556). **สนท. ร้องทัวร์ขสมก. ป่วนตลาด.** เข้าถึงเมื่อ 30 กรกฎาคม 2556. เข้าถึงได้จาก [http://www.domesticthailand.com/show.php?board\\_id=51](http://www.domesticthailand.com/show.php?board_id=51).

สวัสดิ์ โพธิ์ประเสริฐ. (2556). นายตรวจเขตการเดินรถที่ 4 (อุบลองเตย) องค์การขนส่งมวลชน กรุงเทพฯ. สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์.

สายันต์ ไพรชาญจิตร. (2550). **การจัดการทรัพยากรทางโบราณคดีในงานพัฒนาชุมชน.** กรุงเทพฯ: โครงการหนังสือโบราณคดีชุมชน.

สำนักข่าวไทย. (2554). **ขสมก. จัดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดวันสงกรานต์.** เข้าถึงเมื่อ 10 มิถุนายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.mcot.net/site/content?id=4ff6738a0b01dabf3c02afd4#.VFKUaTSsWJk>.

สำนักงานเขตพระนคร. (2530). **นำเที่ยวเกาะรัตนโกสินทร์.** กรุงเทพฯ: สำนักงานเขตพระนคร.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). **สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554).** เข้าถึงเมื่อ 19 กรกฎาคม 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/plan/p10/plan10/book/สรุปสาระสำคัญของแผนพัฒนาฯ%20ฉบับที่%2010.pdf>.

สุกัญญา นุชเนตร. (2557). พนักงานเก็บค่าโดยสารเรือข้ามฟากบริษัททยอดสยามโบ๊ทจำกัด ประจำท่าเรือปากคลอง-วัดกัลยาณมิตร. สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม.

- สุดาทิพย์ นันทโชค. (2555). “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในเขตจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยวสูงอายุ.” เอกสารโครงการประชุมเชิงวิชาการ SWUMBA Research Conference ณ โรงแรมจัสมิน เอกซ์เค็ทวิฟ สวีท, 17 กรกฎาคม. 86-97.
- สุนิสา ฉันทรัตน์โยธิน. (2546). “ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อชุมชน: กรณีศึกษาหมู่บ้านดอยปุย ต.สุเทพ อ. เมือง จ. เชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรพล เสวตรเศรษฐี. (2556). ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สัมภาษณ์, 13 กรกฎาคม.
- สุริยา รัตนกุลและคนอื่น ๆ . (2550). **พระอารามหลวงในกรุงเทพมหานคร.** นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุรีย์ บุญญาณุกพงษ์. (2539). **ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน.** เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แสงชัย สมพันธ์. (2557). พนักงานทั่วไป วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม. สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม.
- อภิสร อินทร์ประเสริฐ. (2557). แม่ค้าจำหน่ายน้ำและขนมบริเวณทำน้ำวัดอรุณ. สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม.
- อรุณ สารเสวก. (2555). ผู้ให้บริการบรณโดยสาร (ปฏิบัติหน้าที่เก็บค่าโดยสาร) องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ. สัมภาษณ์, 11 มีนาคม.
- อาคม พัฒิยะและคณะ. (2533). **รายงานการวิจัยเรื่องผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมภาคใต้.** กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- อารีย์ นัยพินิจและคณะ. (2556). “การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์.” **ปัญญาภิวัตน์** 5, 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม): 31-39.
- อำนาจ กอแก้ว. (2557). พ่อค้าจำหน่ายไอศกรีมกะทิสดวัดสระเกศ. สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม.
- อินโพร์เสิร์ช. (2547). **รายงานประเมินผลกิจกรรมไหว้พระขอพรเสริมมงคล 9 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์.** กรุงเทพฯ: อินโพร์เสิร์ช.
- เอกรินทร์ พึ่งประชา. (2550). “ท้าวไร่ไหว้พระ 9 วัด และการก่อตัวของสูตรมหามงคลในสังคมบริโภคนิยม.” ใน **ตำราวิชาการ.** 6, 3 (มกราคม-มิถุนายน): 58-73.

- ASTV ผู้จัดการรายวัน. (2550). **สทน. สุดทนต์จี “ธีระ” สอบขสมก. ทำทัวร์.** เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนายน 2555. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9500000094885&TabID=3&>.
- ASTV ผู้จัดการรายวัน. (2554). **‘ทัวร์ธรรมะ’ ได้เวลาจัดระเบียบท่องเที่ยวเชิงพุทธพาณิชย์.** เข้าถึงเมื่อ 2 มีนาคม 2555. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/daily/ViewNews.aspx?NewsID=9540000091678>.
- ASTV ผู้จัดการรายวัน. (2555). **ธุรกิจท่องเที่ยวไทยร้องผู้ตรวจฯ สอบ ขสมก.จัดทัวร์ 9 วัดแข่งไม่เป็นธรรม.** เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนายน 2555. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/Politics/ViewNews.aspx?NewsID=9550000062932>.
- jaew\_waw [นามแฝง]. (2553). **ไหว้พระ ๙ วัดวันสงกรานต์ ดับร้อน ไทยร่มเย็น.** เข้าถึงเมื่อ 25 มิถุนายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://sbntown.com/forum/threads/21737-ไหว้พระ-๙-วัด-วันสงกรานต์-ดับร้อน-ไทยร่มเย็น>.
- Konhuleg [นามแฝง]. (2556). **ททท. รุกตลาดท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรม เปิดเส้นทาง “อิมบิอุอุนใจ ไป 3 เวียง.”** เข้าถึงเมื่อ 20 กรกฎาคม 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.reviewchiangmai.com/1698>.
- Konthaitour [นามแฝง]. (2555). **ทริปเชียงใหม่ 1 วัน ไหว้พระ 9 วัด.** เข้าถึงเมื่อ 3 มีนาคม 2556 เข้าถึงได้จาก <http://thai.tourismthailand.org/สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม/ทัวร์และแพ็คเกจท่องเที่ยว/ทริปเชียงใหม่-1-วัน-ไหว้พระ-9-วัด--1149>
- Polyboon [นามแฝง]. (2555). **ไหว้พระ 9 วัด กับขสมก.** เข้าถึงเมื่อ 2 มีนาคม 2555. เข้าถึงได้จาก <http://www.polyboon.com/9wat/>.
- Tiewpakklang [นามแฝง]. (2556). **ไหว้พระ 9 วัด 19 จังหวัดภาคกลาง.** เข้าถึงเมื่อ 25 มิถุนายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.tiewpakklang.com/news/centralregion/3971/>.

### ภาษาอังกฤษ

- Cohen, Erik. (1988). “Authenticity and Commoditization in Tourism.” *Annals of Tourism Research* 15, 3: 371-386.

- Sheperd, Robert. (2002). "Commodification, culture and tourism." **Tourism Studies** 2, 2: 183-201.
- UNESCO. (2005). **Cultural Industries**. Accessed January, 15. Available from [http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi25\\_culturalindustries\\_en.pdf](http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi25_culturalindustries_en.pdf).
- Vukonic, Boris. (1996). **Tourism and religion**. Pergamon: Oxford.
- World Tourism Organization. (2012). **Tourism Vision 2020**. Accessed February, 12. Available from <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>.

ภาคผนวก

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

#### เรื่อง “ไหว้พระ 9 วัด”: การท่องเที่ยวและผลกระทบต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรม

##### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาการไหว้พระขอพร 9 พระอารามหลวงบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลการไหว้พระ 9 วัดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการไหว้พระ 9 วัดของผู้ตอบแบบสอบถาม

วันที่ \_\_\_\_\_ สถานที่ \_\_\_\_\_

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน ( ) ที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านหน้าข้อความต่อไปนี้

1. เพศ

1. ( ) ชาย

2. ( ) หญิง

2. อายุ

1. ( ) ต่ำกว่า 20 ปี

2. ( ) 20-29 ปี

3. ( ) 30-39 ปี

4. ( ) 40-49 ปี

5. ( ) 50-59 ปี

6. ( ) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ( ) ประถมศึกษา

2. ( ) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า

3. ( ) อนุปริญญา

4. ( ) ปริญญาตรี

5. ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้ต่อเดือน

1. ( ) ต่ำกว่า 10,000 บาท

2. ( ) 10,000 – 19,999 บาท

3. ( ) 20,000 – 29,999 บาท

4. ( ) 30,000 – 39,999 บาท

5. ( ) 40,000 – 49,999 บาท

6. ( ) 50,000 บาทขึ้นไป

5. ภูมิลำเนา

1. ( ) กรุงเทพฯ

2. ( ) ต่างจังหวัด ระบุจังหวัด \_\_\_\_\_

6. ที่อยู่ปัจจุบัน

1. ( ) กรุงเทพฯ

2. ( ) ต่างจังหวัด ระบุจังหวัด \_\_\_\_\_

3. ( ) ต่างประเทศ ระบุประเทศ \_\_\_\_\_

**ตอนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับการไหว้พระ 9 วัดของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านหน้าข้อความต่อไปนี้

1. ท่านได้ข้อมูลการไหว้พระ 9 วัดจากแหล่งใด
 

1. ( ) โทรทัศน์ ระบุช่อง _____	2. ( ) วิทยู ระบุสถานี _____
3. ( ) อินเทอร์เน็ต ระบุเว็บไซต์ _____	4. ( ) หนังสือ ระบุชื่อ _____
5. ( ) สอบถามจาก ททท.	6. ( ) ป้ายโฆษณา
7. ( ) เพื่อน/ญาติ	8. ( ) อื่นๆ ระบุ _____
2. ท่านไหว้พระ 9 วัดบ่อยเท่าใด
 

1. ( ) ทุกเดือน	2. ( ) 4 ครั้งต่อปี
3. ( ) 3 ครั้งต่อปี	4. ( ) 2 ครั้งต่อปี
5. ( ) 1 ครั้งต่อปี	6. ( ) อื่นๆ ระบุ _____
3. ท่านไหว้พระ 9 วัดเนื่องในโอกาสใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

1. ( ) วันขึ้นปีใหม่	2. ( ) วันตรุษจีน
3. ( ) วันสำคัญทางศาสนา	4. ( ) วันเกิด
5. ( ) วันสงกรานต์	6. ( ) อื่นๆ ระบุ _____
4. ท่านเดินทางไปยังวัดต่างๆอย่างไร
 

1. ( ) วัดส่วนตัว	2. ( ) แท็กซี่/ ตุ๊กตุ๊ก
3. ( ) บริการขนส่งมวลชน	4. ( ) ยานพาหนะของบริษัทท่องเที่ยว
5. ( ) เดินเท้า	6. ( ) อื่นๆ ระบุ _____
5. ท่านเลือกวัดที่ไปสักการะจากสาเหตุใดมากที่สุด
 

1. ( ) ชื่อวัดมีความหมายมงคล	2. ( ) เดินทางสะดวก
3. ( ) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ	4. ( ) มีความสวยงามทางศิลปกรรม
5. ( ) เลื่อมใสในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำวัด	6. ( ) ชอบกิจกรรมอื่นๆที่วัดจัด เช่น การสวดมนต์ นั่งสมาธิ
7. ( ) อื่นๆ ระบุ _____	
6. ท่านได้เดินทางหรือตั้งใจจะไปวัดใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

1. ( ) วัดพระแก้ว	2. ( ) วัดโพธิ์
3. ( ) วัดอรุณ	4. ( ) วัดกัลยาณมิตร
5. ( ) วัดระฆัง	6. ( ) วัดสุทัศน์
7. ( ) วัดสระเกศ (ภูเขาทอง)	8. ( ) วัดสุทัศน์
9. ( ) วัดชนะสงคราม	10. ( ) ศาลหลักเมือง
11. ( ) ศาลเจ้าพ่อเสือ	12. ( ) อื่นๆ ระบุ _____
7. สาเหตุที่ท่านเดินทางมาไหว้พระ 9 วัด คืออะไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

1. ( ) สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	2. ( ) ทำบุญ เช่น บริจาคเงิน ถวายสังฆทาน ไถ้ชีวิตสัตว์
3. ( ) เรียนรู้ประวัติศาสตร์และศิลปกรรม	4. ( ) สะเดาะเคราะห์ สืบต่อดวงชะตา
5. ( ) เสริมสร้างสิริมงคล	6. ( ) พักผ่อนหย่อนใจ



ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการไหว้พระ 9 วัด

---

---

---

---

ขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

**ประวัติผู้วิจัย**

ชื่อ – สกุล

นางสาวจริมา อุปรานุเคราะห์

ที่อยู่

61/8 หมู่ 10 ซอยรุ่งเรือง ตำบลต้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ 50130

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549

โรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย เชียงใหม่

พ.ศ. 2553

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย