

# การจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตยกรรมในภาคเหนือตอนบน\*

## The Management of Tourist Buddhist Temples on Friendly Design in Upper North

สมจันท์ ศรีปรัชยานนท์

Somchan Sripraschayanon

วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Nakornlampang Buddhist Colleg Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Corresponding Author's Email: sartsirin@gmail.com



### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อสำรวจพื้นที่ของวัดท่องเที่ยวแบบอารยสถาปัตยกรรมในภาคเหนือตอนบน 2) เพื่อศึกษาและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามคติ ความเชื่อแห่งเส้นทางแห่งบุญของวัด 9 แห่งในจังหวัดลำปางและรูปแบบการพัฒนาอารยสถาปัตยกรรมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามรอยครูบาเจ้าศรีวิไชย จังหวัดลำพูน 3) นำเสนอแอปพลิเคชันการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตยกรรมในภาคเหนือตอนบน เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการแบบผสมผสาน โดยเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ เอกสารแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และปฏิบัติการ โดยการคัดเลือกเป้าหมายแต่ละพื้นที่แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และสัมภาษณ์เชิงลึก 76 รูป/คน เพื่อนำไปสู่เส้นทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อมีเดีย

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อพักผ่อนจากข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยเดินทางเป็นครอบครัวด้วยรถส่วนตัวในวันเสาร์-อาทิตย์ ประมาณเดือนละครั้ง ชอบรับประทานอาหารพื้นเมือง มีการพักค้างคืนในโรงแรม และค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง 3-5 พันบาท ตลอดถึงความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวแบบอารยสถาปัตยกรรม เช่น การเข้าถึงสถานที่สำคัญของทุกเพศทุกวัย มีลานจอดรถสำหรับผู้พิการ ห้องน้ำ และทางเดิน ฯลฯ กระบวนการสร้างสรรค์พื้นที่ ได้แก่ 1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีความพร้อมด้านกายภาพ การจัดการการมีส่วนร่วม การอนุรักษ์และส่งเสริม 2) การจัดการพื้นที่สร้างสรรค์บนคติ ความเชื่อเส้นทางบุญที่เกิดจากความเชื่อ ความมั่งคั่งด้านพุทธศิลป์ การมีส่วนร่วม ภาคีเครือข่าย การเข้าถึง และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ตามรอยครูบาที่ส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น แสดงความกตัญญู รวมถึงการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวผ่าน Application เพื่ออำนวยความสะดวกทางข้อมูล เส้นทางและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์

**คำสำคัญ:** รูปแบบการจัดการ; วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว; อารยสถาปัตยกรรม; ภาคเหนือตอนบน

### Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to explore the areas of temple attractions based on the universal design in the upper northern region; 2) to investigate and develop a tourism route based on the nine prosperous temples in Lampang, as well as a model for developing the universal design of temples as tourist attractions following Kruba Chao Siwichai

\*Received January 15, 2021; Revised February 17, 2021; Accepted February 23, 2021

in Lamphun Province; and 3) to present an application for managing temples tourist attractions based on the universal design in the upper northern region. The study employed mixed-methods research approach. As research tools, documents, questionnaires, in-depth interviews, focus groups, and workshops were all used. Purposive sampling was used to select the target population in each area. 400 persons provided data via questionnaires, while 76 persons provided data via in-depth interviews.

From the study, it is discovered that tourists travel for leisure purposes, in which they seek information from the internet. They usually travel with their family by private car once a month on the weekend, and they enjoy eating local cuisine. They stay at the hotel and spend 3,000 – 5,000 baht each time. The universal design facilities of tourist attractions include access to important attractions for people of all ages and genders, as well as parking lots, toilets, and walkways for disabled people, and so on. The process of creative areas includes: 1) The management of existing tourist attractions that are physically ready, participatory management, conservation, and promotion; 2) The creative area management based on the merit route, Buddhist aesthetics, participation, network partners, access, and creative activities following the footprint of Kruba Chao Siwichai. The activities that promote local culture, gratitude, and the presentation of tourism route through an application in order to provide information on route and creative activities.

**Keywords:** Management Model; Temples as Tourist Attractions; Universal Design; Upper Northern Region

## บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครองที่มุ่งเน้นความเจริญก้าวหน้าของความรู้ (knowledge) ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมให้ เป็นสังคมฐานความรู้ (knowledge-based society) สอดคล้องกับทัศนะที่ว่าสังคมแรงงานมีความรู้ ประสบการณ์ และความพร้อมที่จะเรียนรู้เพิ่มคุณวุฒิอยู่ตลอดเวลา จะช่วยยกระดับความสามารถในการ แข่งขันและความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เพราะสังคมประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความรู้ที่นำไปใช้วิเคราะห์และ สร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนให้สังคมมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (Mayer, 2007)

การแข่งขันทางเศรษฐกิจยุคใหม่จำเป็นต้องใช้ทุนสังคม แล้วนำไปสู่การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้เพื่อ ส่งเสริม เกื้อหนุน ร่วมมือกันในการกำหนดนโยบายที่มีเป้าหมายภายใต้องค์กรเดียวกัน เป็นการพัฒนาที่มุ่งเน้น คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยกระบวนการผลิตและอาชีพในปัจจุบันไม่ใช่เพียงแค่ปัจจัยทุนแรงงาน หรือวัตถุดิบเพื่อสร้างมูลค่าการผลิตเท่านั้น แต่ยังต้องการปัจจัยด้านความรู้เพื่อนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิ ปัญญามนุษย์ ดังเช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาทางด้านคนเป็น ศูนย์กลางการพัฒนา Kaewthep (1997) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาเป็นการให้ความรู้พื้นฐานและความรู้เชิง ประยุกต์มากขึ้นจะช่วยการพัฒนาการผลิตและการสร้างสรรค์งานต่างๆ อันจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขันทั้งระดับบุคคล องค์กร สถาบันและชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนทุนทางสังคมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของวัฒนธรรม เพื่อเป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น การอนุรักษ์วิทยาการความรู้ดั้งเดิมและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกิจกรรมของชุมชน โดยพื้นที่จะต้องมีการปรับปรุงทางด้านกายภาพที่มีความเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย เช่น การเข้าถึง การอำนวยความสะดวก การบริการ และความปลอดภัย ฯลฯ รวมไปถึงการพัฒนารูปแบบในการส่งเสริมการสร้างความรู้ การผลิตสินค้าชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการธำรงรักษาอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดถึงการรักษาระบบนิเวศวิทยาสิ่งแวดล้อมและนิเวศวิทยาทางสังคมที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป เพราะนอกจากจะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังช่วยสร้างรายได้แก่ชุมชนและสามารถรักษาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์เฉพาะตนได้ ตลอดถึงการคงสภาพสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ไว้ด้วย (Tangsomchai, and Kanklin, 2011)

Provincial Integrated Executive Committee (2015) ได้นำร่องจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติเนื่องจากมีภูมิทัศน์ที่งดงาม อีกทั้งศิลปกรรม วรรณคดี วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีมีเอกลักษณ์เฉพาะของชาวล้านนา ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว จนทำให้เชียงใหม่กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญระดับโลก ตามสโลแกนที่ว่า “เชียงใหม่: นครที่เป็นที่สุดแห่งความงามทางวัฒนธรรม”

จังหวัดลำปางเป็นท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางด้านพุทธศิลป์ที่มีความงดงามและเจริญรุ่งเรืองในหลายยุคหลายสมัย ประดับ ตกแต่งด้วยศิลปะแบบล้านนา มีสถาปัตยกรรมเก่าแก่มักพบเห็นได้ตามวัดต่าง ๆ อยู่ 3 แบบ คือ แบบพม่า แบบพม่าผสมเชียงใหม่และแบบล้านนา ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 6 ซึ่งชาวพม่าได้เข้ามาผูกขาดการทำไม้ในภาคเหนือ และส่งไม้ไปขายยังภาคกลางและต่างประเทศ ชาวพม่ามีคติอยู่ว่าเมื่อรวยแล้วต้องสร้างวัดหรือบูรณะวัดเก่าเพื่ออุทิศให้รุกขเทวดาที่อาศัยอยู่ในไม้ใหญ่อันถูกโค่นเพื่อเป็นการล้างบาป วัดแบบพม่าที่พบในลำปาง ได้แก่ วัดศรีชุม วัดป่าฝาง วัดม่อนจำศีล วัดม่อนปู่ยักษ์ และวัดศรีรองเมือง ซึ่งสร้างวิหารเป็นรูปยอดปราสาทแบบเดียวกับที่เมืองมณฑลเลยในพม่า เป็นต้น ขณะที่จังหวัดลำปางเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานและมีความโดดเด่นในด้านประวัติศาสตร์ และความงดงามทางด้านศิลปะล้านนาแท้ที่มีลวดลายอันวิจิตรงดงาม โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ตำนาน และความเป็นมา โดยเฉพาะการสร้างพุทธศิลป์กรรมในวัดตามแรงศรัทธาครุบาทเป็นการยกย่องพระสงฆ์ผู้ปฏิบัติ ปฏิบัติชอบเป็นนิกบญ และเป็นผู้มีข้อวัตรปฏิบัติที่เคร่งครัด และสร้างสิ่งดีงามไว้ในทางพระพุทธศาสนา โดยพระครูบาศรีวิชัยเป็นผู้ที่บำเพ็ญเพียรภาวนาสิกขานियตามรอยของพระบรมศาสดาด้วยข้อวัตรปฏิบัติ ส่งเสริมให้บุคลิภาพของท่านมีความน่าเลื่อมใสเป็นอย่างมากอันเป็นลักษณะพิเศษที่เรียกว่า “ตนบุญ” และด้วยจริยาวัตรอันเคร่งครัดที่ปรากฏให้บุคคลทั่วไปได้พบเห็นทำให้เกิดความศรัทธา ความเคารพนับถือ และลักษณะของความสันโดษ เคร่งครัดในการรักษาศีลและวินัย ละเว้นสิ่งที่ไม่ควรกระทำเป็นสิ่งแรกที่สามารถสร้างศรัทธาแก่ผู้ที่ได้พบเห็นเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวจะต้องยกระดับให้เป็นอารยสถาปัตยกรรม (Friendly Design) เพื่ออำนวยความสะดวก ปลอดภัย และเท่าเทียมกันของทุกเพศทุกวัย ซึ่งวัดในภาคเหนือตอนบนเต็มไปด้วยความสวยงามทางด้านศิลปะวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม จารีตและประเพณี ที่มีมนต์เสน่ห์ที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตยกรรมจะต้องเตรียมพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีภาวะความผิดปกติทางร่างกาย เช่น ผู้สูงวัยและคนพิการ เป็นต้น เพื่อให้การการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความงดงามทางด้านพุทธศิลป์กรรม มีเส้นทางท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวก การเข้าถึงได้ง่ายและเหมาะสมกับอารยสถาปัตยกรรม รวมถึงการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ มี

คุณค่าและเพิ่มมูลค่าต่อการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบนได้อย่างแท้จริง

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจพื้นที่ของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสรรค์พื้นที่เมืองศิลปะของวัด 9 ศรี: บนเส้นทางบุญในจังหวัดลำปาง และการพัฒนาอารยสถาปัตย์ของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามรอยครูบาเจ้าศรีวิชัย จังหวัดลำพูน
3. เพื่อนำเสนอแอปพลิเคชันการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน

### วิธีการดำเนินการวิจัย

**ขั้นตอนที่ 1** การศึกษาและรวบรวมข้อมูล จากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้อง หนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนจำนวน 8 จังหวัด ที่มีความงดงามทางด้านพุทธศิลปกรรมอันงดงามทั้งที่เป็นศิลปะแบบล้านนาและศิลปะผสมผสานระหว่างศิลปะล้านนากับศิลปะแบบพม่า เพื่อนำไปสู่การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ จังหวัดลำปางและจังหวัดลำพูน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน

**ขั้นตอนที่ 2** การศึกษาในภาคสนาม (Field Study) การศึกษาบริบทของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด จำนวน 40 แห่ง เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์และพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เป้าหมาย

**ขั้นตอนที่ 3** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) โดยแบ่งตามรูปแบบการวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประกอบด้วยนักท่องเที่ยว ประชาชน และชุมชนที่เดินทางเยี่ยมชมหรืออาศัยอยู่ในพื้นที่วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 400 คน การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 76 รูป/คน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มพระสงฆ์/เจ้าอาวาส พระเถระผู้ใหญ่ วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน 10 รูป 2) กลุ่มพระสงฆ์/เจ้าอาวาส พระเถระผู้ใหญ่ วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ 2 แห่ง 10 รูป 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชม 16 คน 4) กลุ่มชุมชนวัดที่พัฒนาเชิงสร้างสรรค์ตามหลักอารยสถาปัตย์ 12 คน และ 5) กลุ่มเครือข่าย/หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ 15 คน และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย กลุ่มพระสงฆ์/เจ้าอาวาส พระเถระผู้ใหญ่ ตัวแทนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดลำปางและลำพูน เพื่อพัฒนาพื้นที่วัดให้เป็นการท่องเที่ยวตามหลักอารยสถาปัตย์ 15 รูป/คน

**ขั้นตอนที่ 4** เครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับนักท่องเที่ยว ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มพระสงฆ์ ชุมชน และภาคีเครือข่ายในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการวัด สิ่งอำนวยความสะดวกและปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การประชุมย่อยหรือสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) คณะผู้วิจัย วัด ชุมชน ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การปฏิบัติการ (Action) โดยใช้เทคนิคในการประมวลภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว (VTR) เพื่อประชาสัมพันธ์วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน ความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

การเผยแพร่ในสื่อมีเดียต่างๆ ตลอดถึงการสร้างแอปพลิเคชันในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางสู่พื้นที่เมืองศิลปะเชิงสร้างสรรค์แห่งใหม่

#### ขั้นตอนที่ 5 การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ระยะที่ 1 การจัดประชุมทีมวิจัย เพื่อชี้แจงและสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามหลักอารยสถาปัตย์จากการศึกษาเชิงเอกสาร รายงานการวิจัย บทความ งานเขียนในวารสารและหนังสือพิมพ์ รายงานการประชุม รวมทั้งการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ฯลฯ และมีการจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อประเมินและวิเคราะห์รูปแบบการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน

ระยะที่ 2 การศึกษาภาคสนาม (Field Study) และการลงสำรวจข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยการใช้พื้นที่วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบนจำนวน 8 จังหวัด ที่เป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวดั้งเดิมที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์และศิลปกรรม เพื่อนำมาสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองศิลปะเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดลำปางและจังหวัดลำพูน เพื่อสำรวจแหล่งทรัพยากรที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวที่ยกระดับมาตรฐานการเป็นอารยสถาปัตย์

ระยะที่ 3 การกำหนดพื้นที่วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและมีความงดงามทางด้านพุทธศิลปกรรมโดยแบ่งพื้นที่ในการวิจัยออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในล้านนา 2) กลุ่มวัดที่พัฒนาตามหลักอารยสถาปัตย์ในพื้นที่จังหวัดลำปางและลำพูน และ 3) กลุ่มเครือข่าย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด

ระยะที่ 4 คัดเลือกเป้าหมายแต่ละพื้นที่แบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่ได้จากลงสำรวจข้อมูลภาคสนาม เพื่อศึกษาสภาพการณ์และศักยภาพการท่องเที่ยวเมืองศิลปะสร้างสรรค์ของจังหวัดลำปางและจังหวัดลำพูน ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางบุญและตามเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยครูบาเจ้าศรีวิชัย โดยใช้เครื่องมือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยว ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวนไม่ต่ำกว่า 400 คน กลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อเป็นแนวการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในพื้นที่เมืองศิลปะเชิงสร้างสรรค์ทั้งสองแห่งที่มีความงดงามทางด้านพุทธศิลปกรรม และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเอกสาร (Documentary Analysis) เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากหนังสือ ตำราและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การสร้างเครื่องมือแบบสอบถามในการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ชุมชน ประชาชนในวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนที่มีศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวดั้งเดิม 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการเก็บข้อมูลแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหารูปแบบการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือ 3) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการประชุมกลุ่มย่อย/สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อวิเคราะห์และประเมินรูปแบบการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน และ 4) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปฏิบัติการ (Active Analysis) เป็นการพัฒนาชุดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การสร้าง VTR การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวแบบอารยสถาปัตย์พื้นที่สร้างสรรค์ในจังหวัดลำปางและจังหวัดลำพูน เพื่อนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านระบบ Application เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



**ขั้นตอนที่ 7** สรุปผลการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล การสรุปองค์ความรู้รูปแบบการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบนในพื้นที่เมืองศิลปะเชิงสร้างสรรค์ โดยการจัดเวทีชุมชนเพื่อทำการถ่ายทอดความรู้คืนสู่ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยการนำเสนอรูปแบบของสื่อเทคโนโลยีในการผลิตชุดการท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ เช่น VTR ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองศิลปะเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดลำปางและจังหวัดลำพูน จากแผนที่จำลองเส้นทางท่องเที่ยวของวัด 9 ศรี และเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยครูบาเจ้าศรีวิไชย ตลอดถึงการเผยแพร่ความรู้ และจัดทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

## ผลการวิจัย

การศึกษาแผนงานวิจัยเรื่อง“รูปแบบการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน” จากการศึกษาสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ผลการวิจัย ได้ดังนี้

**วัตถุประสงค์ที่ 1** สำรวจพื้นที่ของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบนพบว่า

1) บริบทพื้นที่วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน จากการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด 40 แห่ง มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวของวัดตามแบบอารยสถาปัตย์ขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย 1) ห้องน้ำที่ได้มาตรฐานเหมาะสมสำหรับทุกเพศ ทุกวัย มีจำนวน 27 แห่งที่ไม่ได้มาตรฐาน 13 แห่ง 2) ทางเดิน/ราวบันไดได้มาตรฐาน 3) ที่จอดรถ มีการแยกพื้นที่สำหรับการจอดรถและเหมาะสมได้มาตรฐาน 16 แห่ง ไม่ได้มาตรฐาน 24 แห่ง 4) อุปกรณ์ช่วยเหลือเบื้องต้นได้มาตรฐาน 9 แห่ง ไม่ได้มาตรฐานจำนวน 31 แห่ง

2) การจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน ผลการสำรวจความเห็นจากแบบสอบถาม 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิงที่มีช่วงอายุระหว่าง อายุ 19 – 30 ปี อยู่ในสถานภาพสมรส มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ทำการค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางพักผ่อนหย่อนใจกับครอบครัวส่วนตัวเดือนละครั้ง โดยการศึกษาแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และเลือกเดินทางในวันเสาร์-อาทิตย์ด้วยรถยนต์ ขอรับประทานอาหารในเมืองและอาหาร โดยชอบพักค้างคืน/ที่พักโรงแรม และค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งประมาณ 3,001-5,000 บาท โดยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวแบบอารยสถาปัตย์ที่มีต่อวัดท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเรียงลำดับในแต่ละประเด็นจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงสถานที่สำคัญได้ 2) จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวที่พิการหรือผู้สูงอายุ 3) ภายในห้องน้ำมีราวจับในการพยุงตัวที่สะดวกและปลอดภัย 4) ห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยวที่พิการหรือผู้สูงอายุเข้าถึงได้ง่าย 5) ราวจับในแหล่งท่องเที่ยวหลายระดับที่เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย 6) ป้ายและสัญลักษณ์บอกประเภทสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว 7) ราวบันไดสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัย 8) พื้นผิวถนนแหล่งท่องเที่ยวเรียบ ไม่ขรุขระ 9) พื้นที่นั่งพักผ่อนเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่พิการหรือผู้สูงอายุ 10) อุปกรณ์/เทคโนโลยีช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม 11) ภายในสถานที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่พิการหรือผู้สูงอายุ 12) ทางลาดสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการและผู้สูงอายุ 13) เจ้าหน้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย 14) ติดแถบสีเพื่อให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น

**วัตถุประสงค์ที่ 2** กระบวนการสร้างสรรค์พื้นที่วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์สามารถแบ่งพื้นที่สร้างสรรค์ตามแบบอารยสถาปัตย์ไว้ 2 อย่าง ดังนี้

1) การจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวดั้งเดิม พบว่า มีการบริหารจัดการด้านต่างๆ ได้แก่ *ศักยภาพด้านกายภาพ* ควรมีการบริหารลักษณะทางกายภาพให้เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ห้องสุขา ฯลฯ *การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว* จะต้องกำหนดทิศทางการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร

ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คุ่มค่า *การมีส่วนร่วมของชุมชน* เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม การอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ *การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรมจากภาคีเครือข่าย* ความช่วยเหลือจากภาคีหรือหน่วยงานที่มีความชำนาญด้านการอนุรักษ์ ฟื้นฟู บูรณะ ปฏิสังขรณ์หรือการสนับสนุนงบประมาณ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานตามแบบอารยสถาปัตย์และเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความยั่งยืนแก่ชุมชนอย่างแท้จริง

2) กระบวนการจัดการวัดท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีแบ่งออกเป็น 2 แห่ง ดังนี้

2.1) การท่องเที่ยวบนคติ ความเชื่อและเส้นทางบุญ จากความงดงามแบบพุทธศิลป์กรรมร่วมสมัย ผสมผสานระหว่างความงดงามทางด้านลวดลาย องค์ประกอบศิลป์แบบล้านนากับพม่า มอญ และเกี่ยวข้องกับคติ ความเชื่อ ความเป็นมาทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมและการสร้างบุญของชาวล้านนาและพม่า โดยมีปัจจัยที่เกิดจาก 1) *ความเชื่อ/ศรัทธา* นักท่องเที่ยวมีความเชื่อและศรัทธาการทำบุญตามหลักบุญ กิริยาวัตถุ 3 ประการ ได้แก่ ทาน คือ การให้ทั้งอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ทรัพย์สิน ศิล การรักษากาย วาจาและจิตใจให้ตั้งมั่นในสิ่งดีงามที่เป็นคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงาม และ ปัญญา 2) *ความงดงามทางด้านพุทธศิลป์ ศิลปะที่สะท้อนให้เกิดสุนทรีย์ภาพในจิตใจ แสดงอารมณ์ ความรู้สึก สร้างความประทับใจ* ขนบธรรมเนียมจารีตประเพณี 3) *การมีส่วนร่วมของชุมชน* การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น พิจารณา ตัดสินใจและร่วมกันปฏิบัติงานของชุมชน เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาให้บรรลุตามเป้าหมาย 4) *การสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย* ภาคีเครือข่ายเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ช่วยเหลือ ผลักดันและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวทั้งทางด้านการบริการ การอำนวยความสะดวกการเดินทาง ความรู้/การเข้าถึง ข้อมูล สารระสำคัญต่างๆ 5) *การเข้าถึง/การตอบสนองนักท่องเที่ยว* โดยการเข้าถึงพื้นที่และเส้นทางได้อย่างสะดวก ปลอดภัย

2.2) วัดที่พัฒนาตามหลักอารยสถาปัตย์ในพื้นที่จังหวัดลำพูน จำนวน 9 วัด ความเคารพและความศรัทธาในครูบาเจ้าศรีวิไชยนักบวชแห่งล้านนา ที่เป็นพระสงฆ์ที่มีข้อวัตรปฏิบัติที่เคร่งครัด ถือหลักปฏิบัติถูกต้อง วัตรและเป็นທີ່เลื่อมใสศรัทธาแก่พุทธศาสนิกชนในภาคเหนือ ซึ่งปัญหาที่พุทธศาสนิกชนได้ประจักษ์แก่สายได้จากการบูรณะ ซ่อมแซม และการพัฒนาโบราณสถานสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคูเมืองแผ่นดินล้านนาเก่าแก่ทรวดทรมให้อยู่คู่กับชุมชนนั้น และเป็นที่ยอมรับในความเป็นนักบุญอย่างแท้จริงในล้านนา การพัฒนาพุทธสถานตามรอยครูบาเจ้าศรีวิไชยเชิงสร้างสรรค์เพื่อรำลึกถึงคุณงามความดีและศิลปกรรมที่งดงามของอาณาจักรล้านนา โดยพื้นที่วัดที่ครูบาเคยได้สร้างและปฏิสังขรณ์ได้สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงจารีตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อยกย่อง สรรเสริญ และเป็นการแสดงกตัญญูกตเวทิตาคุณแก่ครูบาเจ้าศรีวิไชย ได้แก่ การบำเพ็ญบุญเนื่องวัดคล้ายวัดเกิดครูบาเจ้าศรีวิไชย ประเพณีเดียวขึ้นดอย และการสงฆ์น้ำปูชฌายสถานของเก่าโบราณที่ท่านเคยได้ทำการบูรณะปฏิสังขรณ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้แก่พุทธศาสนิกชนที่ศรัทธาในครูบาเจ้าศรีวิไชยได้ร่วมบำเพ็ญบุญระลึกถึงบารมีธรรมที่ท่านเคยได้สร้างไว้ และเป็นการส่งเสริมการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาทั้งทางด้านความเชื่อ ประเพณีและความงดงามทางด้านพุทธศิลป์กรรมแบบล้านนา

**วัตถุประสงค์ที่ 3** แอพพลิเคชันการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ การพัฒนาเครื่องมือเพื่อให้เข้าถึงพื้นที่สร้างสรรค์ตามแบบอารยสถาปัตย์นั้น โดยการพัฒนา Application (Lanna The City of Creative Art) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและการให้ข้อมูล ข่าวสาร เส้นทาง และกิจกรรมที่มีอยู่ในพื้นที่สร้างสรรค์ โดยจะมีการพัฒนาโปรแกรมประมวลผลการทำงานอยู่ 3 อย่าง ได้แก่ 1) การให้ข้อมูลข่าวสารในพื้นที่สร้างสรรค์ 2) จังหวัด จำนวน 18 แห่ง ที่มีศักยภาพทางด้านกายภาพ การบริหารจัดการและการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว 2) การพัฒนาเส้นทางเพื่อให้เข้าถึงพื้นที่เมืองศิลปะสร้างสรรค์ 2 จังหวัดได้อย่างถูกต้อง ปลอดภัยและรวดเร็ว 3) ลักษณะกิจกรรมในการเข้าสู่พื้นที่เมืองสร้างสรรค์ของจังหวัดลำพูนที่

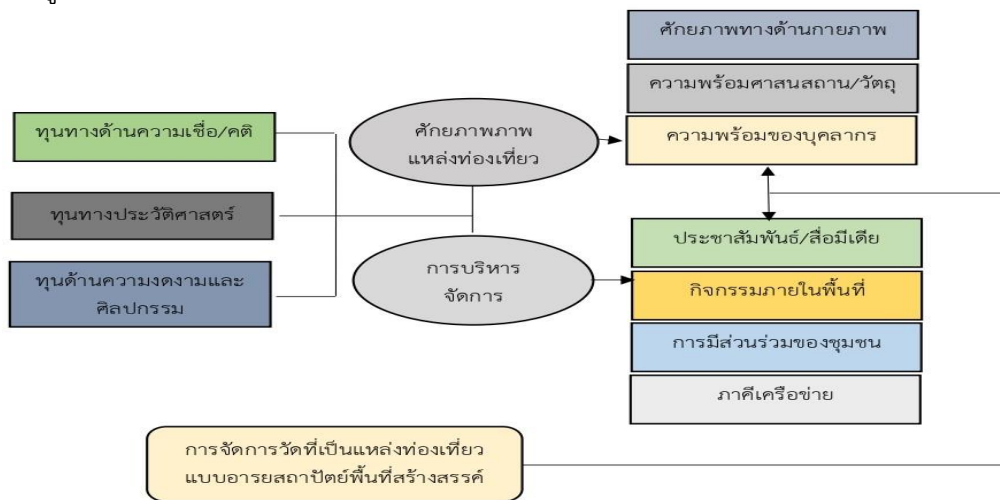
เกิดจากความศรัทธาในบุญบารมีของครูบาเจ้าศรีวิชัยนักบุญแห่งล้านนา เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ไปสัมผัสบุญตามจารีตรอยที่ครูบาเจ้าได้บำเพ็ญครั้งยังมีชีวิตอยู่ ซึ่งโปรแกรมจะมีการประมวลภาพ ประวัติความเป็นมา พิกัดที่ตั้ง เนื้อหา และพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อให้ข้อมูลการเดินทางที่สะดวกและเข้าถึงได้อย่างง่ายแก่นักท่องเที่ยว ดังแผนภาพด้านล่าง



ภาพที่ 1 โปรแกรมการนำทางเข้าสู่พื้นที่เชิงสร้างสรรค์

## องค์ความรู้ใหม่

แผนงานวิจัยเรื่อง “การจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน” พบว่า การบริหารจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องมีทุนทางสังคมเพื่อดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว 3 ประการ ดังรูปภาพด้านล่าง



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

1. **ทุนทางสังคมเกี่ยวกับความเชื่อ/คติ** การประพฤติปฏิบัติที่ยึดถือกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และเป็นแบบแผนในการใช้ชีวิตในชุมชน และเชื่อว่าเป็นการสร้างความเป็นสิริมงคล ปัดป้องภัยร้าย และเกื้อหนุนให้ชีวิตประสบแต่สิ่งดีงาม โดยเฉพาะชาวล้านนาที่มีการปลูกฝังให้เกิดการรักษาศีล ทำบุญให้ทาน และภาวนาด้วยปฏิบัติ เช่น การไหว้พระธาตุประจำปีเกิด ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ฯลฯ รวมถึงการบูชาและการเข้าบูชาเครื่องรางของขลัง เทียนสืบชะตาและอื่นๆ คติและความเชื่อที่ช่วยส่งเสริมการประพฤติของชุมชน

2. **ทุนทางประวัติศาสตร์** โบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีประวัติศาสตร์เพื่อให้ชุมชนได้เรียนรู้และสำนึกในบุญคุณบรรพบุรุษที่สร้างไว้ครั้งในโบราณกาล เป็นการรำลึกคุณงามความดีของวีรชนผู้กล้าที่ทำให้เกิดเป็นอารยธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามจนถึงปัจจุบัน เช่น เมืองโบราณ เจดีย์ วัด สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์



อนุสาวรีย์ ฯลฯ เช่น “หนานทิพย์ช้าง” วีรชนผู้กอบกู้เมืองเขลางค์ (นครลำปาง) จากการรุกรานของพม่าที่ตั้งฐานทัพในพื้นที่วัดพระธาตุลำปางหลวงหรือการบูรณะปฏิสังขรณ์วัดพระธาตุหริภุญชัย วัดจามเทวีตามรอยครูบาเจ้าศรีวิชัยนักบวชแห่งล้านนา เป็นต้น

**3. ทุนความงามและศิลปกรรม** พื้นที่เมืองศิลปะเชิงสร้างสรรค์เต็มเปี่ยมด้วยความงดงามทางด้านพุทธศิลปกรรมจากจินตนาการของศิลปินที่บอกเล่าเรื่องราว อารมณ์ ความรู้สึกจนรังสรรค์ผลงาน เช่น งานประติมากรรม งานสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเฉพาะของช่างแต่ละสกุล เช่น ซุ้มโขงวัดพระธาตุลำปางหลวงที่มีลักษณะเป็นสถาปัตยกรรมแบบช่างสกุลลำปาง ความงดงามของศิลปกรรมร่วมสมัยแบบพม่าของวัดศรีชุม ที่มีรูปแบบศิลปะแบบพม่าหรือศิลปกรรมที่ผสมผสานระหว่างล้านนากับพม่าของวัดพระแก้วดอนเต้าสุชาดาราม ที่มีพระเจดีย์ใหญ่ทรงล้านนา มีมณฑปยอดปราสาทแบบพม่าที่ประดิษฐานอยู่ เป็นต้น

การท่องเที่ยวถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งการสร้างรายได้ การมีส่วนร่วม การยกระดับทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนการเผยแพร่ทางด้านศิลปะวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น แม้ทุนทางสังคมในพื้นที่จะเปรียบพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ควรจะมีการปรับปรุงพื้นที่ให้สามารถตอบสนองต่อทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะทางด้านกายภาพ และการใช้โปรแกรมเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงได้อย่างปลอดภัย ผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในพื้นที่สร้างสรรค์จะต้องมีการบริหารจัดการอยู่ 2 ประการ ได้แก่

**1. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว** การรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับมาตรฐานจำเป็นจะต้องพัฒนาทางด้านศักยภาพในการดูแลของทุนทางสังคมอยู่ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความพร้อมทางด้านกายภาพ การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้น่าชม มีป้ายสัญลักษณ์บอกสถานที่ เรื่องราวและจุดท่องเที่ยวสำคัญให้ชัดเจน 2) ความพร้อมทางด้านศาสนสถาน/ศาสนาวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับชม 3) ความพร้อมบุคลากร เพื่อช่วยเหลือและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความภูมิใจและประทับใจในพื้นที่

**2. การบริหารจัดการ** การบริหารจัดการตามแบบอารยสถาปัตย์เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานจะต้องมีปัจจัย 4 อย่าง ได้แก่ 1) ประชาสัมพันธ์/สื่อมีเดีย การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อรูปแบบต่างๆ เช่น VTR FACEBOOK, TWITTER, LINE, Applicationเอกสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ และอินเทอร์เน็ต 2) กิจกรรมภายในพื้นที่ คุณค่าทางศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณีของวัดและชุมชน โดยผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเข้ามาศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชน 3) การมีส่วนร่วมของชุมชน การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น พิจารณา ตัดสินใจและร่วมบริหารจัดการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่การท่องเที่ยว 4) ภาครีรอข่าย เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น และได้มีการนำไปสู่การพัฒนาห้องน้ำ ลานจอดรถ และพื้นที่ภายในวัดในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย ตลอดจนการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย

การจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบอารยสถาปัตย์ควรมีความพร้อมทางด้านกายภาพต่างๆ โดยการจัดการทางด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำเสนอกิจกรรมและพิธีกรรมต่างๆ ที่กระตุ้นให้อยากเที่ยว อยากมาและอยากเดินทางในพื้นที่สร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นสร้างความสุขและประทับใจจากการร่วมมือของบุคลากรและภาคีในการช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและปลอดภัยแก่ทุกเพศทุกวัยจะเป็นการยกระดับความเป็นอารยสถาปัตย์ได้อย่างแท้จริง

## อภิปรายผล

การศึกษา รูปแบบการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน สามารถอภิปรายผลได้ว่า วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน พบว่า แหล่งท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบนส่วนมากพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจะมีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับห้องน้ำ ราวบันได ที่จอดรถและอุปกรณ์ช่วยเหลือเบื้องต้นให้แก่นักท่องเที่ยว อาทิเช่น วัดพระธาตุช่อแฮ จังหวัดแพร่ วัดพระธาตุหริภุญชัย จังหวัดลำพูน วัดห้วยปลากั้ง จังหวัดเชียงราย เป็นต้น โดยการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าสู่วัยผู้สูงอายุ นิยมเดินทางกับครอบครัวด้วยรถส่วนตัว โดยการศึกษาข้อมูลจากเทคโนโลยีสารสนเทศในอินเทอร์เน็ต โดยเลือกเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ ในวัดนักขัตฤกษ์หรือออกเที่ยวเดือนละครึ่ง และชอบอาหารพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อของท้องถิ่นประเภทอาหาร ขนม เครื่องดื่ม และชอบพักแรมที่โรงแรม และใช้จ่ายแต่ละครั้งไม่เกินสามพันบาท ส่วนความสะดวกที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วย เช่น ทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงพื้นที่สำคัญ มีที่จอดรถสำหรับผู้พิการ/ผู้สูงอายุ ห้องน้ำมีราวจับในการพยุงตัว มีป้ายและสัญลักษณ์บ่งบอกประเภทชัดเจน เป็นต้น ส่วนกระบวนการสร้างสรรค์สามารถแยกได้ 2 แห่ง ได้แก่

1) วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวดั้งเดิม วัดถือว่าเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่พึ่งพาทางจิตใจ เป็นพื้นที่สร้างสุขและศรัทธาแก่พุทธศาสนิกชน ซึ่งสอดคล้องกับ Puchthonglang et al. (2018) ที่ศึกษาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาจากทุนทางสังคมที่เชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลจากการทำบุญตามวัดและเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่จะช่วยให้ชีวิตมีความสุข ทำให้ต้องพัฒนาทางกายภาพให้แก่นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ห้องสุขา ฯลฯ โดยการกำหนดทิศทางและทำงานเชิงภาคีเครือข่ายเพื่อสร้างจิตสำนึก ร่วมแรงร่วมใจในการให้ความช่วยเหลือ สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Siriwong, and Sengdaeng (2011) ได้กล่าวว่า การยกความเป็นสากลแก่ทุกเพศทุกวันด้วยการอำนวยความสะดวกและช่วยเหลือให้เหมาะสม ได้แก่ การมีทางลาด และกว้างเพียงพอสำหรับรถเข็น สิทธิการเข้า เป็นต้น เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ไม่ผิดจารีตประเพณีท้องถิ่นและประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวจะต้องสร้างรายได้และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวในการสร้างนันทนาการและประสบการณ์ใหม่ และการบริการด้านต่างๆ เช่น การอยู่ การกิน ของฝาก ของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับ Sanglimsuwan (2012) ที่ว่าการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงมรดกจะต้องสร้างรายได้ด้วยการบริการ การจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง การจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น และเป็นการจัดปัญหาการหลังไหลและการโยกย้ายถิ่นฐาน รวมไปถึงการสร้างจิตสำนึกให้ชุมชนได้ตระหนักถึงคุณค่า สร้างความภูมิใจ ความหวงแหนและสืบทอดภูมิปัญญาให้แก่อนุชนรุ่นหลัง

2) กระบวนการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนคติ ความเชื่อและเส้นทางบุญของวัด 9 ศรีในจังหวัดลำปาง และวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามรอยครูบาเจ้าศรีวิไชยในจังหวัดลำพูน ซึ่งลักษณะของการจัดการมีลักษณะ ดังนี้

2.1) การท่องเที่ยวบนคติ ความเชื่อและเส้นทางบุญ ความเชื่อและประวัติศาสตร์ทางสังคม วัฒนธรรมและการสร้างบุญ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินเข้ามาแสวงบุญ ขอพร และอธิษฐานให้เกิดผลสัมฤทธิ์แก่ตนเองและครอบครัว โดยการทาน ข้าวของ อาหาร ฯลฯ การรักษาศีล และขัดเกลาจิตใจให้ตั้งมั่นในสิ่งดีงาม เพื่อให้เกิดปัญญา นอกจากนั้น คุณค่าด้านศิลปกรรมที่สะท้อนให้เกิดความสุขทางอารมณ์จากการได้เห็น สร้างความประทับใจ ความบันเทิงและเรียนรู้ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี และการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อกำหนดทิศทางพัฒนาตามความเชื่อและความงดงามทางด้านศิลปกรรม โดยการสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายที่มีเป้าหมายร่วมกันในการช่วยเหลือ ผลักดันและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว ปลูกจิตสำนึกชุมชนให้เกิดความรักและความหวงแหนมรดกทางวัฒนธรรมจากมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยยึดถือตามหลักการ

ท่องเที่ยว 3A's ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจเพื่อการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยว (Attractions) เส้นทางคมนาคม/ การเข้าถึง (Accessibility) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมือง ศิลปะเชิงศิลปะสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน

2.2) วัดที่พัฒนาตามหลักอารยสถาปัตย์ในพื้นที่จังหวัดลำพูน จากความเลื่อมใสศรัทธาครูบาเจ้าศรีวิชัยนักบวชแห่งล้านนาที่มีปฏิปทาในการประพฤติปฏิบัติและผู้นำศรัทธาประชาชนในจังหวัดภาคเหนือในการก่อสร้าง ซ่อมแซม ปฏิสังขรณ์และพัฒนาพุทธสถานที่มีความสำคัญคู่บ้านคู่เมืองที่เก่าแก่และทรุดโทรม ตลอดจนการทำนุบำรุงรักษาศิลปกรรมที่มีลักษณะอัตลักษณ์แบบล้านนาให้เคียงคู่กับชุมชน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการอนุรักษ์และรักษาคุณค่าที่รังสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและสิ่งที่ยั่งยืนให้แก่ผู้คนได้เข้ามาเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ Brisuththi (2014) ได้กล่าวว่า การพัฒนาเมืองให้มีเสน่ห์และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสานศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมและศิลปวัฒนธรรมในยุคใหม่ที่มีมนตร์เสน่ห์ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสและสร้างสุนทรียภาพในการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และศิลปกรรมของวัดและชุมชน โดยการพัฒนากิจกรรมในการพัฒนาพุทธสถานเชิงสร้างสรรค์เพื่อรำลึกถึงคุณงามความดีและศิลปกรรมที่งดงามของอาณาจักรล้านนา เพื่อส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมของพุทธศาสนิกชนในการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาทั้งทางด้านความเชื่อ ประเพณีและความงดงามทางด้านพุทธศิลปกรรม เพื่อให้เกิดการจัดการเชิงศาสนาวัฒนธรรมให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์ตามแบบอารยสถาปัตย์ โดยพัฒนาเครื่องมือเพื่อให้เข้าถึงพื้นที่สร้างสรรค์ตามแบบอารยสถาปัตย์ด้วย Application ผ่านระบบโปรแกรม Play store ในชื่อโปรแกรมว่า “Lanna The City Of Art” เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร เส้นทาง และกิจกรรมที่มีอยู่ในพื้นที่สร้างสรรค์ ลักษณะทางกายภาพที่จัดเตรียมเพื่อรองรับแก่นักเดินทาง เพื่ออำนวยความสะดวกการเดินทางและประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง รวมถึงการนำเสนอพื้นที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่มีการบริหารจัดการให้ได้มาตรฐานตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบนได้อย่างเหมาะสมแก่ทุกคน

## สรุป

การศึกษาแผนงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการจัดการวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามแบบอารยสถาปัตย์ในภาคเหนือตอนบน” พอสรุปได้ว่า ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวของวัดตามแบบอารยสถาปัตย์ตามลักษณะทางกายภาพพื้นฐานวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดแพร่ จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน จำนวน 40 แห่ง จะมีความพร้อมทางด้านกายภาพพื้นฐาน เช่น ราวบันได ห้องน้ำ ที่จอดรถ และเครื่องช่วยเหลือนเบื้องต้น โดยพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจะมีการเตรียมความพร้อมที่สุด เช่น วัดพระธาตุช่อแฮ จังหวัดแพร่ วัดพระธาตุนฤขัย จังหวัดลำพูน วัดห้วยปลากั้ง จังหวัดเชียงราย เป็นต้น จากการสำรวจความต้องการจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต โดยชอบเลือกวันเสาร์-อาทิตย์เป็นวันเที่ยว และเดินทางมาเป็นครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนตัว แต่ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เลือกท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม รวดเร็วและรองรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย

กระบวนการสร้างสรรค์พื้นที่ตามแบบอารยสถาปัตย์ สามารถแบ่งได้ 2 อย่าง ได้แก่ 1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวดั้งเดิมที่มีความพร้อมทางด้านกายภาพ เช่น ห้องน้ำ เครื่องช่วยเหลือน สิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การจัดการพื้นที่ให้เป็นระบบ ระเบียบและบุคลากรในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ฯลฯ การมีส่วนร่วมของชุมชน ใหหน่วยงาน ภาคี ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการ ฯลฯ การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม เป็นการส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาและช่วยในการอนุรักษ์คุณค่าให้คงอยู่

กับชุมชน 2) การจัดการพื้นที่สร้างสรรค์ 2 แห่ง ได้แก่ 2.1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวบนคติ ความเชื่อและเส้นทางบุญของวัด 9 ศรีในจังหวัดลำปาง ที่เกิดจากปัจจัยทางด้านความเชื่อ/ศรัทธาพื้นฐานของชาวล้านนา และนักท่องเที่ยว ความงามทางด้านพุทธศิลป์ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างศิลปะแบบล้านนาและศิลปะแบบพม่า ฯลฯ การมีส่วนร่วมของชุมชน การเปิดโอกาสได้มีส่วนร่วมในการจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ฯลฯ การสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เข้ามาขับเคลื่อน ช่วยเหลือและส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ฯลฯ และการเข้าถึง/การตอบสนองนักท่องเที่ยว พื้นที่ต้องสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย ฯลฯ 2.2) การพัฒนาวัด 9 ครุบาสร้าง การพัฒนาอารยสถาปัตย์ของวัดท่องเที่ยวตามรอยครุบาเจ้าศรีวิไชยที่เกิดจากแรงศรัทธาในบุญบารมีของครุบาเจ้าศรีวิไชย นักบุญแห่งล้านนา และเป็นการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงจารีตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อยกย่องสรรเสริญ และเป็นการแสดงกตัญญูแก่เวทิตาคุณแก่ครุบาศรีวิไชย เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้มีการนำเสนอเส้นทางการเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวผ่านช่องทาง Application (Lanna The City of Creative Art) ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้ที่ Google Play store เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร เส้นทาง กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างถูกต้องปลอดภัยและรวดเร็ว

## ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากการร่วมมือกับภาคีวิสาหกิจท้องถิ่น/วิสาหกิจชุมชนในการกระตุ้นชุมชนและส่วนงานให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายมัคคุเทศก์ชุมชนที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ตลอดจนจัดสรรงบประมาณและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เมืองศิลปะที่เปิดเวทีและโอกาสให้แก่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ร่วมกับเจ้าของท้องถิ่น

1.2 การประสานงานกับหน่วยงาน องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนท้องถิ่น เพื่อสร้างอัตลักษณ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การผลิตสินค้า การละเล่น การแสดง และการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมในชุมชน โดยมุ่งเน้นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับพื้นที่อื่นหรือใกล้เคียง เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาศึกษาและเข้าถึงพื้นที่ได้อย่างสะดวก เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์และความจำอันทรงคุณค่า

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวมาตรฐานตามแบบอารยสถาปัตย์ เพื่อให้เกิดวิสาหกิจชุมชนแบบมีส่วนร่วมกับการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2 ควรมีการสร้างกลไกการขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน ปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน และประชาชนในการสร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกที่ตรงตามความต้องการนักท่องเที่ยว และเป็นการสร้างกลุ่มองค์กรเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

2.3 ควรศึกษาการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เกิดในท้องถิ่นตามภูมิปัญญา ซึ่งจะทำให้เกิดการตลาดท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันแท้จริงและเป็นการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมและกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนได้อย่างแท้จริง

## References

- Brisuththi, C. (2014). *To Study the City Building (Machizukuri) with Contemporary Art within Kanazawa City, Ishikawa Prefecture*. Chiang Mai: Chiang Mai University.
- Kaewthep, K. (1997). *Community Organizations: Mechanism for Solving Problems and Social Development*. Bangkok: Plans publishing Printing.
- Mayer, T. (2007). *The Future of Social Democracy*. (Sombat Benjasirimongkol, Transtrator). Bangkok: S.B. Consulting Print.
- Provincial Integrated Executive Committee. (2015). *Chiang Mai Province 4 Years Development Plan (2015– 2018)*. Chiang Mai: Chiang Mai Province.
- Puchthonglang, P. et al. (2018). Religious Tourism Development Guidelines for Auspicious-Name Temples in Muang District, Chiang Mai Province. *Journal of Language, Religion and Culture*, 7(1), 212-242.
- Sanglimsuwan, K., & Sanglimsuwan, S. (2012). Sustainable Cultural Heritage Tourism. *Executive Journal*, 32(4), 139-146.
- Siriwong, P., & Sengdaeng, P. (2011). The Traveling of Physically Disabled in Thailand. *Veridian E-Journal*, SU 4 (2), 221-228.
- Tangsomchai, C., & Kanklin, P. (2011). *Situation and Base of Tourist Business in the Upper North Region*. (Research Report). Chiang Mai: Business Warning Center: BWC Faculty of Business Administration Chiang Mai University.