

## บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : สัญญาเลขที่ RDG5750051  
 ชื่อโครงการ : การส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าแก่แหล่งท่องเที่ยวทางพุทธธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 ชื่อนักวิจัย : นายประพันธ์ นิกกระโทก, ผศ.ดร.ปฏิภาณ มหรรณาริบัติ และ นายศุภณัฐ เจริญสุข  
 ระยะเวลาโครงการ : 1 สิงหาคม 2557 ถึง 31 กรกฎาคม 2558

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ 1) เพื่อศึกษาการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อศึกษาการเสริมสร้างอัตลักษณ์และเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทางพุทธธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) เพื่อประเมินการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธธรรม และนำเสนอแนวทางการเสริมสร้างอัตลักษณ์และเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทางพุทธธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วิธีการดำเนินการวิจัยประกอบด้วยวิธีวิจัยคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย การนำเสนอองค์ความรู้ การวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ การใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน

### ผลการวิจัยพบว่า

1. การส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ 1) การโฆษณา เป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักเส้นทางท่องเที่ยวของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีความเชื่อมโยงตามตำนานพระอัฐรงค์ธาตุ และเชื่อมโยงกับวัตรปฏิบัติของพระสายกรรมฐานหรือพระป่า ที่ได้รวบรวมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ มีการผลิตสื่อวีดิทัศน์ เว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวทางพุทธธรรม nkr.mcu.ac.th/tour/ เผยแพร่ใน Youtube โทรทัศน์ สถานีวิทยุ พร้อมจัดทำสื่อแผ่นพับ คู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธธรรม 2) การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรายใหม่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารและเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควบคู่กับการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เลือกตามความสนใจ จัดทำคู่มือ แผ่นพับ และให้เบอร์โทรศัพท์ติดต่อกับผู้ประกอบการ จัดทำสารคดีท่องเที่ยวเผยแพร่ยังสถานีวิทยุ และโทรทัศน์ท้องถิ่น สถานีโทรทัศน์ MCU TV 3) การส่งเสริมการขาย จัดทัวร์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ปฏิบัติกรรมฐาน เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีความรู้ความเข้าใจ นำมาปรับประยุกต์ใช้ จัดทำโปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงปฏิบัติกรรมฐาน และจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบการเที่ยวชมวัดตามหลักการทางพระพุทธศาสนา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ยังไม่พร้อมท่องเที่ยวในรูปแบบการปฏิบัติกรรมฐาน ต้องการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้สืบค้นประวัติศาสตร์ทางพระพุทธศาสนา 4) การขายโดยพนักงาน ผู้ประกอบการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวทางพุทธธรรมจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจและติดต่อโดยตรงกับผู้ประกอบการ ทั้ง

ในลักษณะของรายบุคคล ครอบครัว และหมู่คณะ มีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งรายสมัครเป็นผู้ประกอบการต้นแบบในการจัดโปรแกรมทัวร์ท่องเที่ยวปฏิบัติกรรฐาน ซึ่งเป็นกิจกรรมการขายโดยพนักงานผู้ประกอบการท่องเที่ยว ดำเนินการเป็นบริษัทแรกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. การเสริมสร้างอัตลักษณ์และเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทางพุทธธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อัตลักษณ์ที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นตำนานความเชื่อ ความศรัทธาของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีได้จำกัดขอบเขตตามเส้นแบ่งประเทศในปัจจุบัน หากเป็นการหลอมรวมความเชื่อ ความศรัทธาของประชาชนในภูมิภาค มีการปฏิบัติสืบต่อจากอดีตมาถึงปัจจุบัน มีหลักฐานจากพระไตรปิฎก เชื่อมโยงกับหลักฐานเอกสารที่นักปราชญ์ผู้ทรงความรู้ได้รวบรวมไว้ และหลักฐานทางโบราณคดีที่เป็นหลักการสำคัญเชิงประจักษ์ ที่สามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทางพุทธธรรม เริ่มต้นตั้งแต่สมัยทวารวดีมาถึงพุทธศาสนาในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาที่มี ประเพณีและวัฒนธรรมการบูชาพระธาตุ การสร้างพระธาตุ การสร้างวัดมุงกล การสร้างวัดอุทธม เพื่อเป็นพุทธบูชา มีความสวยงามทางพุทธศิลป์สะท้อนวัฒนธรรม ความเชื่อและศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาและการปฏิบัติของพระสงฆ์ ซึ่งเป็นที่พึงยึดเหนี่ยวจิตใจของพุทธศาสนิกชน เกจิอาจารย์ และพระอริยสงฆ์ที่เป็นต้นแบบด้านการปฏิบัติกรรฐาน ผู้ซึ่งนำพระบรมสารีริกธาตุพร้อมหลักปฏิบัติกรรฐาน แนวทางแห่งการหลุดพ้นจากความทุกข์มาประดิษฐานไว้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กิจกรรมการปฏิบัติกรรฐานสืบสานปฏิบัติต่อกันมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

3. ประเมินการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธธรรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าแก่แหล่งท่องเที่ยวทางพุทธธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ ด้านการโฆษณา และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย

## Abstract

Project Code : Contract No. RDG5750051

Project Title : Adding Values Promotion of Buddhist Tourist Attractions in the Northeast

The Researcher's Name : Mr. Praphan Nukkrathok,  
Assistant Professor Dr. Patipha Mahanthanathipbodee  
and Mr. Suppanat Charoensuk

Project period : 1 August 2014 to 31 July 2015

Objectives of this research are 1) to study of Adding Values Promotion of Buddhist Tourist Attractions in the Northeast, 2) to study of identity promotion and connection travelling route of Buddhist Tourist Attractions in the Northeast, 3) to evaluate of Adding Values Promotion Buddhist Tourist Attractions in the Northeast and present promotion method for identity and connection travelling route of Buddhist Tourist Attractions in the Northeast

Research methodology included qualitative and quantitative. Qualitative research including study of primary and secondary data, observation form of participation, interview form, buzz group, knowledge presentation, for quantitative research such as usage of the inquired form to collected the data about the tourist's opinion of Thai and foreigner of 400 tourists

The research results found that

### 1. Adding Values Promotion of Buddhist Tourist Attractions in the Northeast

1.1 Advertising is inviting to the tourists recognize the travelling route of the temple where is tourist attraction, has connected with the relic legend and connected obligations by the mediation Buddhist monk or the Buddhist monk of Wat Pah which collected to present via online system, has produced video media, Buddhist tourist attraction Website; [nrk.mcu.ac.th/tour/](http://nrk.mcu.ac.th/tour/) dispersed in Youtube, television, radio station included prepared brochures, guidance for Buddhist tourist attraction

1.2 Public relations; dispersed to the new tourists to recognize information and travelling route that connected in the Northeast, attracted the tourist to travel for more, has activity for travel the Buddhist tourist attraction, spend short time for join with activity, interested to stay informed through online media with preparation of itineraries for tourists to choose according to their interests. The researchers have dispersed information to the related section where encourage tourist, prepared guidance, brochures and gave telephone number to contact with

the entrepreneurs, prepared tourist documentary for the radio station and local television, television station of MCU TV, television station for educational of Mahachulalongkornrajavidyalaya University to continue public relations about Buddhist tourist attraction

1.3 Merchandizing; prepared tour for the entrepreneurs to travel the prototype tourist attraction especially learning tourist for mediation practicing to provide the entrepreneurs with a better understanding, could be applying, prepared promotion program for travelling of mediation practicing and prepared activities of travelling in type of visiting the temples according to Buddhist principle, to accommodate the tourists who are not ready yet for meditation practice but required for learning travelling and explore Buddhist historical

1.4 Selling by the individual; the entrepreneurs prepared Buddhist tourist Program for sell the interested tourists and directly contact to the entrepreneurs also the researchers have presented the concept for doing a tourist business by new form as the reversing passion tour that pointed out more number of the tourist and were likely interest in tourist of mediation practice, sightseeing nature in the temple by person, family and group, has the one entrepreneurs became an entrepreneurs prototype to provide tourist program of mediation practice that is selling by the individual of Yim Lamai Travel Company Limited has performed as the first company in the Northeast and cooperate with the researchers and exchanged information together, organized the promotional activities of the company such as publicized via website of Buddhist tourist attraction, radio station for Buddhist of MCU Nakhon Ratchasima FM. 99.75 Mhz etc.

2. Identity promotion and connection travelling route of Buddhist Tourist Attractions in the Northeast; the important identity is the belief legend, the public's faith in the Northeast that was not limiting the national border in a present, If this enlightening faith and belief of the public in region that has inherited until the present for more 2,000 years by the legend of "Buddha's relic" which shown in the Tripitaka also connected the documents by the logicians were collected and historical documentaries that is an empirical evidence could be connected route of Buddhist travelling. Started from Dvaravati era until current Buddhism era especially the Buddhist activities by tradition and cultural for sacrificing the Buddha's relic, erection of the Buddha's relic, erection of the sacred objects, erection of the sacred objects for offerings to Buddha, be beauty by Buddhist Arts that demonstrated cultural, belief and faithful of Buddhist and the Buddhist monks practical which is dependable of the Buddhist spiritual (the instructor) and the noble monk who is a

prototype of mediation practice and was a person taken the Buddha's relic with mediation practical to lead into liberation from sufferings was enshrined in the Northeast, has inherited the activities of mediation practice until the present (the Buddhist monk of mediation or the Buddhist monk of Wat Pah)

3. Evaluation of Adding Values Promotion of Buddhist Tourist Attractions and present promotion method for identity and connection travelling route of Buddhist Tourist Attractions in the Northeast; Opinion about Adding Values Promotion of Buddhist Tourist Attractions in the Northeast in overall was in a much level with highest mean is public relations secondary is advertising and a less mean is merchandizing Opinion about Adding Values Promotion of Buddhist Tourist Attractions in the Northeast found that the tourist recognized the information of tourist attraction by public relations, prepared guidance, brochures, documentary and introduced to the contacts who advices about the mediation practice place, has the public and networks who interested Buddhist tourist attraction join for explored the information continuingly, has travelled to Buddhist tourist attraction and the temple where is Buddhist tourist attraction was satisfied to dispersed by the temple that occurred travelling and practiced mediation at Buddhist tourist attraction and the tourist attraction has connected the nearby places through the route. Activities that supported Buddhist tourist attraction; the Yim Lamai Travel Company Limited has performed the travelling program to the interested tourists especially the tourists who required practice mediation for short time, selling by the individual is activity that Yim Lamai Travel Company Limited provided tourist program for sell the tourists by directly contact with the entrepreneurs, preparation of guidance for prospered practicing when travel the Buddhist tourist attraction where is the mediation practice place including preparation of knowledge about mediation practicing, manual of mediation practicing for the tourists because learning travel of mediation practicing is a new travel model that require merchandizing and public relations to the new tourists