

# ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทย และอาเซียน\*

## Strategies for Buddhist of Thai Cultural and ASIAN Tourism

<sup>1</sup>พระสุธีรัตนบัณฑิต, พระใบฎีกาสัญญา อภิวัฒน์ และ ผุสดี จิระวัฒนกิจ

<sup>1</sup>Phra Sutheeweerapandit, Phrabaidika Sanya Abhivanno and  
Pusadee Jirawatanakit

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
Mahachulalongkornrajavidyalaya University

<sup>1</sup>Corresponding Author. Email: suthito@yahoo.com



### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารภาครัฐ เอกชนผู้บริหารการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 210 ราย และนักท่องเที่ยวจำนวน 400 ราย จากตัวแทนกลุ่มประชาคมอาเซียน 6 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว อินโดนีเซีย มาเลเซีย เมียนมา และไทย จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า ยุทธศาสตร์ที่สำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมนั้น มียุทธศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงศาสนาและวัฒนธรรม การบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม การสร้างเครือข่ายภูมิศาสตร์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนยังมีแนวโน้มและการเติบโตและมีศักยภาพสูง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีวิถีชีวิต วิถีชุมชนและวัฒนธรรมที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว หากมีการส่งเสริมจากภาครัฐที่เหมาะสมจะ

---

\* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “การท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม : นโยบาย ผลกระทบ และการจัดการเชิงเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกร่วมทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน”

## 8 วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม 2559)

ทำให้มีแนวโน้มที่จะเกิดการพัฒนาและเป็นเครือข่ายท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของประเทศและนำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; ยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว; ประชาคมอาเซียน

### Abstract

This research aims to propose strategy and policy for religious, Thai cultural and ASIAN tourism. This research is integrated and collected data from 210 participants (public sector administrators, private sector administrator of tourism, community leaders, monks, and tour operators in community), 400 tourists and 6 ASIAN countries (Cambodia, Laos, Malaysia, Indonesia, Myanmar and Thailand).

The results were found that the crucial strategy for developing the tourist attraction of Buddhism and culture is to promote the religious and cultural tourism market, to develop the tourist attractions and religious and cultural activities, religious and cultural tourism management, to train staff for religious and cultural tourism, and to build the network of cultural geography and tourism. Buddhist and cultural tourism industry in ASIAN community has the growing tendency and high potential. There are tourist attractions that have specific features, lifestyles and the way of community and culture attracting tourists. If having a proper promotion from public sector, there will be a tendency to cause the development and the link of tourism network to the tourism of the country and lead to sustainable community development.

**Keywords:** Cultural tourism, tourist strategy, ASIAN community.

### บทนำ

ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) เกิดจากสมาคมแห่งประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of Southeast Asian Nations-ASEAN) หรือ อาเซียน โดยอาเซียนได้ถือกำเนิดจากการประกาศ ปฏิญญากรุงเทพฯ (Bangkok Declaration) ซึ่งมีประเทศสมาชิกเมื่อเริ่มก่อตั้งรวม 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และ สิงคโปร์ เมื่อปี 2510 เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในทางเศรษฐกิจ

สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ และการบริหาร กลุ่มอาเซียนได้มีการพัฒนาร่วมกัน ในหลายๆ ด้าน มีการประกาศปฏิญญาอีกหลายฉบับ เพื่อขยายความร่วมมือให้ใกล้ชิดและ หลากหลายในหลายเรื่อง เช่น ปฏิญญาว่าด้วยเขตแห่งสันติภาพและความเป็นกลาง (Declaration on the Zone of Peace, Freedom and Neutrality) ปฏิญญาสมานฉันท์ อาเซียน (Declaration of ASEAN Concord) เป็นต้น โดยมีการตกลงก่อตั้งสำนักเลขาธิการ อาเซียนขึ้นที่กรุงจาการ์ตา อินโดนีเซีย ต่อมาอาเซียนได้ขยายวงสัมพันธภาพออกไปสู่ประเทศ ในภูมิภาคและมีเพิ่มสมาชิกขึ้นเป็น 10 ประเทศ โดยมีประเทศเวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชา ได้เข้าเป็นสมาชิกในภายหลัง ในเดือนธันวาคม 2540 ผู้นำอาเซียน ได้รับรองเอกสาร “วิสัยทัศน์ อาเซียน 2020” กำหนดเป้าหมายหลัก 4 ประการ เพื่อมุ่งพัฒนาอาเซียนไปสู่ "ประชาคม อาเซียน" (ASEAN Community) ให้เป็นผลสำเร็จภายใน ปี 2563 (ค.ศ. 2020) ซึ่งจะ ประกอบด้วย เสาประชาคมหลักรวม 3 เสา ได้แก่

- 1) เสาหลักด้านการเมืองและความมั่นคงของภูมิภาคอาเซียน มุ่งให้ประเทศในภูมิภาค อยู่ร่วมกันอย่างสันติ มีระบบแก้ไขความขัดแย้ง ระหว่างกันได้ด้วยดี
- 2) เสาหลักทางด้านเศรษฐกิจ มุ่งให้เกิดการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจ และการ อำนวย ความสะดวกในการติดต่อค้าขายระหว่างกัน อันจะทำให้ภูมิภาคมีความเจริญมั่งคั่ง และสามารถ แข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ได้เพื่อความอยู่ดีกินดีของประชาชนในประเทศอาเซียน
- 3) เสาหลักทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน เพื่อให้ประชาชนแต่ละ ประเทศอาเซียนอยู่ร่วมกันภายใต้แนวคิดสังคมที่เอื้ออาทร มีสวัสดิการทางสังคมที่ดี และมีความ มั่นคงทางสังคม

ในมิติของการท่องเที่ยว พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนในกลุ่มอาเซียน จำนวนมากโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ยังคงเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมาก เป็นอันดับหนึ่ง รองลงไป ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น รัสเซีย และกลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา โดยภาพรวม นักท่องเที่ยวมาเยือนประเทศไทยในปี 2558 จำนวน 29,923,185 คน และในปี 2559 จำนวน 32,588,303 คน โดยมีจำนวนเพิ่มร้อยละ 8.91 ตามลำดับ ในขณะที่สถานการณ์การท่องเที่ยว ของแต่ละประเทศในอาเซียนก็พบว่า มีแนวโน้มที่สูงขึ้นดังตัวอย่าง เช่น ประเทศมาเลเซียในปี 2557 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนจำนวน 24.4 ล้านคน (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2555) โดยมาจากประเทศเพื่อบ้านอาเซียน สามารถนำรายได้เข้าประเทศ 18.3 ล้านเหรียญ สหรัฐ (เพิ่มขึ้นจาก 17.2 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2552) หรือคิดเป็น 7.9% ของมูลค่าส่งออก ของประเทศ (World Tourism Organization, 2013) ในปี 2554 มาเลเซียมีจำนวนห้องพัก ทั้งสิ้น 193,340 ห้อง จาก 2,707 โรงแรมทั่วประเทศ (เพิ่มขึ้นถึง 14.7% จาก 168,497 ห้อง จาก 2,367 โรงแรมในปี 2553) โดยมีอัตราการเข้าพักโรงแรม 60.6% เมืองและสถานที่ ที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ตึกแฝดเปโตรนาส หอคอยกัวลาลัมเปอร์ จัตุรัสเมอร์เดกา เป็นต้น ในขณะที่ประเทศอื่นๆ ก็มีแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่า การ

10 วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม 2559)

ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญของการเรียนรู้ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคน และการเสริมสร้างจิตสำนึกร่วมทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมได้

จำนวนนักท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศอาเซียนในปี 2557 (2014)

ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน)			สัดส่วน (ร้อยละ)	
	ภายในอาเซียน	นอกอาเซียน	รวม	ภายในอาเซียน	นอกอาเซียน
มาเลเซีย	20,372.8	7,064.5	27,437.3	74.3	25.7
ไทย	6,620.2	18,159.5	24,779.8	26.7	73.3
สิงคโปร์	6,113.0	8,982.1	15,095.2	40.5	59.5
อินโดนีเซีย	3,683.8	5,751.6	9,435.4	39.0	61.0
เวียดนาม	1,495.1	6,379.2	7,874.3	19.0	81.0
ฟิลิปปินส์	461.5	4,371.9	4,833.4	9.5	90.5
กัมพูชา	1,991.9	2,510.9	4,502.8	44.2	55.8
สปป.ลาว	3,224.1	934.6	4,158.7	77.5	22.5
บรูไน	3,662.2	223.4	3,885.5	94.3	5.7
เมียนมา	1,598.3	1,483.2	3,081.4	51.9	48.1
<b>อาเซียน</b>	<b>49,223.0</b>	<b>55,860.8</b>	<b>105,083.8</b>	<b>46.8</b>	<b>53.2</b>

ที่มา ASEAN Tourism Statistic Database

**ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในอาเซียน**

ในประชาคมอาเซียนมีรากฐานทางความเชื่อ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะพระพุทธศาสนานั้น ถือเป็นศาสนาที่สำคัญศาสนาหนึ่งในอาเซียน โดยมีประชากร

จำนวนประมาณ 150 ล้านคนนับถือพระพุทธศาสนาและมีศาสนสถาน โบราณสถานอีกมากมายที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้คนไปสักการะและเยี่ยมชม โดย ในอาเซียนมีศาสนสถานและแหล่งทางวัฒนธรรมที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม ดังนี้ (กระทรวงวัฒนธรรม, 2558)

มรดกโลกทางวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน		
ประเทศ	จำนวน	แหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม
กัมพูชา	2	1. แองกอร์ หรือ เมืองพระนคร (Angkor) 2. ปราสาทพระวิหาร (Temple of Preah Vihear)
อินโดนีเซีย	4	3. บูโรบูดูร์ (Borobudur) หรือ กลุ่มวัดบูโรพุทโธ (Borobudur Temple Compounds) 4. ปรัมบานัน (Prambanan) หรือกลุ่มวัดปรัมบานัน (Prambanan Temple Compounds) 5. แหล่งมนุษย์ยุคเริ่มแรกซังจิ้งรัน (Sangiran Early Man Site) 6. ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเขตบาห์ลี : ระบบสุบักหลักการตามปรัชญาไตรหิตตครณะ (Cultural Landscape of Bali Province: the Subak System as a Manifestation of the Tri Hita Karana Philosophy)
ลาว	2	7. เมืองหลวงพระบาง (Town of Luang Prabang) 8. ปราสาทหินวัดพูและสิ่งก่อสร้างใกล้เคียงในแขวงจำปาสัก (Vat Phou and Associated Ancient Settlements Within the Champasak Cultural Landscape )
มาเลเซีย	2	9. มะละกา และจอร์จทาวน์ นครประวัติศาสตร์บนช่องแคบมะละกา (Melaka and George Town, Historic Cities of the Straits of Malacca) 10. แหล่งโบราณคดีหุบเขาเล็งกอง (Archaeological Heritage of the Lenggong Valley)
เมียนมา	1	11. กลุ่มเมืองโบราณอาณาจักรพยู (Pyu Ancient Cities)
ฟิลิปปินส์	3	12. นครประวัติศาสตร์วีกัน (Historic Town of Vigan) 13. โบสถ์บาโรคแห่งฟิลิปปินส์ (Baroque Churches of the Philippines) 14. นาขั้นบันไดแห่งเทือกเขาฟิลิปปินส์ (Rice Terraces of the Philippine Cordilleras)

มรดกโลกทางวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน		
ประเทศ	จำนวน	แหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม
สิงคโปร์	1	15. สวนพฤกษศาสตร์แห่งชาติสิงคโปร์ Singapore Botanic Gardens
เวียดนาม	5	16. หมู่โบราณสถานเมืองเว้ (Complex of Hue Monuments) 17. เมืองโบราณฮอยอัน (Hoi An Ancient Town) 18. สถานที่ศักดิ์สิทธิ์หมีเซิน (My Son Sanctuary) 19. พระราชวังจักรพรรดิแห่งถังลอง-ฮานอย (Central Sector of the Imperial Citadel of Thang Long-Hanoi) 20. พระราชวังแห่งราชวงศ์โฮ (Citadel of the Ho Dynasty)
ไทย	3	21. แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง (Ban Chiang Archaeological Site) 25. นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบริวาร (Historic City of Ayutthaya) 26. เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร (Historic Town of Sukhothai and Associated Historic Towns)

แหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมของอาเซียนดังกล่าว จะเห็นได้ว่า มีความเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมหลายแหล่งและแต่ละแหล่งถือว่าเป็นศาสนสถานที่ใหญ่ในระดับโลก ทั้งนี้ ไม่รวมถึงวัดวาอารามของไทย เมียนมา ลาว กัมพูชา สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เป็นต้น ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของวิถีชีวิต ความเชื่อและวัฒนธรรมอีกจำนวนมาก เช่น วัดในเขตพุกาม อย่างกุ่ม ของเมียนมา วัดในกรุงเทพและต่างจังหวัดของไทย วัดในเวียงจันทน์ของ สปป.ลาว วัดในเมืองปิ้ง มาเลเซีย เป็นต้น ที่ก่อให้เกิดการเดินทางไปเยี่ยมชม ดังนั้น จึงถือว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของไทยและอาเซียน

#### พฤติกรรมและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน

ผลการศึกษารูปแบบพฤติกรรมและการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและประชาคมอาเซียนนั้น มีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น ดังนี้

1) ข้อมูลพื้นฐานและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน กรณีนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประเทศไทย โดยเฉลี่ยจำนวน 1-2 วัน มากที่สุดถึงร้อยละ 50 รองลงมาจำนวน 3-6 วัน ร้อยละ 40.50 และจำนวน 5-7 วัน ร้อยละ 5 ตามลำดับ สำหรับเหตุผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทาง

พระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการไปเที่ยวเพื่อไหว้พระ ขอพร และร่วมทำบุญตามความเชื่อทางพระพุทธศาสนามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68 พักผ่อนกับครอบครัวร้อยละ 54.70 แหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจร้อยละ 34.20 เป็นส่วนหนึ่งของแผนการท่องเที่ยวหลัก ร้อยละ 21.50 ตามลำดับ

2) รูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยแห่งการเข้ามาท่องเที่ยวซึ่งเป็นการแบ่งกลุ่มประเภทและลักษณะของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน สามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบได้ดังนี้

(1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามความเชื่อและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นรูปแบบพฤติกรรมท่องเที่ยวที่เกิดจากกลุ่มการที่ประชาชนในท้องถิ่นร่วมตัวสร้างความศรัทธาตลอดจนให้ความสนใจต่อการเข้าสักการบูชาหรือเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จนสามารถผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงประจำท้องถิ่น

(2) พฤติกรรมท่องเที่ยวตามสมัยนิยม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ที่มีพัฒนาการมาจากการเติบโตของเทคโนโลยีสารสนเทศและการคมนาคม นอกจากนี้ยังเป็นลักษณะพฤติกรรมท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงระยะเวลาของสังคม ที่ต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและคงไว้ซึ่งศรัทธาบางประการที่ตรงกับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว สังคมปัจจุบันพยายามนิยามรูปแบบพฤติกรรมท่องเที่ยวตามสมัยนิยมให้มีชื่อที่แตกต่างกันออกไป เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวแนว “Hipster” “Slow life” เป็นต้น

(3) พฤติกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมต่างประเทศ เป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่เกิดจากการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure) เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบัน

(4) พฤติกรรมท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวตลาดใหม่ๆ หรือกลุ่มคนที่ออกเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก การเดินทางโดยอาศัยการท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์จะสามารถช่วยอำนวยความสะดวกและเหมาะสม กับประเทศจุดหมายปลายทาง ที่ยังไม่สามารถยกระดับการบริการด้านการท่องเที่ยวได้เป็น อย่างดี ทั้งนี้ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและประชาคม อาเซียนนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเป็นกลุ่มทัวร์จะเป็นชาวจีน ชาวอินเดีย

### **วิเคราะห์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของอาเซียน**

การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน ถือเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวที่ประเทศในประชาคมอาเซียนพยายามผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของตนเองไปสู่การจุดหมายปลายทางด้านการ

ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวทั่วโลกได้ ทั้งนี้ สามารถวิเคราะห์นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนตามกรอบการวิเคราะห์แบบ SWOT ได้ดังนี้

1. นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน มีจุดแข็ง คือ การที่ประชาคมอาเซียนได้มีการดำเนินการพัฒนายุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้พัฒนาความร่วมมือที่เรียกว่า “แผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2554 – 2558 หรือ ASEAN Tourism Strategic Plan –ATSP” ส่งผลให้เกิดการวางแผนและส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวภายในประชาคมอาเซียน สามารถเดินทางถึงกันได้สะดวกยิ่งขึ้น

2. นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน มีแนวโน้มที่เป็นโอกาสในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท อาทิ แหล่งมรดกโลก ศาสนสถานจำนวนมาก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางกิจกรรมกีฬาหรือแหล่งท่องเที่ยวในมหานครที่มุ่งเน้นการพักผ่อนและบริโภคสินค้าและบริการ ส่งผลประการหนึ่งที่สำคัญคือเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน เพราะสามารถเลือกสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ

3. นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนยังมีจุดอ่อน คือ ยังได้รับการให้ความสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐของประเทศของประชาคมอาเซียนในระดับต่ำ เพื่อให้เป็นนโยบายและยุทธศาสตร์ที่สำคัญ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมไม่สามารถยกระดับแนวทางการบริหารจัดการ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียนได้ รวมทั้งการยกระดับความปลอดภัยและกระบวนการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว

4. นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนมีอุปสรรค คือ การที่นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินการเนื่องจากปัญหาทางการเมือง เป็นอุปสรรคที่จะพัฒนาความร่วมมือและการดำเนินนโยบายให้มีความต่อเนื่อง รวมทั้งยังขาดการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ส่งผลให้ศักยภาพของบุคลากรในมิติต่างๆ ไม่สามารถยกระดับการพัฒนาให้สอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าของวิทยาการและเทคโนโลยี ในสังคมปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาภาษาคุณภาพการบริการ การเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การพัฒนาให้มีมัคคุเทศก์ที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ คุณค่าของพุทธศิลป์และหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

ยังถือเป็นอีกหนึ่งความท้าทายใน อนาคตสำหรับผู้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวทาง พระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมอีกด้วย

<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมจำนวนมากที่สร้างจุดหมายของการท่องเที่ยวได้</li> <li>- ภาครัฐมีนโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- มีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวอาเซียน หรือ ASEAN Tourism Strategic Plan-ATSP”</li> <li>- มีเส้นทางการท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงถึงกัน</li> <li>- มีระบบและเทคโนโลยีและระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพและเอื้อต่อการท่องเที่ยว</li> <li>- มีภาคชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมและ</li> <li>- มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย</li> </ul>	<p><b>จุดอ่อน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมยังไม่ดีพอ</li> <li>- การสื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมยังไม่ทั่วถึง</li> <li>- การดูแลรักษาความปลอดภัย-ความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร</li> <li>- ระบบการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่นำไปสู่ความยั่งยืน</li> <li>- ชีตความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมยังอยู่ในระดับต่ำ ไม่สามารถสื่อสารถึงหลักการสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดีพอ</li> <li>- บุคลากรของวัด ศาสนสถาน และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการในระดับต่ำ</li> </ul>
<p><b>โอกาส</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้และแบบ Slow life มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น</li> <li>- นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น</li> <li>- มีการเดินทางภายในอาเซียนมากขึ้น</li> <li>- การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนช่วยให้การท่องเที่ยวขยายตัว</li> <li>- โครงการความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และชุมชนมีมากขึ้น</li> <li>- ระบบเทคโนโลยีช่วยให้กิจกรรมและการเดินทางสะดวกมากขึ้น</li> <li>- กฎหมายระหว่างประเทศเอื้อต่อการท่องเที่ยว</li> </ul>	<p><b>อุปสรรค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ ความขัดแย้งทางสังคมและวิกฤตทางการเมืองในอาเซียน</li> <li>- พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มีลักษณะของการค้ำมนุษย์ในอาเซียน</li> <li>- การจัดการในเชิงนโยบายและแนวการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกัน</li> <li>- ระบบการขนส่งและการคมนาคมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลยังไม่สะดวกและเพียงพอ</li> <li>- ขาดระบบการประกันภัยที่เป็นรูปธรรม</li> <li>- การพัฒนาระบบการเชื่อมโยงเครือข่าย</li> </ul>

### ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน

จากการวิเคราะห์สภาพการณ์ท่องเที่ยวในไทยและประชาคมอาเซียนด้วยเทคนิค SWOT ดังกล่าว คณะผู้วิจัยสามารถนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและประชาคมอาเซียนได้ดังนี้

#### ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและอาเซียนอยู่ในช่วงของการเติบโตในทุกด้าน โดยที่ผ่านมามีการท่องเที่ยวทางธรรมชาติยังได้รับความนิยมในระดับสูง รองลงมาได้แก่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนา ซึ่งเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 1 ใน 3 ของการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีนักท่องเที่ยวในเอเชียมากเป็นอันดับต้นของการท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่สนใจด้านศาสนา วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในเชิงการตลาดท่องเที่ยวนั้น มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ใน 7 ประเด็น ได้แก่

1) การส่งเสริมภาพลักษณ์การเรียนรู้ทางศาสนาและวัฒนธรรม ให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการตลาด จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและ สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อพัฒนาจิตใจและปัญญา รวมทั้งการสร้างสรรค์สังคมที่ดีงาม

2) การปรับโครงสร้างตลาด โดยขยายฐานนักท่องเที่ยว กลุ่ม High Value ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และมีการใช้ จ่ายสูง รวมทั้งมีพฤติกรรมเหมาะสมกับศาสนาและวัฒนธรรม เพื่อการเยี่ยมชมและเรียนรู้ใน จำนวนวันที่ยาวนานขึ้น

3) การปรับสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน (Rebalancing) เพื่อให้เกิดความ สมดุลระหว่างความต้องการ ความสนใจของนักท่องเที่ยว การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ รวมทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน มุ่งการกระจายการท่องเที่ยวในอาเซียน และการกระจายรายได้สู่แหล่งท่องเที่ยวศักยภาพรอง สร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวเกิดความรัก ความภูมิใจในวิถีชีวิตและสังคมร่วมในความหลากหลายทางวัฒนธรรม

4) การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวบนความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยใช้วิถีชีวิต ความเชื่อ และความหลากหลายทางวัฒนธรรมในไทยและอาเซียนเป็นประตูสู่การเรียนรู้ ด้านศาสนาและวัฒนธรรม

5) การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุและครอบครัว โดยใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างความผูกพันในครอบครัวและหมู่คณะ ผู้สูงอายุ อันจะเป็นการสร้างรากฐานอันเข้มแข็งของสังคม และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

6) การเสริมสร้างอัตลักษณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรม เพื่อให้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวก ในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และใช้

“วิถีทางศาสนาและวัฒนธรรม” เป็นตัวนำสร้างอัตลักษณ์ และส่งมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว

7) การสื่อสารเชิงสันติของการท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมที่นำไปสู่การสร้างสันติภาพและการสร้างความดีร่วมกัน โดยให้ผู้นำทางศาสนาเป็นผู้แทนในการชักชวนการท่องเที่ยว เป็นต้น

## ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงศาสนาและวัฒนธรรม

ในประชาคมอาเซียนนั้นมีความแตกต่างหลากหลายทางศาสนา วัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณี รวมทั้งรูปแบบการปกครอง แต่สิ่งที่คล้ายคลึงกันนั้นคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มาจากฐานทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่อิงอาศัยความเชื่อทางศาสนา วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของตนเอง และทรัพยากรที่มาจากกิจกรรมนันทนาการของการท่องเที่ยวที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และโดยสาเหตุที่ประชาคมอาเซียนมีรากฐานทางวัฒนธรรม และแหล่งโบราณคดีทางศาสนาและวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในเชิงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นั้น มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ใน 7 ประเด็น ได้แก่

1) การพัฒนาเชิงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม โดยเป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาพื้นที่ในแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม วัด ศาสนสถาน โบราณสถาน เป็นต้น เน้นการพัฒนากิจกรรมและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านจิตใจและปัญญารวมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชน วัด ให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

2) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ เช่น การไหว้พระสวดมนต์ การเจริญจิตภาวนา การเข้าคอร์สการอบรมวิปัสสนาระยะสั้นสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้สูงอายุ และบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพแบบองค์รวม โดยมุ่งสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาคผ่านมาตรการยกระดับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับสากล และกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุในภูมิภาคเอเชีย โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการ และบุคลากรภาคบริการในอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ สร้างและผลักดัน มาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์ที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการพำนักระยะยาว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยให้วัดและสถานที่ปฏิบัติธรรมเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยว

3) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม เป้าหมาย หลักของข้อนี้ คือ เร่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวทางศาสนาและ วัฒนธรรมผ่านมาตรการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถช่วยเพิ่ม รูปแบบการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างสิ่ง อำนวยความสะดวกในเส้นทางท่องเที่ยวในวัด ศาสนสถาน และมรดกโลก เป็นต้น โดยพัฒนาสิ่ง อำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและมีความปลอดภัยต่อ นักท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล คำนึงถึงสถาปัตยกรรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคน พิการ และผู้สูงอายุ เช่น ห้องผู้ ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล จุดบริการ Wifi ทางลาด ราวจับ ห้องสวดมนต์ สถานที่ปฏิบัติธรรม หรือห้องละหมาด เป็นต้น

4) การพัฒนาระบบการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว โดยพัฒนาศูนย์ข้อมูลของวัด แหล่งท่องเที่ยว ศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ผ่านเทคโนโลยี สารสนเทศสมัยใหม่ โดยได้มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ในการพัฒนา รูปแบบสื่อความหมาย เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งหลักการทางศาสนา และวัฒนธรรมให้ที่เป็นสนใจของนักท่องเที่ยวและให้ดูโดดเด่นน่าสนใจ การสร้างสุนทรียภาพ ด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีและความประทับใจให้แก่ นักท่องเที่ยว

5) การพัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาความปลอดภัยนี้มีความสำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจากเกี่ยวข้องกับเรื่องความปลอดภัยกับชีวิตและ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของการ ท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนา

6) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกสู่มรดกธรรม โดยเป็นการพัฒนา กิจกรรม การท่องเที่ยวในพื้นที่มรดกโลกทางวัฒนธรรมทั้ง 23 แห่งในอาเซียนให้เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ เชิงประวัติศาสตร์ ศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน เพื่อให้เป็นจุดหมายของการ เดินทางท่องเที่ยวในอาเซียน

### ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม

ที่ผ่านมามีการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านศาสนาและวัฒนธรรมนั้น พบว่า การบริหาร จัดการยังมีจุดอ่อนอยู่หลายประการ เช่น ขาดการบูรณาการงบประมาณและการประสานงาน หน่วยงานของภาครัฐและเอกชนทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวด้านศาสนาและวัฒนธรรม

ขาดทิศทางที่ชัดเจน บุคลากรขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการและภาษา ขาดระบบการจัดการข้อมูลในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและกฎระเบียบที่ล้ำสมัยไม่ทัน มีความขัดแย้งในพื้นที่การจัดการ ดังเช่น กรณีของประเทศไทยการจัดการภายในศาสนสถานเป็นทั้งอำนาจของวัดและกรมศิลปากร เป็นต้น ในขณะที่กลุ่มประเทศในอาเซียน เช่น เมียนมา และกัมพูชาอำนาจในการจัดการก็เป็นของวัดและภาครัฐ โดยให้ออกชนเข้ามาบริหารแทนวัดและชุมชน เป็นต้น ดังนั้น การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวด้านศาสนาและวัฒนธรรมจึงต้องมีการกำหนดแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ให้เหมาะสม ดังนี้

1) การพัฒนากลไกและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน โดยมีการมอบอำนาจทั้งในเชิงกฎหมายและการบริหารจัดการสู่วัด ภาคเอกชนและชุมชนให้เหมาะสม เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาเชิงพื้นที่ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพัฒนาขั้นตอนการขอวีซ่าและการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตราแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Visa) และการผ่านแดนทั้งจุดเข้าออกชายแดนและสนามบิน โดยเฉพาะบริเวณด่านชายแดนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

2) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการกระทำความผิดต่อพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 และการสร้างเครือข่ายอาสาสมัครการท่องเที่ยวเพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางศาสนาและวัฒนธรรม

3) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว โดยจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว โดยให้มีระบบการให้บริการข้อมูลแบบครบวงจร ทั้งข้อมูลเส้นทางพาหนะในการเดินทาง ข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม ระบบจองตั๋วออนไลน์ ตลอดจนการสร้างแอปพลิเคชันให้ นักท่องเที่ยวตรวจสอบเส้นทางและยานพาหนะขนส่งสาธารณะได้ ให้มีการนำเทคโนโลยีการ จัดเก็บ ออกแบบและกลั่นกรองข้อมูลสร้างระบบการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อ ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของอาเซียนเพื่อการวางแผนและ ตัดสินใจเชิงนโยบายของผู้บริหารและเพื่อบริการข้อมูลและสารสนเทศ

4) การปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เนื่องจากปัจจุบันมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมหลายฉบับยังล้าสมัยไม่ทันต่อสถานการณ์ จนทำให้กลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาหรือเป็นข้อ

เสียเปรียบต่อประเทศคู่แข่ง โดยมีการทบทวนและแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 พระราชบัญญัติโบราณสถาน พ.ศ. 2504 พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 รวมทั้งแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ให้มีการศึกษากฎหมายระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม

5) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยยึดหลักความเสมอภาคและความยุติธรรม ของสังคม ในสังคมยุคโลกาภิวัตน์และการบริหารจัดการแนวใหม่ สิ่งที่คุณคณและสังคมคาดหวัง คือ ความดีงามของคุณคณและสังคม ตามหลักพระพุทธศาสนากล่าวถึงความดีงามของคุณคณว่า จะต้องประกอบด้วยคุณธรรมที่สำคัญหลายประการ เช่น การมีสุจริตทางกาย วาจา และจิตใจ การมีหิริโอตตปัสสะ การละอายต่อการทำความชั่ว การมีศีล มีความกตัญญูรู้คุณ เป็นต้น และมองว่า สังคมที่มีความดีงามนั้นจะต้องเป็นสังคมที่มี “ความเสมอภาค” “ความยุติธรรม” และมี “สันติภาพ” หากสังคมใดปราศจากความเสมอภาค ความยุติธรรม และสันติภาพ สังคมนั้นย่อมไม่สงบสุข มีความขัดแย้งสูง และไม่สามารถที่จะสร้างประโยชน์เกื้อกูลต่อการพัฒนาเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน จากหลักการดังกล่าว การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประชาอาเซียนจึงจะต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการภายในของคุณคณและผู้นำเพื่อให้สังคมนั้นๆ มีความเสมอภาคและยุติธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและนำไปสู่การพัฒนาสังคมร่วมกัน

6) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมด้วยหลักการทางศาสนา เพื่อลดความขัดแย้งทางศาสนาและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมนั้นสิ่งที่จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง คือ การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวในชุมชนหรือประเทศต่างๆ รู้ถึงหลักการทางศาสนาเพื่อให้เกิดความขัดแย้งทางศาสนา และมีการส่งเสริมกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เพราะความรู้และปัญญาจะเป็นเครื่องมือ นำทางไปสู่การสร้างความปลอดภัยของการท่องเที่ยวที่มุ่งแต่จะแสวงหาผลประโยชน์ ไปสู่การสร้างวัฒนธรรมร่วมของผู้คนในโลก และเป็นฐานไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของแต่ละชุมชนหรือแต่ละประเทศ

7) การเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริการการท่องเที่ยวด้วยความจริงใจและมี จิตสำนึกต่อศาสนาและวัฒนธรรม ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียนประการหนึ่งคือ ภาพลักษณ์ที่มีระบบการบริหารจัดการและการพัฒนาประเทศที่ไม่ตอบสนองต่อความ จริงใจหรือมีความสุจริตในการให้บริการ มีภาพลักษณ์ที่ไม่โปร่งใสในการจัดการการท่องเที่ยว ทั้งๆ ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สวยงาม แต่ด้วยความที่มีผู้ประกอบการบางกลุ่ม ชุมชนบาง แห่งมองเห็นผลประโยชน์ในระยะสั้นจึงทำให้มีการรูปแบบการบริการที่ไม่สร้างความประทับใจ

ให้กับนักท่องเที่ยว มีการทุจริต ฉ้อโกง รวมทั้งการให้บริการที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น จึงมีข้อร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ รวมทั้งการดูแลรักษาความสะอาดปลอดภัยของภาครัฐยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ จึงทำให้เกิดความระแวงของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ภาครัฐ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว วัดและชุมชน จะต้องร่วมกันสร้างวัฒนธรรมแห่งการบริการด้วยความจริงใจ สุจริต โปร่งใส เที่ยงธรรม และมีมาตรฐานในการบริการเพื่อสร้างความอบอุ่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม

#### **ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม**

การพัฒนาบุคลากรในด้านนี้มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ วัดและชุมชนเพื่อให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยวภาครัฐและชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พัฒนาผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานและจรรยาบรรณ ส่งเสริมให้พระสงฆ์และประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเตรียมความพร้อมการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

1) การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกกลุ่มทั้งในระดับผู้บริหาร นักวิชาการ วัด ชุมชน และผู้ประกอบการให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งและเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมเพื่อการขยายธุรกิจและปรับปรุง โดยมีการแลกเปลี่ยนกลุ่มแรงงานภาคบริการร่วมกันในอาเซียน

3) การพัฒนาพระสงฆ์ วัดและประชาชนในบริหารกิจการและแหล่งท่องเที่ยว ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้นสนใจที่จะศึกษาและปฏิบัติตามแนวพระพุทธศาสนา ดังนั้น หากพระสงฆ์ในไทยและอาเซียนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของการท่องเที่ยว ย่อมจะเป็นการสร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน บนพื้นฐานของจิตสำนึกและการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม

#### **ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างเครือข่ายภูมิศาสตร์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว**

ในประชาคมอาเซียนนั้นมีเส้นทางท่องเที่ยวและเครือข่ายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีการติดต่อประสานงานตามยุทธศาสตร์ความร่วมมือของประชาคมอาเซียนที่มีอยู่แล้วทั้งในด้านกฎหมาย การเข้าเมือง การยกเว้นวีซ่า การส่งเสริมการลงทุน และ

การเชื่อมโยงด้วยการกีฬาและนันทนาการ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การเชื่อมโยงเครือข่ายดังกล่าว ยังไม่สำเร็จผลเป็นไปตามข้อตกลงที่ภาครัฐกำหนดไว้ ดังนั้น จึงควรมีการกำหนดบทบาทให้ทุกองค์กรชุมชน ทุกภาคีเครือข่ายและในทุกระดับการทำงานเพื่อการท่องเที่ยวสามารถพัฒนากระบวนการทำงานของตนเองให้สอดคล้องกับเป้าประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยดำเนินการภายใต้บทบาท หน้าที่ของตนเองให้ถูกต้องเหมาะสม และอาจจะมีการประสานเชื่อมโยงความร่วมมือในมิติต่างๆ ดังนี้

1) การพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว โดยเน้นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน

2) พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม ให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ โดยสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) การเชื่อมโยงภูมิศาสตร์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว โดยอาศัยความรู้ทางภูมิวัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนาในอดีตให้เข้ามาเชื่อมโยง เพื่อเส้นทางการท่องเที่ยวทางศาสนา และวัฒนธรรม

4) การพัฒนาระบบการท่องเที่ยวตามหลัก ASEAN Connect 3 ด้าน คือ ความเชื่อมโยงทางกายภาพ ครอบคลุมเรื่องของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงโครงข่ายด้านการขนส่งเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และพลังงาน ความเชื่อมโยงของสถาบัน ครอบคลุมเรื่องการเปิดเสรีและการอำนวยความสะดวกทางการค้า บริการ และการลงทุนในอาเซียน รวมถึงการดำเนินการ ตามความตกลงด้านการขนส่งรูปแบบต่างๆ การปรับพิธีการและมาตรฐานต่างๆ การลดขั้นตอนในกระบวนการขำพรหมแดนให้สะดวก และง่ายขึ้น และการเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรเพื่อรองรับการดำเนินการดังกล่าว สุดท้ายคือ ความเชื่อมโยงระหว่างประชาชน ดังนั้น การกระจายนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียนจึงเป็นผลจากการเชื่อมโยงทางด้านกายภาพ การพัฒนาเส้นทางคมนาคม โดยอาเซียนได้วางกลยุทธ์ไว้ 5 กลยุทธ์ เน้นการเติมเต็มเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างกัน ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ได้แก่

(1) การพัฒนาเครือข่ายเส้นทางทางหลวงอาเซียน โดยการยกระดับถนนที่ยังไม่ได้มาตรฐานระดับ 1 จัดทำป้ายบอกทาง สร้างสะพานเชื่อมต่อระหว่างประเทศ รวมทั้งขยายเส้นทางไปสู่จีนและอินเดียซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรและนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง

(2) การพัฒนาโครงการเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟสายคุนหมิง-สิงคโปร์ ที่เป็นหัวใจสำคัญของการกระจายนักท่องเที่ยวจากจีนลงมาในภูมิภาคโดยเฉพาะการสร้างเส้นทางรถไฟสองสายคือ สายตะวันออก ผ่านไทยกัมพูชาและเวียดนาม มีทางย่อยแยกเชื่อมระหว่างสปป.ลาว และเวียดนาม สายที่สองคือ สายตะวันตก ผ่านไทยและเมียนมา แต่จะให้ความสำคัญกับสายตะวันออก ที่ประเทศไทยจุดที่อาเซียน ต้องการให้เพิ่มเติมคือระหว่างรัฐประเทศและคลองลึกและช่วงผ่านด่านเจดีย์สามองค์ถึงเมียนมา เป็นต้น

(3) การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงล้านช้างในประเทศอย่างเป็นองค์รวมและมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดเส้นทางการเดินเรือลุ่มน้ำโขง โดยเริ่มต้นจากจีนล่องมาจนถึงเชียงแสนผ่านสิบสองปันนา

(4) การจัดระบบการขนส่งในรูปแบบที่เชื่อมต่อเพื่อให้อาเซียนเป็นศูนย์กลางการขนส่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยการพัฒนา รูปแบบการเชื่อมโยงดังกล่าวส่งผลให้ไทยมีศักยภาพในการเป็น Hub ในการกระจายสินค้าและการท่องเที่ยว

(5) การสร้างความเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่ง กับ “เส้นทางสายไหมใหม่ ภายใต้อศวรรษที่ 21” (The New Silk Road and One Belt One Road) ของประเทศจีน โดยการพัฒนาเส้นทางคมนาคม 2 เส้นทาง ได้แก่ Silk Road Economic Belt และ 21st Century Maritime Silk Road ซึ่งเป็นเส้นทางสายไหมทางทะเลที่เชื่อมโยงจากท่าเรือทางตอนใต้ของจีน ผ่านภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง แอฟริกาตะวันออก และไปสิ้นสุดที่ยุโรป ซึ่งเส้นทางสายไหมทางทะเล ถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการขยายผลประโยชน์ระหว่างจีน กับประเทศต่างๆ ครอบคลุมหลายภูมิภาค โดยเฉพาะอาเซียน และอาจกลายเป็นเส้นทางที่เอื้อประโยชน์ต่อการค้าและการลงทุนและการท่องเที่ยวมากที่สุดอีกเส้นทางหนึ่งในอนาคต

## สรุป

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน ดังกล่าวดังกล่าว เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมให้มีความเจริญรุ่งเรืองเติบโตไปพร้อมกับการท่องเที่ยวในด้านอื่นๆ ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนยังมีแนวโน้มและการเติบโตและมีศักยภาพสูง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีวิถีชีวิต วิถีชุมชนและวัฒนธรรมที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว หากมีการส่งเสริมจากภาครัฐที่เหมาะสมจะทำให้มีแนวโน้มที่จะเกิดการพัฒนาดังกล่าวและเป็นเครือข่ายท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของประเทศและนำไปสู่การพัฒนาในทุกมิติ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม รวมทั้งการรวมตัวของประชาคมอาเซียนที่จะสร้างความมั่นคงและการรักษาวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของประชาคมอาเซียนและสังคมโลกสืบต่อไป

## เอกสารอ้างอิง: References

- กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม. (2541). *การพัฒนาการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม
- พระมหาสุทิตย์ อาภากร (อบอ่อน). (2548). *เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ*. กรุงเทพมหานคร : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.
- พระมหาสุทิตย์ อาภากร (อบอ่อน). (2552). *รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดใน กรุงเทพมหานคร*. รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวไทย และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2549). *คู่มือประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Authors B, S. (1991). Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism. *Journal Environment and Planning*, 9(4), 451-478.
- Cohen Erik. (1996). *Thai Tourism Hill Tribes, Islands and Open-Ended Prostitution*. Bangkok: White Lotus Co., Ltd.
- Peter M. Senge. (1990). *The Fifth Discipline : The Art and Practice of the Learning Organization*. MIT Sloan School of Management, Cambridge Massachusetts.
- Robert B. Tucker. (2002). *Driving Growth through Innovation*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishing.

