



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2

การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทาง
พระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

(The Development of Network and Management on Public sector and
Tourism Entrepreneur on Buddhist and Cultural Tourist Promotions in
ASEAN Community)

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ ศรีดี และคณะ

พฤษภาคม 2560

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2

การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทาง
พระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน
(The Development of Network and Management on Public sector and
Tourism Entrepreneur on Buddhist and Cultural Tourist Promotions in
ASEAN Community)

คณะผู้วิจัย

สังกัด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ ศรีดี

คณะพุทธศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

อาจารย์ ดร.ปัญญา คล้ายเดช

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาเขตขอนแก่น

นายดวงดี ไธสง

คณะพุทธศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ชุดโครงการ การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม : นโยบาย ผลกระทบ และ
การจัดการเชิงเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกร่วมทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของ
ประชาคมอาเซียน

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. และ สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อโครงการ : การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

ชื่อนักวิจัย : ผศ.ดร.ณัฏฐ์ ศรีดี, ดร.ปัญญา คล้ายเดช, นายดวงดี โอธสุ
คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

1. ความเป็นมาและที่มาของปัญหา

ความเป็นมาของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีเหตุผลและความจำเป็นใน 4 ประเด็น คือ

1) **ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยว** สถานที่ท่องเที่ยวไม่ว่าจะตั้งอยู่ในประเทศใดก็มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องอาศัยองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน องค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ

- 1) สถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม นันทนาการ และวิถีชุมชน
- 2) สถานที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท คอนโดมิเนียม บ้านจัดสรร ฯลฯ
- 3) การขนส่ง ประกอบด้วย รถยนต์ เครื่องบิน รถเช่า รถบัส รถไฟและเรือ
- 4) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การศึกษาตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ ด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรมและสถาบันการเงิน

5) การวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประชากร พฤติกรรม จิตวิทยาการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์

6) องค์การการท่องเที่ยวหรือส่วนราชการ ประกอบด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติ สำนักงานการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคและสำนักงานการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น

- 7) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ตัวแทนนำเที่ยว บริษัทนำเที่ยว
- 8) สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์ เมือง สถาปัตยกรรมที่สวยงาม
- 9) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ เช่น การแสดงดนตรี โรงแรมหรู
- 10) อื่นๆ ประกอบด้วย สถานบริการ ศูนย์บริการ ร้านขายของ ร้านเสื้อผ้าการถ่ายภาพ และอุปกรณ์กีฬา

จากองค์ประกอบดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีการดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยอันหนึ่งที่จะสร้างให้มีการพัฒนาได้นั้น คือ จะต้องมีการ “ผู้ประกอบการท่องเที่ยว” เข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งหมายถึงผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าของสถานที่

ท่องเที่ยว เจ้าของร้านอาหาร เจ้าของที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เจ้าของกิจการรถนำเที่ยว เจ้าของศูนย์บริการเกี่ยวกับท่องเที่ยว ร้ายขายของที่ระลึก ร้านนันทนาการ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเป็นระบบ มีความสะดวก ปลอดภัย ส่งผลทำให้มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลอันดีต่อเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องได้ 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ 1) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบิน บริษัทขนส่งต่างๆ ตัวแทนนำเที่ยว ร้านค้าปลีก เป็นต้น 2) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและทางอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจจذبนำเที่ยวธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว ธุรกิจวิจัยตลาดและข้อมูลตลาดการท่องเที่ยว เป็นต้น 3) หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่พัฒนาการท่องเที่ยวโดยทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ นักวางแผนและพัฒนา หน่วยงานของรัฐและเอกชน สถาบันการเงิน ธุรกิจก่อสร้าง สถาบันการศึกษา ชุมชนท้องถิ่น และสถาบันการฝึกอบรม เป็นต้น

2. การมีส่วนร่วมในการจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ความต้องการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยววันนี้ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจะต้องมีการร่วมมือกันในการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคปัจจุบันการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ ได้รับความนิยมของประชาชนทั้งในประเทศจากต่างประเทศ การที่ประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ความสนใจเข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวในนั้นๆ สิ่งที่มีส่วนช่วยกระตุ้นก่อนให้เกิดการท่องเที่ยวยั่งยืนต่อไปได้ ผู้ประกอบการย่อมมีส่วนสำคัญในกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว และการที่ผู้ประกอบการเพียงหน่วยเดียว หรือ กลุ่มเดียว ไม่อาจจะทำให้การประกอบการนั้นประสบความสำเร็จได้ แต่การที่ผู้ประกอบการทั้งหลายหันมาให้ความร่วมมือกันในการจัดการท่องเที่ยว โดยการมุ่งผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน และร่วมมือกันในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ย่อมจะทำให้การประกอบการท่องเที่ยวดำรงอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

3. การรวมตัวของประชาคมอาเซียน ปัจจุบันประเทศไทยกับประชาคมอาเซียนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และวิถีวัฒนธรรม อันจะมีผลทำให้ประชาชนทั่วทั้งประชาคมอาเซียนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นในขณะเดียวกันก็มีแนวโน้มที่จะออกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ในประชาคมอาเซียนเช่นเดียวกัน โดยจะมีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่มีความสำคัญในเชิงประวัติศาสตร์ร่วมของชนชาติในอาเซียนผ่านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในอดีต เช่น เส้นทางศาสนสถานสายมหายาน อาทิ บุโรพุทโธ นครวัด นครธม ปราสาทขอมในไทย และสายเถรวาท เช่น กลุ่มเจดีย์ในพม่า ไทย ลาว เป็นต้น ซึ่งเป็นเส้นทางประวัติศาสตร์ในอดีตที่จะนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกร่วมทางวัฒนธรรม โบราณคดี สถาปัตยกรรม ความเชื่อ รวมทั้งการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนเพื่อไปสู่การเข้าใจในความเป็นอารยธรรมร่วมกัน

4. การป้องกันและหาแนวทางในการจัดการขบวนการที่ไม่สร้างสรรค์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวบางราย การวิจัยนี้มุ่งศึกษาภายใต้ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน เพื่อจัดปัญหาของผู้ประกอบการบางรายที่ดำเนินการในลักษณะธุรกิจมิชอบด้วยกฎหมาย เช่น “ทัวร์ศูนย์เหรียญ” “การครอบครองธุรกิจของบริษัททัวร์ต่างชาติ” และ “การเป็นตัวแทนบังก์หน้าหรือนอมินี” ดังนั้น การศึกษาปรากฏการณ์ดังกล่าวภายใต้โครงการวิจัยนี้ จะทำให้เห็นเครือข่ายของผู้ประกอบการในประชาคมอาเซียนที่จะมีบทบาทร่วมกันในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน
- 2) เพื่อศึกษาระบบการจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน
- 3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเครือข่ายผู้ประกอบการกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน
- 4) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนานโยบายการจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน

3. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีเนื้อหาสาระสำคัญ ได้แก่ 1) ระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน 2) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน โดยเป็นการศึกษาการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาไปสู่รูปแบบการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และแนวทางการเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน 3) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ของกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนในลักษณะของประเทศที่มีความเชื่อมโยงกับหลักฐานทางโบราณคดี วิถีทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมร่วมในอดีตที่เคยเป็นเส้นทางอารยธรรมและการค้าขายของประชาชนในอาเซียน ซึ่งกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในปัจจุบันใน 6 ประเทศ คือ

1) ประเทศกัมพูชา กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ปราสาทนาคพัน ปราสาทบายน ซึ่ง เป็นกลุ่มปราสาทพระพุทธศาสนานิกายมหายานในเขตจังหวัดเสียมเรียบ

2) ประเทศลาว กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ปราสาทวัดภู พระธาตุหลวง พระธาตุอิงฮัง ซึ่งอยู่ในเขตเวียงจันทน์และแขวงจำปาสัก

3) ประเทศเมียร์มาร์ กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาเจดีย์ชเวดากอง ในเขตกรุงย่างกุ้ง และวัดมหาชัยมุนี ในเขตมัณฑเลย์

4) ประเทศมาเลเซีย กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ วัดไชยมงคลาราม รัฐปีนัง และแหล่งโบราณคดีบูจิงวัลเลย์ รัฐเคดาห์

5) ประเทศอินโดนีเซีย กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ เจดีย์ บุโรพุทโธ จันทิเมนดุต ที่ตั้งอยู่ในเขตตอนกลางของเกาะชวาและยอกยาคาร์ตา

6) ประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ตามความสำคัญของการวิจัยที่เชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ เช่น เป็นจังหวัดที่มีสนามบินที่มีความเชื่อมโยงสู่ประเทศในเขตประชาคมอาเซียน กลุ่มจังหวัดที่มีพื้นที่ชายแดนติดอาเซียน กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย อุบลราชธานี เป็นต้น

ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่

1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยว และผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบินและบริษัทขนส่งต่างๆ ผู้ประกอบการตัวแทนนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก เป็นต้น

2) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและทางอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจจมน้ำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว เป็นต้น

3) หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่พัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงและทางอ้อม ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เจ้าอาวาสวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น นักวิชาการ ผู้บริหารของการท่องเที่ยวภาครัฐ และภาคเอกชน ประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด โดยกำหนดเป็นผู้ให้ข้อมูลในเชิงคุณภาพ จำนวน 81 ราย และเชิงปริมาณ จำนวน 200 ราย รวมทั้งสิ้น 281 ราย

วิธีดำเนินการศึกษา ได้ดำเนินการใน 4 ลักษณะ คือ

1. การศึกษาวิจัยในเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยเป็นการศึกษาเพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน สถานะ และเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน ระบบการจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงลึกจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยกับแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 81 รูป/คน เช่น พระเถระ กรรมการ/ตัวแทนชุมชนท่องเที่ยว นักวิชาการ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ทำหน้าที่หรืออาชีพด้านการท่องเที่ยวในประเภทต่างๆ เช่น มัคคุเทศก์, ผู้ประกอบด้านที่พัก, ร้านอาหาร, การขนส่ง, ขงที่ระลึก, บริษัทนำเที่ยว และเจ้าของหรือผู้ดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มประเทศอาเซียนตามที่กล่าวไว้ในขอบเขตการวิจัย

3. การวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศตามที่กล่าวแล้ว จำนวน 200 ราย เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐาน ความคิดเห็น และกระบวนการจัดการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมอาเซียน

4. การประชุมสัมมนาในเชิงวิชาการ เพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ร่วมกับสถาบันการศึกษาได้แก่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และพื้นที่การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา น่าน และจันทบุรี ในลักษณะของการสัมมนานาชาติและสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

4. สรุปผลการศึกษาวิจัย

1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี โดยเป็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจสินค้าที่ระลึก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจบริการที่พัก ธุรกิจขนส่ง เป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยว เป็นเจ้าของหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว เป็นบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการไม่ต่ำกว่า 5 ปี และไม่เคยเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการบริหาร

จัดการเครือข่ายด้านองค์ประกอบของเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($x = 3.67$, S.D. = 0.70) และด้านการสร้างและพัฒนาเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($x = 3.72$, S.D. = 0.49) โดยในด้านองค์ประกอบของเครือข่าย ผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า เครือข่ายมีการสร้างวิสัยทัศน์ สร้างความรู้และสร้างมุมมอง ให้ความช่วยเหลือ มีส่วนร่วม ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ในเชิงแลกเปลี่ยนในด้านการเรียนรู้, การลงทุน, การเพาะบ่มและการรักษาสัมพันธภาพ การในดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน ในทิศทางเดียวกัน จนทำให้เครือข่ายมีผลประโยชน์และก่อให้เกิดการเกื้อหนุนพึ่งพากันทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในด้านการสร้างและการพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า การสร้างและพัฒนาเครือข่ายก่อให้เกิดการเรียนรู้ในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว มีกิจกรรมสำหรับสมาชิกได้เชื่อมโยงสืบทอดความเป็นเครือข่ายที่ยั่งยืน อันเป็นช่องทางในการทำงานร่วมกัน เช่น สร้างระบบการส่งต่องาน และสร้างเว็บไซต์เพื่อเชื่อมโยงเครือข่าย สร้างความเข้าใจเป้าหมายว่าจะก่อให้เกิดความสำเร็จการรวมตัวกัน พร้อมสนับสนุนสมาชิกที่ต้องการความช่วยเหลือธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้สามารถดูแลตนเองได้ มีกิจกรรมที่มีผลประโยชน์และประสบความสำเร็จรวมกัน ย่อมก่อให้เกิดการเพาะบ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและเติบโตอย่างมั่นคง ทำให้สมาชิกทำงานอย่างเต็มศักยภาพเต็มความชำนาญที่มีอยู่ ส่งผลทำให้เกิดการลงทุน สื่อสาร ทำงาน และยอมรับในความแตกต่างทั้งในรูปแบบและวัฒนธรรมองค์กรร่วมกันในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ในขณะเดียวกันก็ต้องช่วยแก้ไขปัญหากการผูกขาดธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทขนาดใหญ่ และการแก้ไขปัญหาการครอบงำธุรกิจของบริษัทต่างชาติ เป็นต้น

2) ผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนสามารถวิเคราะห์ได้ออกมาเป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ โดยมีกิจกรรมการที่เกี่ยวข้องตามรูปแบบที่ปรากฏ คือ

(1) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว

(2) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ความสะดวก ความพึงพอใจ และการสร้างสัมพันธภาพ

โดยรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เป็นรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากบทบาท หน้าที่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นเจ้าของในฐานะที่เป็นหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ตัวแทนวัด/สถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ตัวแทนชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นักวิชาการ ผู้บริหารของการท่องเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชน เช่น องค์กรการท่องเที่ยว สำนักงานการตัวแทนท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยองค์กรและบุคคลเหล่านี้จะ

กำหนดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การส่งเสริมการเรียนรู้ การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนและสังคม การพัฒนากิจกรรมและเครือข่ายการท่องเที่ยวให้เกิดภาคีการจัดการ และเพื่อส่งเสริมการพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น และรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและการสร้างสัมพันธภาพ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ การสร้างความสะดวก ความพึงพอใจและการสร้างสัมพันธภาพนี้ ถือว่า เป็นบทบาทหน้าที่ และการส่งเสริมของผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยวและผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบินและบริษัทขนส่งต่างๆ ผู้ประกอบการตัวแทนนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจจันทนาการ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว เป็นต้น โดยกลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ ได้มีการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในมิติที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อการสร้างรายได้ การกระตุ้นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ที่พัก การสร้างความสะดวก และการสร้างสัมพันธภาพเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวในระยะยาว และการป้องกันการผูกขาดของกลุ่มธุรกิจในระดับนานาชาติ โดยเห็นว่า แต่ละประเทศจะต้องมีมาตรการป้องกันการผูกขาดและการสนับสนุนกิจกรรมของผู้ประกอบการในชุมชนท้องถิ่น

3) การบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีพื้นฐานความรู้การบริการกิจการของตนเอง สามารถสรรหาและฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรและมีระบบสิ่งจูงใจที่เหมาะสม ดำเนินการให้ถูกต้องและสอดคล้องกับกฎหมายและระเบียบข้อบังคับภาครัฐ ผู้ประกอบการมีวิธีการจัดการในหลายรูปแบบ มีอุปกรณ์ที่พร้อม มีการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่ยังไม่ทั้งวิธีการแบบดั้งเดิมคือการส่งโบว์ชัวร์ให้ลูกค้าโดยตรง โดยมีเป้าหมายเพื่อจะหาลูกค้าเข้ามา ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้มาก ไม่ถูกหลอกหลวง สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า แบ่งระบบการบริหารจัดการต่างๆ เช่น มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีการจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) มีการจัดการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) ที่เหมาะสม การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการแก้ปัญหาอุปสรรคด้านพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ความไม่เข้าใจในกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว และการแข่งขันที่เป็นบริษัทท่องเที่ยวที่ไม่มีใบอนุญาตมาขายทัวร์ราคาถูกตัดหน้า

4) การเสริมสร้างจริยธรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ ผู้ประกอบการจึงควรมีจริยธรรม ในการปฏิบัติงาน เช่น ยึด

หลักศีลธรรมของสังคม คือ การยึดแนวทางหรือวิธีการบริหารจัดการของบริษัท โดยที่เมื่อนำไปปฏิบัติแล้วไม่มีสิ่งใดที่มีผลทางลบต่อศีลธรรมที่พึงามต่อสังคม การปฏิบัติด้วยจิตสำนึกในหน้าที่และความรับผิดชอบ คือ บริษัทมีวิธีการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน มีการสร้างแรงจูงใจให้พนักงาน การกำหนดภาระหน้าที่ที่จะต้องให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีหลักฐานและซื่อสัตย์ในเรื่องข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และเงื่อนไขการเดินทาง การต้อนรับและการกินอยู่ รวมทั้งควรให้ความเอาใจใส่ต่อความมั่นคงปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

5) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน จากศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน ก่อให้เกิดความสามารถ ประสิทธิภาพ ความคล่องตัว และความคิดริเริ่มดีกว่า และผลทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอยู่รอดและสามารถดำเนินธุรกิจแข่งขันกับธุรกิจอื่นทั้งในระดับชาติและนานาชาติได้ โดยผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การสร้างเครือข่ายการทำงานเชิงบูรณาการในการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศอาเซียน ระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน โดยมีการสร้างให้เกิดกระบวนการขับเคลื่อนแบบเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพร่วมกันระหว่างภาครัฐ ทั้งส่วนกลาง ส่วนท้องถิ่น หน่วยงานเอกชน และชุมชน หรือระหว่างชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน

6) แนวทางการการพัฒนาและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียนควรมีการทำงานแบบเครือข่ายโดยคำนึงถึงในการสร้างเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ ใน 4 ลักษณะ คือ 1) รูปแบบเครือข่ายในการกระจายข้อมูล (Information Dissemination) เป็นรูปแบบที่ภาครัฐร่วมกับผู้ประกอบการตลอดจนถึงแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม 2) รูปแบบเครือข่ายการทำงานแบบเฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Ad Hoc) ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ 3) รูปแบบเครือข่ายแบบตัวแทนการให้บริการ (Channel Partnership) เป็นรูปแบบที่ภาครัฐร่วมกับบริษัทเอกชนหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในฐานะตัวแทนภาครัฐ และ 4) รูปแบบเครือข่ายภาคประชาสังคม (Civic Switchboard) ภาครัฐดำเนินการในลักษณะเชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่างๆ รวมทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยอาศัยความกว้างขวางเป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดความร่วมมือกันขององค์กร ผู้ประกอบการ ประชาชนเพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคม

7) การรวมกลุ่มและเครือข่ายในประชาคมอาเซียน จะประกอบด้วย สมาคมผู้ประกอบการในแต่ละประเทศ โดยมีประเทศไทยเป็นฐานสำคัญในการเชื่อมโยงกับองค์กรการท่องเที่ยวอื่นในประเทศต่างๆ เช่น สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) เป็นบริษัทที่ให้บริการภายนอก (Outbound) สมาคมแอตต้า (ATTA) เป็นบริษัทที่ให้บริการภายใน (Inbound) ซึ่งทั้งสอง

สมาคมจะมีบทบาทในการไปจัดประชุมในประเทศต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเป็นเครือข่ายระหว่างกัน มีการจัดบูธแสดงสินค้าคือ นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว และแพคเกจการท่องเที่ยวในประเทศให้กับลูกค้าที่สนใจในงานประชุมนั้นๆ ซึ่งจะมีการจัดการกันเป็นเครือข่ายค่อนข้างเหนียวแน่น มีการติดต่อระหว่างกันโดยใช้ระบบสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก

8) จากการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค ของการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม มีดังนี้

1) จุดแข็ง การท่องเที่ยวในประเทศและอาเซียนมีศักยภาพสูงในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มีที่พัก การคมนาคม มีความโดดเด่นด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวมีความน่าสนใจในเชิงประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนา

2) จุดอ่อน แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมมีการจัดการภายในอย่างไม่เป็นระบบ เครือข่ายต่างๆ อาจมีการร่วมมือกันอย่างไม่เหนียวแน่นเพื่อการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมผู้ประกอบการ และเครือข่ายเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม เช่น การจัดทัวร์ศูนย์เหรียญ เป็นต้น

3) โอกาส การท่องเที่ยวในแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียนได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว กระแสการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมมีเพิ่มมากขึ้น

4) อุปสรรค การแข่งขันกันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักเที่ยวมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากเดิม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักเที่ยวมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆ ปัญหาขยะ ปัญหาจราจร รวมทั้งการแสดงตนไม่เหมาะสมภายในแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

6. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีผลการศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ มีผลการศึกษาเพื่อการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน ที่จะเป็เครื่องมือสำคัญในการพัฒนาภูมิภาคประเทศอาเซียน โดยมีข้อเสนอเพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวและวิถีวัฒนธรรมอาเซียน ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 3 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาสินค้าบริการท่องเที่ยว ด้านการเพิ่มคุณภาพการให้บริการและทรัพยากรบุคคลในภูมิภาค และด้านการยกระดับและเร่งให้เกิดการอำนวยความสะดวก ในการเดินทางและการเชื่อมโยงคมนาคมในอาเซียน

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอให้มีการทำความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อขับเคลื่อนแผนการพัฒนาด้านท่องเที่ยวร่วมกับอาเซียน เช่น มีการจัดประชุมด้านการท่องเที่ยว (ASEAN Tourism Forum หรือ ATF) เป็นประจำทุกปี เพื่อให้ผู้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ทั้งโรงแรม รีสอร์ท สายการบิน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำความรู้จักและเจรจาธุรกิจด้านการท่องเที่ยว อันเป็นการริเริ่มความร่วมมือจัดทำความตกลงตรวจลงตราเพียงครั้งเดียว (Single Visa) แต่ใช้เดินทางได้หลายประเทศ ซึ่งข้อตกลงการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) นั้นเน้นความร่วมมือใน 7 ด้าน ได้แก่ การอำนวยความสะดวกการเดินทางในอาเซียนและระหว่างประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งและขยายตลาดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคง ของการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริมร่วมกัน และการพัฒนาทรัพยากร ดังนั้น ในการพัฒนาการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนนั้น จึงมีการพัฒนาใน 6 ประเด็น คือ

1) การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง การดูแลความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว

2) การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศในราชอาณาจักร โดยมีการประสานร่วมมือระหว่างกันอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมในแง่ของวิธีการและแนวทางปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3) การพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและนานาชาติ โดยการทำข้อตกลงระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง

4) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภายในองค์กรให้สามารถรองรับการแข่งขันจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีการพัฒนาทักษะฝีมือ สนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์ และผู้ประกอบการ ในด้านภาษาและอื่นๆ พร้อมกับผลักดันให้มีการประกาศเขตพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะที่ต้องมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้ให้บริการเพื่อเปิดโอกาสการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น

5) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีสำหรับเครือข่าย โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) มีการรับรู้ร่วมกัน (Common Perception) 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) 3) การมีผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Benefits) 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (All Stakeholders Participation) 5) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) 6) การพึ่งพิงร่วมกัน (Interdependence) 7) การมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) ดังนั้น

ในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนั้น ต้องคำนึงถึงความเป็นเพื่อนร่วมอาชีพกัน ไม่มีความแบ่งแยกกันและกัน ปรับทัศนคติเข้าหากัน ในฐานะเป็นพี่น้อง

6) มีการสนองนโยบายของประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้ 1) การสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่กลุ่มภาคีการพัฒนา โดยให้ทุกภาคส่วนมีความรู้และเข้าใจในเนื้อหาสาระสำคัญของแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นภาระและบทบาทของตนที่จะต้องสนับสนุนแผนการเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ 2) เสริมสร้างศักยภาพเพื่อเตรียมความพร้อมของหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อบูรณาการและกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดการดำเนินงานและมาตรการต่างๆ ให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกันในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับพื้นที่ถึงระดับชาติ 3) การบูรณาการของหน่วยงานของรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนที่มียุทธศาสตร์เป็นองค์รวม 4) มีการพัฒนารูปแบบระบบกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่มีอยู่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

7. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

โดยมีข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย ดังนี้

1) ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์ทิศทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาสินค้าบริการท่องเที่ยว ด้านการเพิ่มคุณภาพการให้บริการและทรัพยากรบุคคลในภูมิภาค และ ด้านการยกระดับและเร่งให้เกิดการอำนวยความสะดวกในการเดินทางและการเชื่อมโยงคมนาคมในอาเซียน โดยทำความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อขับเคลื่อนแผนการพัฒนาด้านท่องเที่ยวร่วมกับอาเซียนร่วมกัน

2) ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาความตกลงการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) โดยเน้นความร่วมมือใน 7 ด้าน ได้แก่ การอำนวยความสะดวกการเดินทางในอาเซียนและระหว่างประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งและขยายตลาดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคง ของการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริมร่วมกัน และการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว

3) ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง การดูแลความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว

4) ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภายในองค์กรให้สามารถรองรับการแข่งขันจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีการพัฒนาทักษะ

ฝีมือ สนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์ และผู้ประกอบการ ในด้าน ภาษาและอื่นๆ พร้อมกับผลักดันให้มีการประกาศเขตพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะที่ต้องมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ไว้ให้บริการเพื่อเปิดโอกาสการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น

ปัจจุบัน หน่วยงานของภาครัฐ และผู้ประกอบการท่องเที่ยวในสังคมไทย เช่น ศูนย์ อาเซียนศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย สถาบันอยุธยาศึกษา จังหวัดจันทบุรี บริษัท นำเที่ยวในสังคมไทยจำนวน 7 แห่งได้มีการนำแนวคิด และข้อเสนอแนะดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ เพื่อ พัฒนาระบบความร่วมมือของหลายฝ่ายร่วมกัน

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่มุ่งหวังการเสริมสร้างการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประเทศไทย คณะผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณพระพรหมบัณฑิต อธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และพระสุธีธรรมานุวัตร คณบดีคณะพุทธศาสตร์ ที่ได้ให้ความเมตตาอนุเคราะห์ในการสนับสนุนศึกษาวิจัยรวมทั้งให้ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย

ขอขอบคุณพระเถระ คณะสงฆ์ โดยเฉพาะพระมหาสุทิตย์ อาภาภโร ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และผู้ที่เกี่ยวข้องจากสถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมอาเซียน รวมทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ได้ให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยและการถ่ายภาพที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

ขอขอบคุณตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ในพื้นที่ต่างๆ สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ และคณาจารย์ นิสิตปริญญาโท-เอก สาขาการพัฒนาสังคม รุ่นที่ 1-2 จากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่ได้ร่วมให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์และการลงพื้นที่ชุมชนร่วมกัน

คุณงามความดีที่เกิดจากความร่วมมือร่วมใจและความมีอุทิศหาวิริยะในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ขอ น้อมบูชาถวายแด่พระเถระครูบาอาจารย์ และคณะบุคคลที่ได้ร่วมกันสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามเพื่อการเรียนรู้ในชีวิตและพระพุทธศาสนาของผู้คนในสังคม

คณะผู้วิจัย
สิงหาคม 2559

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG5850051

ชื่อโครงการ : การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

ชื่อนักวิจัย : ผศ.ดร.ณัฏฐ์ ศรีดี, ดร.ปัญญา คล้ายเดช, นายดวงดี โอธสุ
คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

E-mail Address : Kratai_im@yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : 23 เมษายน 2558 - 31 กรกฎาคม 2559

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม และระบบการจัดการเชิงเครือข่ายของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเครือข่ายผู้ประกอบการกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนานโยบายการจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร ผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน ๒๘๑ ราย จากตัวแทนกลุ่มประชาคมอาเซียน 7 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว อินโดนีเซีย มาเลเซีย เมียนมาร์ เวียดนาม และไทย จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนาโดยมีผลการศึกษา ดังนี้

1. ผลการศึกษารูปแบบ กิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยว และระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนนั้น พบว่า มีรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ 2 ประการ คือ 1) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว 2) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและการสร้างสัมพันธภาพ โดยรูปแบบที่ 1 จะมีความสัมพันธ์กับภาครัฐ และผู้ประกอบการที่อยู่ใกล้ชิดหรือชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนรูปแบบที่สองมีความผูกพันกับผู้ประกอบการทางอ้อม ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว ที่พัก ขนส่งอาหาร ของที่ระลึก เป็นต้น โดยมีระบบการบริหารเชิงเครือข่าย คือ การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว การจัดโซนและพื้นที่การท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และการสร้างความสัมพันธ์กับภาครัฐ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ กิจกรรมนันทนาการ การอำนวยความสะดวก ความพึงพอใจและการสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกันเป็นเครื่องมือการบริหารจัดการ

2. ผลการศึกษาการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียนพบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียนสามารถสร้างเครือข่ายการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันได้ใน 2 ระดับ เครือข่ายภายในประเทศที่มีกลุ่มเครือข่ายเฉพาะที่ทำงานร่วมกัน โดยเชื่อมโยงกับบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ การขนส่ง ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น และเครือข่ายระหว่างประเทศในอาเซียนที่อาศัยเส้นทางการท่องเที่ยวและผลประโยชน์เข้าหากัน จึงทำให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือต่อกัน โดยผู้ประกอบการมีการเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงานร่วมกับหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน เสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน ก่อให้เกิดความสามารถ ประสิทธิภาพ ความคล่องตัว และความคิดริเริ่มดีกว่า ส่งผลให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอยู่รอดและสามารถดำเนินธุรกิจแข่งขันกับธุรกิจอื่นทั้งในระดับชาติและนานาชาติได้

3. ผลการศึกษาการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียนนั้น พบว่า จะต้องมีการเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการในประเภทต่างๆ คือ 1) ผู้จัดการด้านการท่องเที่ยว 2) มัคคุเทศก์ ทั้ง มัคคุเทศก์ของบริษัทผู้ประกอบการและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 3) ผู้ประกอบการพื้นที่ (Land Operator) รวมทั้งภาคีต่างๆ เข้าด้วย โดยมีการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ ซึ่งมีสมาคมผู้ประกอบการในประเทศไทยและเป็นฐานสำคัญในการเชื่อมโยงกับองค์กรการท่องเที่ยวอื่นในประเทศต่างๆ เช่น สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) เป็นบริษัทที่ให้บริการภายนอก (Outbound) สมาคมแอตต้า (ATTA) เป็นบริษัทที่ให้บริการภายใน (Inbound) ซึ่งทั้งสองสมาคมจะมีบทบาทในการไปจัดประชุมในประเทศต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเป็นเครือข่ายระหว่างกัน การมีสมาคมหรือองค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้องจะทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น รวมทั้งมีระบบและกลไกที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน นอกจากกฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐของประเทศต่างๆ

การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน ยังมีศักยภาพสูง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาที่ยาวนาน ที่มีที่พัก การคมนาคม และการสื่อสารที่เชื่อมโยงถึงกัน ประกอบกับวิถีแห่งศาสนาและวัฒนธรรมยังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการส่งเสริมจากภาครัฐที่ดี จึงทำให้มีแนวโน้มที่จะเกิดการพัฒนาและเป็นเครือข่ายกันมากขึ้น

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม, ผู้ประกอบการท่องเที่ยว, การจัดการเชิงเครือข่าย, รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยว.

Abstract

Project Cod : RDG5850051

Project Title : A Study of Development of Network Management System of Tourism Entrepreneur toward Buddhism and Thai Culture Connecting to ASEAN

Investigators : Faculty of Buddhism Mahachulalongkornrajavidyalaya University

E-mail Address : kratai_sa@hotmail.com

Time Period : April 23, 2015 – July 31, 2016

The research is a study of development of network management system of tourism entrepreneur toward Buddhism and Thai culture connecting to ASEAN. The objectives are to study of the management system of tourism entrepreneur toward Buddhism and Thai culture connecting to ASEAN, to study of the network creation of Buddhist tourism entrepreneur and culture connecting to ASEAN, to develop the network management system of tourism entrepreneur toward Buddhism and Thai culture connecting to ASEAN. This is mixed between quality and quantity research, it is collected data from the 281 of representative executives and tourist entrepreneurs in 7 countries such as Cambodia, Laos, Indonesia, Malaysia, Myanmar, Vietnam, and Thailand. And it was taken by descriptive analysis. The result of study is :-

1. The result of study of form, tourist activity promotion, and the management system of tourism entrepreneur toward Buddhism and Thai culture connecting to ASEAN is found that there are 2 important tourist promotions; 1) the form and tourist activities for learning and maintenance of tourist resources, 2) the form and tourist activities for recreation and relationship creation. By the way, the first form will be relationship with government sector and the entrepreneur who close up with the community in tourist resources, the second form is the relationship with the entrepreneur indirect such as Tourism Company, hotel, transportation, restaurant, souvenir, etc., it is the network management system, is the development of tourist personnel, the tourism resources, the market, the zoning and area of tourism, the information, and the relationship with the government sector. The way of using in various communications which is to make the learning, the activities, the recreation, the facilities, the satisfaction, and the relationship to each others are the tool of management.

2. The result of study of the of the network creation of Buddhist tourism entrepreneur and culture connecting to ASEAN is found that the tourism entrepreneur in ASEN Community can create the network to promote tourism activities in two levels, the in-house network there has personal group of network for cooperation by connect to agencies, guides, transportation, hotel, restaurant, etc. And the ASEAN international network use to use the tourist routes and benefit together, it is become the cooperation network, the entrepreneur has the network connection together with both sector of government and private, as a large business with mutual benefit, it is better caused ability, ability, efficiency, versatility and intuitiveness. It is result of survival of tourist business and it can continue this business to race with others businesses in both the national and international level.

3. The result of study of the development of network management system of tourism entrepreneur toward Buddhism and Thai culture connecting to ASEAN is found that it must connect with various entrepreneurs; 1) the manager of tourism, 2) the guide (company's guide and local guide), 3) Local entrepreneurs (Land Operator), including to all members by the connection with the entrepreneur which has the Association of Thailand Enterprises and an important base on connection with Tourism Organization in others countries such as Thai Travel Agents Association (TTAA) which is outbound, Association of Thai Travel Agents (ATTA) is the inbound. Both associations are the roles to set meeting in various countries to exchange learning to each network. The associations or professional organizations relating make the tourist activities in diverse forms, including system and mechanism helping develop the tourism in ASEAN Community, besides, the law, regulation relating, as well as support by the government sector of various countries.

Buddhism and culture tourism in ASEAN community still has high latency. There are tourist resources with long background, accommodation, transportation, and communication to connect to each other. The religious tradition and culture is interested for tourist, as well as to get the good promoting from government sector, it is the tendency to develop and become more networks together.

Keyword: Tourism, Buddhism and Cultural Tourism, Tourism Entrepreneur, Network Management, Development Model of Tourism

สารบัญ

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ท
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract)	ณ
สารบัญ	ถ
สารบัญตาราง	ธ
สารบัญแผนภาพ	น
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	8
1.3 คำถามการวิจัย (research question)	8
1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย	8
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	10
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	11
1.7 ระยะเวลาการทำวิจัยและแผนงาน	12
1.8 ประโยชน์ที่ได้รับ	13
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเครือข่าย	14
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยว	26
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม	35
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยกับประชาคมอาเซียน	38
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย (research methodology)	50
3.1 รูปแบบการศึกษาวิจัย	50
3.2 กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	51
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	54

3.5 การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	56
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	58
3.7 การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย	58
3.8 สรุป	58
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย	60
4.1 ข้อมูลพื้นฐานสถานะ และเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน	61
4.2 รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทาง พระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน	69
4.3 การพัฒนาระบบการจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน	82
4.4 การสร้างและความสัมพันธ์ของเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน	90
4.5 แนวทางการพัฒนานโยบายการจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน	112
4.6 ปัญหา อุปสรรคของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและ วัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน	120
4.7 สรุปและการวิเคราะห์เครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน	122
บทที่ 5 บทสรุปและ ข้อเสนอแนะ	124
5.1 สรุปผลการศึกษา	126
5.2 ข้อเสนอแนะ	133
บรรณานุกรม	136
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	แสดงสาขาการผลิตสินค้าและบริการตามประเทศในประชาคมอาเซียน	41
2.2	แสดงความสำคัญที่แต่ละประเทศมีต่อทรัพยากรและประสบการณ์ท่องเที่ยว	42
2.3	อัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวในช่วง 3 ปี (2552-2554)	42
2.4	การเตรียมความพร้อมรับมือ AEC ของผู้ประกอบการ	43
4.1	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
4.2	ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว	64
4.3	ความต้องการในการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว	66
4.4	แสดงถึงจุดอ่อนจุดแข็งด้านการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในอาเซียน	121

สารบัญภาพ

แผนภาพ	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	11
4.1 รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืน	74
4.2 รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว	82
4.3 ระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม	90
4.4 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย	96
4.5 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของไทยและลาว	97
4.6 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของไทยและเวียดนาม	98
4.7 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในไทย-ลาว-เวียดนาม	99
4.8 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของไทยและเมียนมาร์	100
4.9 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของไทยและกัมพูชา	101
4.10 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของไทยและอินโดนีเซีย	103
4.11 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของไทยและมาเลเซีย	104
4.12 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของไทยและสิงคโปร์	105
4.13 โปรแกรมการเดินทางที่แสดงถึงการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ	106
4.14 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการกับภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	108

บทที่ 1

บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

"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 กลุ่มอาเซียนได้มีการพัฒนาร่วมกันในทุกๆ ด้าน มีการประกาศปฏิญญาอีกหลายฉบับ เพื่อขยายความร่วมมือให้ใกล้ชิดและหลากหลายในหลายเรื่อง เช่น ปฏิญญาว่าด้วยเขตแห่งสันติภาพและความเป็นกลาง (Declaration on the Zone of Peace, Freedom and Neutrality) ปฏิญญาสมานฉันท์อาเซียน (Declaration of ASEAN Concord) เป็นต้น โดยมีการตกลงก่อตั้งสำนักเลขาธิการอาเซียนขึ้นที่กรุงจาการ์ตา อินโดนีเซีย ต่อมาอาเซียนได้ขยายวงสัมพันธ์ภาพออกไปสู่ประเทศในภูมิภาคและมีเพิ่มสมาชิกขึ้นเป็น 10 ประเทศ โดยมีประเทศเวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชาได้เข้าเป็นสมาชิกในภายหลัง ในเดือนธันวาคม 2540 ผู้นำอาเซียนได้รับรองเอกสาร "วิสัยทัศน์อาเซียน 2020" กำหนดเป้าหมายหลัก 4 ประการ เพื่อมุ่งพัฒนาอาเซียนไปสู่ "ประชาคมอาเซียน" (ASEAN Community) ให้เป็นผลสำเร็จภายในปี 2563 (ค.ศ. 2020) ซึ่งจะประกอบด้วย "เสาประชาคมหลักรวม 3 เสา" ได้แก่

1) เสาหลักด้านการเมืองและความมั่นคงของภูมิภาคอาเซียน มุ่งให้ประเทศในภูมิภาคอยู่ร่วมกันอย่างสันติ มีระบบแก้ไขความขัดแย้ง ระหว่างกันได้ดีด้วยดี มีเสถียรภาพอย่างรอบด้าน มีกรอบความร่วมมือเพื่อรับมือกับภัยคุกคามความมั่นคงทั้งรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้ประชาชนมีความปลอดภัยและมั่นคง โดยการสนับสนุนส่งเสริม สันติภาพ ความมั่นคง การปกครองแบบประชาธิปไตย การปกครองแบบธรรมาภิบาล การส่งเสริมให้บรรลุความเจริญร่วมกันในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ประชาคมเป็นภูมิภาคที่เปิดกว้าง มีพลวัตร และยืดหยุ่นได้ในการตั้งรับภาวะผันผวนของเศรษฐกิจ มีหลักประกันที่จะทำให้เกิดสันติสุขในอาเซียน

2) เสาหลักทางด้านเศรษฐกิจ มุ่งให้เกิดการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจ และการอำนวยความสะดวกในการติดต่อค้าขายระหว่างกัน อันจะทำให้ภูมิภาคมีความเจริญมั่งคั่ง และสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ได้เพื่อความอยู่ดีกินดีของประชาชนในประเทศอาเซียน โดยมุ่งให้เกิดการไหลเวียนอย่างเสรีของ สินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน การพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการลดปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางสังคมภายในปี 2020 ทำให้อาเซียนเป็นตลาดและฐานการผลิต

เดียว (single market and production base) การให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศสมาชิกใหม่ของอาเซียนเพื่อลดช่องว่างการพัฒนาและช่วยให้ประเทศเหล่านี้เข้าร่วมกระบวนการรวมตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียน การส่งเสริมความร่วมมือในนโยบายการเงินและเศรษฐกิจมหภาคตลาดการเงินและตลาดทุน การประกันภัยและภาษีอากร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม พัฒนาความร่วมมือด้านกฎหมาย การเกษตร พลังงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยการยกระดับการศึกษาและการพัฒนาฝีมือแรงงาน และด้าน “การท่องเที่ยว” เป็นต้น ซึ่งจะต้องมีการไหลเวียนของสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือทั่วทั้งภูมิภาคของประชาคมอาเซียน และมีสถานะการพัฒนาทางเศรษฐกิจในหมู่สมาชิกประชาคมที่เท่าเทียมกัน รวมทั้งเสริมสร้างเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ

3) **เสาหลักทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน** เพื่อให้ประชาชนแต่ละประเทศอาเซียนอยู่ร่วมกันภายใต้แนวคิดสังคมที่เอื้ออาทร มีสวัสดิการทางสังคมที่ดี และมีความมั่นคงทางสังคมโดยจะมุ่งเน้นไปที่การทำให้เห็นความสำคัญของประชากรในอาเซียนและเป็นสัมพันธภาพระหว่างประชากรของชาติหนึ่งไปสู่อีกชาติหนึ่ง รัฐสภาของ 10 ประเทศ จะประสานร่วมมือกันในกิจกรรมต่างๆ สมาชิกของประชาสังคมของสมาชิกจะไปมาหาสู่กันแลกเปลี่ยนใกล้ชิดระหว่างบุคลากรด้านการศึกษา สถาบันต่างๆ และภาคธุรกิจภาคเอกชนในประเทศสมาชิก

เสาหลักทั้ง 3 เสา นั้นจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและความมั่นคง โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจที่จะมีการพัฒนา ห่วงโซ่มูลค่าเพิ่มในภูมิภาค การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การเพิ่มอำนาจในการต่อรอง และการขยายตลาดอาเซียนที่มีประชากรประมาณ 600 ล้านคน เพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนที่มีความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ในบรรดาเสาหลักทั้ง 3 เสาหลักนั้นเสาหลักด้านเศรษฐกิจและเสาหลักทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและความร่วมมือด้านการบริการและการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่ากลุ่มประเทศในประชาคมอาเซียนจะมีความแตกต่างทั้งในด้านภาษา วัฒนธรรม วิถีชีวิต และศาสนา แต่ประเทศต่างๆ ยังคงมีจุดมุ่งหมายเดียวกันอันหนึ่ง “การอยู่ร่วมกันอย่างสันติ” มีกระบวนการพัฒนาในมิติต่างๆ เช่น การศึกษา วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว เป็นต้น ที่จะเป็นสะพานเชื่อมโยงไปสู่การค้า การลงทุน การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการสร้างความเข้าใจระหว่างกันของประชาชนในประชาคมอาเซียนและนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน

ในอดีตประชาคมอาเซียนประกอบด้วยดินแดนสุวรรณภูมิและหมู่เกาะสุมาตราเป็นเส้นทางการค้าขายระหว่างเมืองต่างๆ ที่เชื่อมโยงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม วิทยาการต่างๆ โดยเฉพาะนับตั้งแต่สมัยพุทธศตวรรษที่ 2 เป็นต้นมา อารยธรรมทางศาสนาฮินดู พระพุทธศาสนา อารยธรรมจีน และอารยธรรมอิสลามได้เข้ามาแพร่หลายในดินแดนแถบนี้ ก่อให้เกิดอาณาจักรต่างๆ เช่น อาณาจักรขอมโบราณ อาณาจักรตามพรลิงค์ อาณาจักรโยนกนาคนันทบุรี อาณาจักรสุพรรณโคมคำ เป็นต้น จนถึง

กำเนิดเป็นรัฐน้อยใหญ่ดังในปัจจุบัน ฉะนั้นจึงถือได้ว่าประชาคมอาเซียนมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และในบรรดาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกันของกลุ่มประชาคมอาเซียนนั้น อาจจะกล่าวได้ว่า พระพุทธศาสนาเป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอาเซียนซึ่งเป็นที่ทราบกันว่า มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานในดินแดนสุวรรณภูมิแห่งนี้ โดยมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์มากมายในเกือบทุกประเทศ เช่น ประเทศไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ หรือแม้แต่ในอินโดนีเซีย ที่ยังมีหลักฐานการก่อสร้างศาสนสถานทางพระพุทธศาสนาที่สำคัญอย่างมากมาย สำหรับในประเทศไทยนั้นได้มีการสร้างศาสนสถานตั้งแต่ในสมัยทวารวดีจนถึงสุโขทัย ในพม่ามีศิลปวัฒนธรรมแบบพุกาม อินโดนีเซียมีบุโรพุทโธ กัมพูชามีการสร้างกลุ่มปราสาทขอมนครวัด นครธม เป็นต้น ซึ่งแสดงถึงความนับถือในศาสนา จนกลายเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชนชาติ นอกจากนี้ประชากรประมาณ 150 ล้านคนในประเทศเหล่านี้ (ไทย 60 ล้านคน พม่า 50 ล้าน ลาว 3 ล้าน กัมพูชา 5-8 ล้าน เวียดนาม 30 ล้าน มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซียรวม 2 ล้านคน) ยังคงนับถือพุทธศาสนาและมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับพุทธศาสนาที่ช่วยสร้างสรรค์อารยธรรมความรุ่งเรืองของประชาคมอาเซียนภายใต้แนวคิดสังคมแห่งสันติภาพและภราดรภาพจนก่อให้เกิดการเดินทางเยี่ยมชมศาสนสถานที่สำคัญและการเข้าร่วมงานบุญประเพณีตามเทศกาลที่สำคัญ ในขณะที่ศาสนาอื่นๆ เช่น คริสต์ อิสลาม ก็มีอารยธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ก่อให้เกิดการเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และการแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงผู้คนให้มองเห็นความแตกต่างหลากหลายบนพื้นฐานของพุทธวัฒนธรรม หากพิจารณาความร่วมมือของไทยกับกลุ่มประชาคมอาเซียน พบว่า ที่ผ่านมามีการดำเนินนโยบายความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคและในประชาคมอาเซียนอย่างต่อเนื่อง เช่น แผนงานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion Economic Cooperation Program: GMS) และยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (Ayeyawaddy-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy: ACMECS) เป็นต้น กรอบความร่วมมือระดับอนุภูมิภาคดังกล่าวเป็นกลไกและพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียนโดยทำให้อาเซียนมีความเชื่อมโยงระหว่างกันมากขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ภายใต้แนวคิดความเป็น “สิบชาติ หนึ่งอาเซียน” สำหรับรัฐบาลไทยได้เสนอแนวคิดการสร้างเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียนและต่อมาผู้นำอาเซียนในคราวการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 17 ในเดือนตุลาคม 2553 ณ กรุงฮานอย สาธารณรัฐเวียดนามได้ให้การรับรองแผนแม่บทว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียนที่มีเป้าหมาย แนวทาง และกำหนดเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน รวมทั้งการพัฒนากลไกการระดมทุนสำหรับโครงการด้านโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งการผลักดันการดำเนินงานตามแผนแม่บทดังกล่าว จะก่อให้เกิดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ลดช่องว่างในการพัฒนา ส่งเสริมการกระจายความเจริญให้

สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกล และให้มีการพัฒนาอย่างเท่าเทียม รวมทั้งส่งเสริมประชาคมอาเซียนที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลางและเสริมสร้างความรู้สึกร่วมของการมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกัน

ในมิติของการท่องเที่ยว พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนในกลุ่มอาเซียนจำนวนมากโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ยังคงเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไป ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น รัสเซีย และกลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา ตามลำดับ¹ ในขณะที่สถานการณ์การท่องเที่ยวของแต่ละประเทศในอาเซียนก็พบว่า มีแนวโน้มที่สูงขึ้นดังตัวอย่าง เช่น ประเทศมาเลเซียในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเยือนจำนวน 24.6 ล้านคน (เพิ่มขึ้นจาก 23.6 ล้านคนในปี 2552) โดยมาจากประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน ได้แก่ สิงคโปร์ 13 ล้านคน อินโดนีเซีย 2.5 ล้านคน และไทย 1.5 ล้านคน นำรายได้เข้าประเทศ 18.3 ล้านเหรียญสหรัฐ (เพิ่มขึ้นจาก 17.2 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2552) หรือคิดเป็น 7.9% ของมูลค่าส่งออกของประเทศ² ในปี 2554 มาเลเซียมีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 193,340 ห้อง จาก 2,707 โรงแรมทั่วประเทศ (เพิ่มขึ้นถึง 14.7% จาก 168,497 ห้อง จาก 2,367 โรงแรมในปี 2553) โดยมีอัตราการเข้าพักโรงแรม 60.6% เมืองและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ตึกแฝดเปโตรนาส หอคอยกัวลาลัมเปอร์ จัตุรัสเมอร์เดกา เมืองปุตราจายา เก็นติ้งไฮแลนด์ คาเมรอนไฮแลนด์ เป็นต้น ในขณะที่ประเทศอื่นๆ ก็มีแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นไม่แตกต่างกันมาก ฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญของการเรียนรู้ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคน และการเสริมสร้างจิตสำนึกร่วมทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมได้

การท่องเที่ยว คือ การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วย ความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ อันเป็นกิจกรรมที่มนุษย์กระทำเพื่อไปสัมผัสสภาพที่แตกต่างจากที่เป็นอยู่โดยอาจพักแรม หรือไม่พักแรม ณ ที่นั้นก็ได้ เพื่อผ่อนคลาย พักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาประชุมสัมมนา ประกอบธุรกิจ ชมนิทรรศการ เยี่ยมเยือนเพื่อนหรือญาติมิตร และสร้างความรื่นรมย์ให้กับชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กล่าวไว้ในทิศทางเดียวกับองค์การสหประชาชาติ ว่าหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ 1. ต้องมีการเดินทาง 2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือนและ 3. ต้องมีจุดหมายของการเดินทาง³ และยังสอดคล้องกันกับ World Tourism Organization (WTO) ได้

¹ กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2554 และแนวโน้มปี 2555. กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2555.

² World Tourism Organization, 2013. Yearbook of Tourism Statistics Compendium of Tourism and Data files. Retrieved 2013-01-10.

³ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). ความหมายของการท่องเที่ยว. <http://www.mots.go.th>.

กำหนดความหมายของการท่องเที่ยว ว่า การเดินทาง ไต่ ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ 1) เป็นการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว 2) การเดินทางนั้นผู้เดินทาง เดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ 3) การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้⁴ โดยเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ และเป็นการเดินทางที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้น จะมีการค้างแรมหรือไม่ รวมทั้งยังมีการให้คำจำกัดความเพิ่มไว้อีกด้วยว่า จุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช่เพื่อการประกอบอาชีพและไม่อยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เช่น เพื่อการเรียนรู้และการพักผ่อน เป็นต้น⁵

สถานที่ท่องเที่ยวไม่ว่าจะตั้งอยู่ในประเทศใดก็มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้นั้น ต้องมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน องค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ ซึ่ง Lundberg (1985) กล่าวว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย

- 1) ร้านอาหาร ชุมชน วัด สถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
- 2) ที่พัก ประกอบด้วย โรงแรม รีสอร์ท คอนโดมิเนียม บ้านจัดสรร ฯลฯ
- 3) การขนส่ง ประกอบด้วย รถยนต์ เครื่องบิน รถเช่า รถบัส รถไฟและเรือ
- 4) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การศึกษาตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ ด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรมและสถาบันการเงิน
- 5) การวิจัยทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประชากร พฤติกรรม จิตวิทยาการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์
- 6) ส่วนราชการ ประกอบด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติ สำนักงานท่องเที่ยวระดับภูมิภาคและสำนักงานการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น
- 7) นักการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแทนนำเที่ยว บริษัทนำเที่ยวและบริษัทนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- 8) สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์ เมือง สถาปัตยกรรมที่สวยงาม

⁴ World Tourism Organization (WTO) อ้างถึงใน ศรีธัญญา วรากุลวิทย์. (2546). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. โรงพิมพ์เฟื่องฟ้าพรินติ้ง พระนครศรีอยุธยา : สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสกรี, หน้า 2

⁵ ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
หน้า 29

9) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติสถานที่ตั้งแคมป์ การแสดงดนตรี คอนเสิร์ตและโรงมหรสพ

10) อื่นๆ ประกอบด้วย สถานีบริการ ศูนย์บริการ ร้านขายของ ร้านเสื้อผ้าการถ่ายภาพและอุปกรณ์กีฬา⁶

ซึ่งจากองค์ประกอบดังกล่าวนี้ จะเห็นได้ว่า การที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีการดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยอันหนึ่งที่จะสร้างให้มีการพัฒนาได้นั้น คือ จะต้องมีส่วนประกอบด้านการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง คำว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว เจ้าของร้านอาหาร เจ้าของที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เจ้าของกิจการรถนำเที่ยว เจ้าของศูนย์บริการเกี่ยวกับท่องเที่ยว เช่น ร้ายขายของที่ระลึก ร้านถ่ายรูป ร้านนันทนาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นั้น เมื่อการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ย่อมทำให้ประเทศมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลอันดีต่อเศรษฐกิจของประเทศได้ ซึ่ง Gee, Choy and Makens ได้แบ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

1) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบิน บริษัทขนส่งต่างๆ ตัวแทนนำเที่ยว ร้านค้าปลีก เป็นต้น⁷

2) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและทางอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจจัดนำเที่ยวธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว ธุรกิจวิจัยตลาดและข้อมูลตลาดการท่องเที่ยว เป็นต้น

3) หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่พัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงและทางอ้อม ได้แก่ นักวางแผนและพัฒนา หน่วยงานของรัฐและเอกชน สถาบันการเงิน ธุรกิจก่อสร้าง สถาบันการศึกษา ชุมชนท้องถิ่น และสถาบันการฝึกอบรม เป็นต้น

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในภาคกลาง: กระบวนการจัดการพุทธศิลป์ถิ่นสยามเพื่อความงามของจิตใจและปัญญา” ซึ่งผลการวิจัยบางส่วนพบว่า จากการสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อวัดท่องเที่ยวในเขตภาคกลาง โดยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเนื่องจากไปพักผ่อนกับครอบครัว เพื่อน เพื่อศึกษาหาความรู้ทางพระพุทธศาสนา และชื่นชมในกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา คือ การไหว้พระ - สวดมนต์ และมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยววัดในเขตภาคกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดมี 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการท่องเที่ยว และ

⁶ Lundberg, D.E. (1985). *The Tourism Business*. 5th ed. New York: Van Nostrand Reinhold.

⁷ Gee, C.Y.; Choy, D.J.L. and Makens, J.C. (1984). *The Travel Industry*. 2nd ed. New York: Van Nostrand Reinhold. p.

ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาได้แก่ ด้านการต้อนรับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการขนส่ง ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากเดินทางมาประชุม ทัศนศึกษาแล้วแวะเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ โดยเฉพาะวัดในบริเวณใกล้เคียง เพื่อเที่ยวชมความงามของวัดและพุทธศิลปะ โดยชื่นชอบในกิจกรรมทางพุทธศาสนา ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณีที่สำคัญ และมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยววัดในเขตภาคกลางโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการต้อนรับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาได้แก่ ด้านการจัดการท่องเที่ยว ด้านการขนส่ง ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ⁸ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่จะนำพานักท่องเที่ยวไปค้นหาและเรียนรู้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ

ดังนั้น ความต้องการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจะต้องมีการร่วมมือกันในการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมต่างได้รับความนิยมของประชาชนทั้งในประเทศจากต่างประเทศ การที่ประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ความสนใจในเข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดไตรมิตรวิทยาราม วัดพระปฐมเจดีย์ (นครปฐม) วัดพระพุทธบาท (สระบุรี) วัดพระธาตุคอกสุเทพ (เชียงใหม่) วัดพระธาตุพนม (นครพนม) วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ (นครศรีธรรมราช) เป็นต้น และสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ประเพณีเข้าพรรษา (ตักบาตรดอกไม้ม้า, แห่เทียนเข้าพรรษา) ประเพณีออกพรรษา (ตักบาตเทโว) ประเพณีไหว้พระธาตุ เป็นต้นนั้น สิ่งที่มีส่วนช่วยกระตุ้นก่อให้เกิดการท่องเที่ยวยั่งยืนต่อไปได้ ผู้ประกอบการย่อมมีส่วนสำคัญในกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว และการที่ผู้ประกอบการเพียงหน่วยเดียว หรือ กลุ่มเดียว ไม่อาจจะทำให้การประกอบการนั้นประสบความสำเร็จได้ แต่การที่ผู้ประกอบการทั้งหลายหันมาให้ความร่วมมือกันในการจัดการท่องเที่ยว โดยการมุ่งผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน และร่วมมือกันในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ย่อมจะทำให้การประกอบการท่องเที่ยวดำรงอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน ประกอบกับในอนาคตอันใกล้ประเทศไทยกับประชาคมอาเซียนจะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน อันจะมีผลทำให้ประชาชนทั่วทั้งประชาคมอาเซียนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นในขณะเดียวกันก็มีแนวโน้มที่จะออกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ในประชาคมอาเซียนเช่นเดียวกัน โดยจะมีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในกลุ่มประชาคมอาเซียนที่สำคัญในเชิงประวัติศาสตร์ร่วมของชนชาติในอาเซียนผ่านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในอดีต เช่น

⁸ ณัฏฐ์ ศรีดี และคณะ (2556) “รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในภาคกลาง: กระบวนการจัดการพุทธศิลป์ถิ่นสยามเพื่อความงามของจิตใจและปัญญา” รายงานการวิจัย, กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยแห่งชาติ. บทสรุปผู้บริหาร.

เส้นทางศาสนสถานสายมหายาน อาทิ บุโรพุทโธ นครวัด นครธม ปราสาทขอมในไทย และสายเถรวาท เช่น กลุ่มเจดีย์ในพม่า ไทย ลาว เป็นต้น ซึ่งเป็นเส้นทางประวัติศาสตร์ในอดีตที่จะนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกร่วมทางวัฒนธรรม โบราณคดี สถาปัตยกรรม ความเชื่อ รวมทั้งการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนเพื่อไปสู่การเข้าใจในความเป็นอารยธรรมร่วมกัน

ดังนั้น นักวิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน เป็นการวิจัยเพื่อสร้างความเข้มแข็งเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผู้ประกอบการในประเทศอันเป็นการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน

1.2.2 เพื่อศึกษาระบบการจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเครือข่ายผู้ประกอบการกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน

1.2.4 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนานโยบายการจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน

3. คำถามการวิจัย

1.3.1 ระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนและประเทศไทย เป็นอย่างไร?

1.3.2 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน เป็นอย่างไร?

1.3.3 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน เป็นอย่างไร?

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีเนื้อหาสาระสำคัญ ดังนี้

1) ระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประเทศไทย โดยเป็นการศึกษาสภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวใน

ปัจจุบันในด้านวิวัฒนาการ รูปแบบ วิธีการการบริหารจัดการแบบดั้งเดิม ตลอดจนถึงการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการโดยภาพรวม

2) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน โดยเป็นการศึกษาการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาไปสู่รูปแบบการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และแนวทางการเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

3) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน โดยการนำผลการศึกษารูปแบบ วิธีการบริหารจัดการ และการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวมาบูรณาการสู่การพัฒนาเป็นระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการ ในลักษณะรูปแบบ วิธีการบริหารจัดการเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ของกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน ในลักษณะของประเทศที่มีความเชื่อมโยงกับหลักฐานทางโบราณคดี วิถีทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมร่วมในอดีตที่เคยเป็นเส้นทางอารยธรรมและการค้าขายของประชาชนในอาเซียน ซึ่งกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในปัจจุบันใน 6 ประเทศ คือ

1) ประเทศกัมพูชา กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ปราสาทพนมคันทัน ปราสาทบายน ซึ่งเป็นกลุ่มปราสาทพระพุทธศาสนานิกายมหายานในเขตจังหวัดเสียมเรียบ

2) ประเทศลาว กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ปราสาทวัดภู พระธาตุหลวง พระธาตุอิงฮัง ซึ่งอยู่ในเขตเวียงจันทน์และแขวงจำปาสัก

3) ประเทศเมียร์มาร์ กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาเจดีย์ชเวดากอง ในเขตกรุงย่างกุ้ง และวัดมหาชัยมุนี ในเขตมัณฑเลย์

4) ประเทศมาเลเซีย กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ วัดไชยมงคลาราม รัฐปีนัง และแหล่งโบราณคดีบูจิงวัลเลย์ รัฐเคดะห์

5) ประเทศอินโดนีเซีย กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ เจดีย์ บุโรพุทโธ จันตีเมนดุต ที่ตั้งอยู่ในเขตตอนกลางของเกาะชวาและยกจากการ์ตา

6) ประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ตามความสำคัญของการวิจัยที่เชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ เช่น เป็นจังหวัดที่มีสนามบินที่มีความเชื่อมโยงสู่ประเทศในเขตประชาคมอาเซียน กลุ่มจังหวัดที่มีพื้นที่ชายแดนติดอาเซียน กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย อุบลราชธานี เป็นต้น

4.3 ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่

1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยว และผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบินและบริษัทขนส่งต่างๆ ผู้ประกอบการตัวแทนนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก เป็นต้น

2) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและทางอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจจมน้ำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว เป็นต้น

3) หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่พัฒนาการท่องเที่ยวโดยทางตรงและทางอ้อม ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เจ้าอาวาสวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น นักวิชาการ ผู้บริหารของการท่องเที่ยวภาครัฐ และภาคเอกชน ประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด

โดยกำหนดเป็นผู้ให้ข้อมูลในเชิงคุณภาพ จำนวน 81 ราย และเชิงปริมาณ จำนวน 200 ราย รวมทั้งสิ้น 281 ราย

4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา มีระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการเชิงเครือข่าย หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อเชื่อมประสานเครือข่ายระหว่างกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดรูปหรือจัดระเบียบโครงสร้างที่คนหรือองค์กรสมาชิกยังคงมีความเป็นอิสระ รวมทั้งการจัดการปัจจัยทั้งด้านกำลังคน ด้านวัตถุอุปกรณ์ รวมถึงทุนทรัพย์ในการดำเนินงาน แล้วผสมผสานให้ดำเนินตามยุทธศาสตร์หรือแผนงานการท่องเที่ยวที่วางไว้อย่างสมดุลลงตัวเพื่อนำไปสู่ผลหรือเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการ

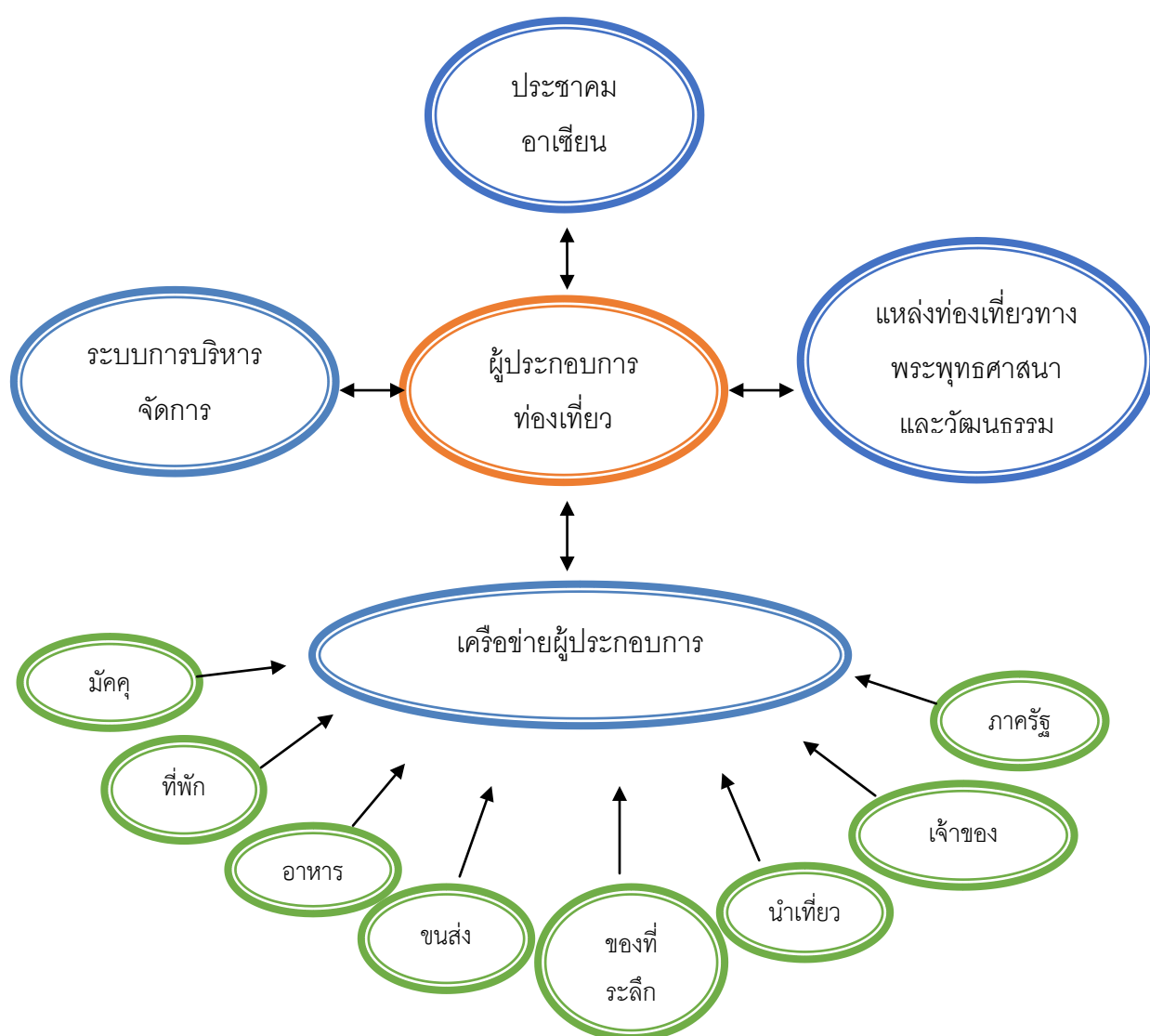
ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดการ หรือการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ทักษนาจร หรือการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการวางแผนหรือจัดการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในอาเซียน และสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับองค์กรประกอบการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเครือข่าย หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ดำเนินการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว จนเกิดรูปแบบหรือแนวปฏิบัติทางการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาการ

ท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้และความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว การสร้างรายได้ให้กับชุมชน การสร้างความพึงพอใจ ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ร่วมทั้งการสร้างสัมพันธภาพผ่านการท่องเที่ยว โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในสถานที่แหล่งท่องเที่ยว

6. กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยการพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียนมีดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

8. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

8.1 วัดและชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียนได้มีการพัฒนารูปแบบกิจกรรม และกระบวนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการเป็นประชาคมอาเซียน

8.2 วัด ชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียนได้มีการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวในเชิงพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมร่วมกัน

8.3 ชุมชนและเครือข่ายการท่องเที่ยว เช่น สมาคมมัคคุเทศก์ ชมรม/องค์กรด้านการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

8.4 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน มีรูปแบบวิธีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกที่เชื่อมโยงกัน

8.5 นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอย่างเข้าใจ

8.6 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และจัดการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสามารถต่อยอดนำผลการวิจัยสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนและระบบบริการข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศและอาเซียน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน จำเป็นต้องทราบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงเครือข่าย การเป็นผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริบทพื้นที่ที่ศึกษา เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาวิเคราะห์ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียนอย่างเป็นระบบ

ในบทนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเครือข่าย
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม
- 2.4 แนวคิดการท่องเที่ยวประเทศไทยกับประชาคมอาเซียน
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 สรุป

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเครือข่าย

2.1.1 ทฤษฎีเครือข่าย การสร้างเครือข่ายการทำงานเป็นวิธีการทำงานที่ได้รับความนิยมทั้งในภาคธุรกิจและในการทำงานเชิงพัฒนาสังคมซึ่งในโลกธุรกิจนั้นแนวความคิดของระบบเครือข่ายได้เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2513 โดยเริ่มจากธุรกิจของการจัดหางานทำและการสรรหาบุคคลที่เหมาะสมสำหรับในทางสังคมวิทยาเครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Network) อย่างหนึ่งที่แตกต่างไปจากกลุ่มโดยที่กลุ่มจะมีขอบเขตที่ชัดเจนรู้ว่าใครเป็นสมาชิกมีความเป็นรูปธรรมมองเห็นได้มีโครงสร้างทางสังคมในระดับหนึ่งแต่เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่ไม่มีขอบเขตการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเครือข่ายอาจจะมองเห็นหรือมองไม่เห็นเป็นรูปธรรมก็ได้ซึ่งในการเชื่อมโยงระหว่างกันที่จะเห็นเป็นรูปธรรมของเครือข่ายมี 3 ลักษณะคือเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเครือข่ายการติดต่อสื่อสารและเครือข่ายความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกันเครือข่ายไม่มีโครงสร้างแน่นอนตายตัวอาจมีการออกแบบโครงสร้างขึ้นมาทำหน้าที่สานความสัมพันธ์ระหว่างคนกลุ่มองค์กรให้ต่อเนื่องแต่ในเครือข่ายไม่มีใครบังคับให้ใครทำอะไรได้แต่ละคนหรือกลุ่มองค์กรต่างก็เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายได้พอๆกันดังนั้นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมของเครือข่ายจึงมีความซับซ้อนกว่ากลุ่มหรือองค์กรมากนัก

แนวทางการวิเคราะห์เครือข่ายสามารถนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสรรพสิ่งต่างๆได้ตั้งแต่ระดับครอบครัวจนถึงระดับโลกสรรพสิ่งต่างๆที่อยู่ในเครือข่ายความสัมพันธ์เราเรียกว่าจุด (Node) ถ้ามีการเชื่อมโยงระหว่างจุดต่างๆความสัมพันธ์ (Relationships) ของจุดเหล่านี้ก็คือเครือข่าย (Network) ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีจะสามารถทำให้บุคคลในองค์กรมีการเชื่อมโยงประสานงานกันและกันที่ดีขึ้นรวมทั้งสามารถดึงดูดทรัพยากรของแต่ละองค์กรมาประสานเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งในปัจจุบันนี้มีองค์กรจำนวนมากตระหนักว่าเครือข่ายเป็นเครื่องมือที่มีคุณค่าในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกันขององค์กรที่มีวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกันหรือเกี่ยวข้องกันให้ได้ประโยชน์สูงสุดภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

ทฤษฎีและแนวคิดการสร้างเครือข่ายการสร้างเครือข่ายในการทำงานเชิงพัฒนามีแนวโน้มที่จะเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างองค์กรที่ทำงานพ้องพ้องซึ่งกันและกันมากกว่าที่จะแข่งขันกันทฤษฎีและแนวคิดที่อธิบายการสร้างเครือข่ายการทำงานได้แก่

1) ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) อธิบายถึงการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกันดังนั้นเหตุผลหลักที่จะทำให้เครือข่ายเกิดขึ้นได้โดยสมัครใจก็คือแต่ละฝ่ายมองเห็นประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการเข้าร่วมเครือข่ายซึ่งจะนำไปสู่ความเต็มใจที่จะประสานกันหรือเข้าร่วมเป็นเครือข่าย

2) แนวคิดการรวมพลัง (Synergy) เป็นการผนึกกำลังในลักษณะที่มากกว่า $1+1 = 2$ แต่ต้องเป็น $1+1 > 2$ หมายความว่าการทำงานร่วมกันทำงานนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีคุณค่าหรือเข้มแข็งมากกว่าการที่แต่ละองค์กรจะทำงานโดยโดดเดี่ยว (โชติวุฒิ อินันตดา 2554: 12-13)

ทฤษฎีเครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่ไม่มีขอบเขตการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเครือข่ายอาจจะมองเห็นหรือมองไม่เห็นเป็นรูปธรรมก็ได้ซึ่งในการเชื่อมโยงระหว่างกันที่จะเห็นเป็นรูปธรรมของเครือข่ายมี 3 ลักษณะคือ (1) เครือข่ายการแลกเปลี่ยน (2) เครือข่ายการติดต่อสื่อสารและ (3) เครือข่ายความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกันเครือข่ายไม่มีโครงสร้างแน่นอนตายตัวอาจมีการออกแบบโครงสร้างขึ้นมาทำหน้าที่สานความสัมพันธ์ระหว่างคนกลุ่มองค์กรให้ต่อเนื่องแต่ในเครือข่ายไม่มีใครบังคับให้ใครทำอะไรได้แต่ละคนหรือกลุ่มองค์กรต่างก็เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายได้พอๆกันดังนั้นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมของเครือข่ายจึงมีความซับซ้อนกว่ากลุ่มหรือองค์กรมาก

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายนั้นมาจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้คนในสังคมที่มารวมตัวกันเป็นกลุ่ม องค์กร และเครือข่าย เพื่อการพัฒนา การแก้ไขปัญหา และการสร้างสรรค์ในสิ่งที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อปัจเจกบุคคลและสังคม โดยเป็นคำที่นำมาใช้ในแวดวงการพัฒนาสังคม ที่กล่าวถึงระบบความสัมพันธ์ในสังคมมนุษย์ที่เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย นับตั้งแต่ในระดับปัจเจกบุคคลปัจเจกบุคคลกับกลุ่ม กลุ่มกับกลุ่ม และกลุ่มกับเครือข่าย ซึ่งเป็นระบบความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรม การสื่อสาร ความร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยมีโครงสร้าง

รูปแบบความสัมพันธ์ที่หลากหลาย และมีการกระจายตัวไปตามหน่วยย่อยหรือปัจเจกบุคคลในสังคม โดย “เครือข่าย” นั้น เริ่มต้นจากการอธิบายความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกบุคคล กลุ่ม หรือชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ช่วยเหลือพึ่งพา จนกระทั่งสามารถสร้างพลังและอำนาจการต่อรอง และต่อมาก็มีการขยายความสัมพันธ์นั้นไปสู่ระดับที่กว้างขึ้น โดยมีการเชื่อมโยงกับองค์กร เครือข่ายพันธมิตรอื่นๆ ที่เป็นการส่งเสริมให้ปัจเจกบุคคล และกลุ่มคนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน ตามประเด็นปัญหาที่ต้องการแก้ไข (A. Javier Trevino, 2006.), pp.45-51)

แนวคิดเครือข่ายทางสังคมเครือข่ายสังคมนั้นจากทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) ที่ตั้งอยู่บนสมมุติฐานที่ว่าความสัมพันธ์ของมนุษย์ทุกๆ คน สามารถที่จะเข้าใจความสัมพันธ์ได้ในรูปแบบของการแลกเปลี่ยนมูลค่าเทียบเท่าโดยประมาณ (roughly equivalent values) ทฤษฎีนี้เชื่อมโยงกับทฤษฎีทางเลือกด้วยเหตุผล (Rational Choice Theory) แนวคิดโครงสร้างนิยม (Structuralism) เข้ากับสมมุติฐานของทฤษฎีที่กล่าวมาแล้ว โดย นักสังคมวิทยาชาวอเมริกันชื่อ George C Homans (A. Javier Trevino, A. Javier Trevino) ถือว่า พฤติกรรมทางสังคมเป็นการแลกเปลี่ยน (social behavior as exchange) โดย Homans มองว่า พฤติกรรมทางสังคมเป็นการแลกเปลี่ยนสินค้า ไม่ใช่เพียงแต่สินค้าที่เป็นวัตถุ แต่หมายรวมถึงสิ่งที่ไม่ใช่ วัตถุด้วย เช่น การยินยอมหรือศรัทธา ใดๆ ไรก็ตาม เขาได้กล่าวไว้ด้วยว่าคนที่ให้คนอื่นมากจะพยายามที่จะให้ได้จากคนอื่นให้ได้มากเช่นกัน ในขณะที่เดียวกันคนที่รับจากผู้อื่นมากจะถูกกดดันให้ให้กลับผู้อื่นมากเช่นกัน กระบวนการนี้จะทำให้เกิดความสมดุลในการแลกเปลี่ยนในสังคม

อย่างไรก็ตามการแลกเปลี่ยนทางสังคมส่วนใหญ่แล้วไม่ได้อยู่ในรูปแบบของการ เงิน (monetary) แต่อยู่ในรูปแบบที่สัมผัสไม่ได้ (intangible) ได้แก่ ความสนิทสนม (intimacy) สถานะภาพ (status) ความสัมพันธ์ (connection) ปทัสถาน (Norms) และค่านิยม (Values) ใน เฉพาะในประเด็นของปทัสถานนั้นทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางอ้อม (Indirect Exchange) แทนที่ การแลกเปลี่ยนทางตรง (Direct Exchange) ดังนั้น การที่สมาชิกคนหนึ่งคนใดในสังคมได้ปฏิบัติตาม ปทัสถานของสังคมจึงได้รับการยอมรับจากสังคมนั้น โดยมีปทัสถานเป็นกลไกสำคัญในขณะที่ พฤติกรรมที่ปฏิบัติตามปทัสถานของสังคมหนึ่งๆ จะเป็นการรักษาเสถียรภาพของสังคมนั้นๆ ทฤษฎี การแลกเปลี่ยนทางสังคมนั้นมีความสัมพันธ์กับทฤษฎีเครือข่าย (Network theory) โดยมีการทับ ซ้อนกันระหว่างทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมกับทฤษฎีเครือข่าย อย่างไรก็ตามทฤษฎีทั้งสองได้แยก ออกจากกันด้วยนักทฤษฎีเครือข่ายได้มีการ ปฏิบัติการออกนอกกรอบของการแลกเปลี่ยน โดยให้ ความสนใจต่อการเชื่อมโยงตัวแสดง (actors) เข้าด้วยกัน ตัวแสดงอาจจะเป็นกลุ่ม หมู่คณะหรือ แม้กระทั่งสังคม โดยอาจจะผูกพันกันในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น มีความสัมพันธ์กันสูง (strong) หรือมีความสัมพันธ์ที่อ่อนแอ (weak) ทฤษฎีเครือข่ายยังมีข้อด้อยที่ยังไม่สามารถอธิบายว่า ความสัมพันธ์เหล่านั้นเกิดขึ้นอย่างไร และความร่วมมือหรือการแข่งขันเกิดขึ้นได้อย่างไร ทฤษฎีการ

แลกเปลี่ยนเครือข่ายในสังคม (Network Exchange Theory) Markovsky เป็นการผนวกรวมระหว่างทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมเข้ากับทฤษฎีเครือข่ายเป็นทฤษฎีที่เน้นในการกระจายของอำนาจในเครือข่ายของการแลกเปลี่ยนหนึ่งๆ ตัวอย่างเช่น ตัวแสดงในความสัมพันธ์ (Actors in relations) ความสัมพันธ์ในโครงสร้าง (Relations in structures) ความสัมพันธ์ของอำนาจ (Power relations) การกีดกันและอำนาจ (Exclusion and power) การเจรจาแลกเปลี่ยน (Negotiated exchanges) การเชื่อมต่อเครือข่าย (Network connections) และ อำนาจกับอิทธิพล (Power and influence) เป็นต้น (ธวัชชัย เอี่ยมไพโรจน์, 2554)

ในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากปัญหาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมนั้น บางประเด็นปัญหาสามารถแก้ไขและจัดการได้ในระดับชุมชน แต่บางประเด็นปัญหาก็จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งมีระดับการจัดการตั้งแต่ในระดับพื้นที่จนถึงในระดับนโยบายหรือในระดับประเทศ ดังนั้น การเสริมสร้างพลังความร่วมมือในรูปแบบของเครือข่ายทางสังคมที่มาจากความร่วมมือขององค์กรต่างๆ ในพื้นที่จะทำให้กระบวนการแก้ไขปัญหาที่มีทางเลือกมากขึ้นและมีโอกาสที่จะแก้ไขตามความต้องการของเครือข่าย ซึ่งหากพิจารณาถึงความจำเป็นในการเสริมสร้างองค์กรชุมชนและเครือข่ายแล้ว พบว่า มีหลักการที่เกี่ยวข้อง 4 ประการ คือ

1. สถานการณ์ปัญหาและสภาพแวดล้อม ได้แก่ สถานการณ์ปัญหาที่ซับซ้อน หลากหลาย และขยายตัว เกินความสามารถของกลุ่มหรือองค์กรใด องค์กรหนึ่ง ที่จะดำเนินการแก้ไขได้ จำเป็นต้องมีการรวมพลังและมีกลไกการจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้น ดังนั้น จำเป็นต้องมีการรวมกลุ่มและเครือข่าย เพื่อที่จะเชื่อมโยงคน ความรู้และประสบการณ์นั้นให้เป็นขบวนการทางสังคมแล้วนำไปสู่การจัดการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน โดยนัยนี้ ก็คือ การเสริมสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดพลังในการจัดการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งสถานการณ์และปัญหาจะเป็นส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดเครือข่ายขึ้นในสังคม ซึ่งเป็นการจัดการภายในกลุ่มที่เห็นความจำเป็นของการเข้ามาเสริมสร้างกระบวนการทำงานขององค์กรภายนอกและพลังภายใน

2. การสร้างพื้นที่ทางสังคม องค์กรชุมชนและเครือข่ายนั้น เป็นเครื่องมือและยุทธศาสตร์ที่สำคัญต่อการระดมทรัพยากรและความคิดเห็นจากฝ่ายต่างๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่ต้องการ การใช้พลังองค์กรและเครือข่ายในฐานะเครื่องมือดังกล่าว ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางสังคม ที่นำไปสู่การเรียนรู้และการสร้างพื้นที่ทางสังคม เพราะเมื่อกลุ่มต่างๆ ในสังคมที่มีความต้องการคล้ายกัน มีความคิดหรืออุดมคติเหมือนกัน มารวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับกลุ่มหรือบุคคลและองค์กรอื่นๆ ในสังคม ทำให้กลุ่มตนเองมีความรู้สึกว่ามีพื้นที่ทางสังคมที่ชัดเจน ซึ่งเป็นการตอบสนองทางด้านจิตใจ ความเชื่อมั่น และความไว้วางใจให้แก่กันละกัน กระบวนการนั้น จะเป็นการสร้างและให้โอกาสในการพัฒนาศักยภาพของฝ่ายต่างๆ เพื่อที่จะขยายขอบเขตแนวคิดและกระบวนการนั้นให้กว้างขวางออกไปสู่การรับรู้ระหว่างกัน โดยอาศัยช่องทางทางการ

สื่อสารและการทำงาน ซึ่งจะกลายเป็นการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรและเครือข่ายให้ปรากฏ ภาพลักษณ์ที่ชัดเจน ตัวอย่างเช่น การประสานความร่วมมือของเครือข่ายทางธุรกิจ ก็เพื่อการลดต้นทุนในการผลิต ลดการแข่งขัน และยกระดับมาตรฐานในการผลิตสินค้าและบริการให้สูงขึ้น ส่วนในเครือข่ายทางสังคมเพื่อการพัฒนา การประสานความร่วมมือเป็นเครือข่าย ก็เพื่อให้เกิดการพึ่งพาอาศัย และเพื่อการผลักดันในเชิงนโยบาย ในขณะที่เครือข่ายประเภทอื่นๆ ก็ใช้ยุทธศาสตร์ความเป็นเครือข่าย เพื่อการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ซึ่งทั้งหมดเป็นการสร้างความหมาย และการก่อให้เกิดพื้นที่ทางสังคมและใช้พื้นที่นั้นดำเนินกิจกรรมขององค์กรและเครือข่ายตนเอง

3. การประสานผลประโยชน์ ความจำเป็นอีกประการหนึ่งในการเสริมสร้างองค์กรเครือข่ายชุมชน คือ การประสานผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม เพราะเมื่อทุกกลุ่ม องค์กร หรือเครือข่ายมีการประสานผลประโยชน์ต่อกันในลักษณะของการพึ่งพาอาศัยแล้ว สิ่งที่เกิดตามมาคือ เครือข่ายเกิดการเรียนรู้และมีกิจกรรมการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้เกิดระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และเกิดกระบวนการใหม่ ความรู้ใหม่ โดยการประสานผลประโยชน์นั้น อาจมีได้หมายถึง การให้ผลประโยชน์ต่างตอบแทนเท่านั้น แต่อาจหมายถึง การให้จังหวะและโอกาสของความ เป็นไปได้ในทางเลือกของฝ่ายต่างๆ ที่มีต่อกัน การได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมเป็นองค์กร เครือข่าย จะช่วยกระตุ้นให้เกิดองค์กรเครือข่าย และเกิดการรักษาเป้าหมายร่วมของเครือข่ายที่มีอยู่ แล้ว รวมทั้งจะเป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนให้เกิดกระบวนการพัฒนาเครือข่ายที่ต่อเนื่อง ดังนั้น การรวมตัว เป็นเครือข่ายขององค์กรหรือหน่วยย่อยของภาคส่วนต่างๆ จึงเป็นการประสานผลประโยชน์ นอกจากนี้ การดำเนินการภายใต้ระบบที่มีการรักษาผลประโยชน์ต่อกันนั้น จะทำให้องค์กรและ เครือข่ายนั้นมีจังหวะในการก้าวเดินและความมั่นคงยิ่งขึ้น

4. การใช้สิทธิและอำนาจของประชาชน ในกระบวนการของความเป็นองค์กรชุมชนและ เครือข่ายนั้น ส่วนหนึ่งก็เพื่อการใช้สิทธิและอำนาจของประชาชนในพื้นที่ต่างๆ เพื่อพิทักษ์ ผลประโยชน์ของตนเอง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการรวมกลุ่ม องค์กร และสร้างเครือข่ายขึ้นมาเพื่อให้มี อำนาจในการต่อรองและการใช้สิทธิเพื่อประโยชน์การทำงานของชุมชน ¹

ความสำคัญของความเป็นเครือข่ายสังคม สิ่งที่ได้รับนอกจากผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ ความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน แต่ความสำคัญของความเป็น เครือข่ายคือ การก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาที่ต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาในระดับ ชุมชนท้องถิ่น โดยมีความสำคัญดังนี้

1. เกิดกระบวนการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นปัจเจกบุคคลและผู้ที่เข้ามาดำเนินงานร่วมกับ องค์กรชุมชนและเครือข่าย สิ่งหนึ่งที่ถือว่า เป็นกระบวนการเรียนรู้และเป็นทุนภายในตัวเอง คือ ทุก

¹ พระมหาสุทนต์ อาภาภิโร, เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ, 2548 อ้างแล้ว หน้า 55-58.

คนมีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์มากขึ้น หลังจากที่ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และมีการทำงานร่วมกัน ซึ่งกระบวนการเรียนรู้นี้จะช่วยให้บุคคลและองค์กรได้มีการปรับตัวในการแสวงหาความรู้ใหม่ วิธีการใหม่ และแนวร่วมใหม่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยให้การทำงานในด้านต่างๆ ของเครือข่ายมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การเพิ่มโอกาสในการแก้ไขปัญหา องค์กรชุมชนและเครือข่ายจำนวนไม่น้อยเช่นกันที่พยายามผลักดันในการแก้ไขปัญหาภายในกลุ่มองค์กรของตน แต่ส่วนหนึ่งไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากปัญหาที่ประสบอยู่นั้น เป็นปัญหาที่สลับซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับกลุ่มองค์กรอื่นหรือปัญหาอื่นๆ การรวมกลุ่มและการประสานงานกับภาคีที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการเพิ่มโอกาสในการแก้ไขปัญหาที่มาจากการระดมความคิดเห็น และความร่วมมือจากฝ่ายต่างๆ ที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งถ้าไม่มีการรวมตัวเป็นองค์กรชุมชนและเครือข่ายแล้ว โอกาสในแก้ไขปัญหานั้นอาจไม่ได้รับการตอบสนองจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพราะขาดแนวร่วมในการดำเนินงาน

3. เกิดการพึ่งพาตนเอง เมื่อองค์กรชุมชน เครือข่ายมีกระบวนการทำงานที่เข้มแข็งและสามารถแก้ไขปัญหาขององค์กรชุมชนและเครือข่ายได้แล้ว สมาชิกในเครือข่ายก็สามารถที่จะพึ่งพาตนเองได้ ทั้งในด้านการพึ่งพาทุน ทรัพยากร ความรู้ และการจัดการ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาสังคม และการพัฒนาศักยภาพขององค์กรชุมชนและเครือข่ายที่ต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น กลุ่มเกษตรกรที่ทำทางด้านเกษตรกรรมทางเลือกและเกษตรอินทรีย์ ที่ร่วมกันผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลอดสารเคมี ให้แก่ผู้บริโภค จนทำให้เกิดเป็นเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก ที่พึ่งพาตนเองได้ทั้งในด้านเศรษฐกิจและการรวมกลุ่มเพื่อพึ่งพาอาศัยกัน

4. เกิดการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น ในสังคมไทยองค์กรชุมชนและเครือข่ายที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่นั้น มักจะเป็นองค์กรชุมชนและเครือข่ายในเชิงพื้นที่ ที่กลุ่มประชาชนในพื้นที่นั้นๆ ได้ร่วมกันก่อตัวขึ้นมา เพื่อแก้ไขปัญหาในระดับท้องถิ่นโดยเฉพาะการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นดิน น้ำ ป่า ลุ่มน้ำ การเรียนรู้ และวัฒนธรรมพื้นบ้าน ซึ่งถ้าหากไม่มีการรวมกลุ่มกัน กระบวนการดังกล่าว อาจไม่เกิดขึ้น และสุดท้ายก็กลายเป็นปัญหาที่ยากต่อการแก้ไข ดังนั้น การรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย จึงถือได้ว่า เป็นความสำเร็จของเครือข่ายในการที่จะร่วมกันพัฒนาและจัดการกับทรัพยากรในท้องถิ่น ซึ่งเครือข่ายดังกล่าว มีพลังขับเคลื่อนในหลายๆ พื้นที่ เช่น เครือข่ายสิ่งแวดล้อมใน อำเภอมะแมะ จังหวัดลำปาง เครือข่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชาวบ้านหินกรูดและบ้านบ่อนอก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น

5. เกิดกระบวนการผลักดันเชิงนโยบาย ในสังคมไทยประเด็นปัญหาสาธารณะจำนวนมากน้อยที่เกิดขึ้นและสามารถนำไปสู่ข้อยุติด้วยพลังของเครือข่ายและการจัดการในเชิงนโยบาย ตัวอย่างเช่น การรวมตัวกลุ่มองค์กร เครือข่ายที่ทำงานในด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่พยายามผลักดัน พ.ร.บ. ป่าชุมชนฉบับประชาชนให้มีการนำเสนอต่อการพิจารณาของรัฐสภา และ

การจัดทำมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ เป็นต้น กระบวนการดังกล่าวถือได้ว่าเป็นพลังของเครือข่ายในการร่วมผลักดันประเด็นปัญหาในเชิงนโยบาย เพราะว่าปัญหาบางปัญหานั้นมีความเกี่ยวข้องกับหลายฝ่ายซึ่งบางครั้งไม่สามารถที่จะแก้ไขด้วยพลังของเครือข่ายและชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น การเชื่อมประสานกับเครือข่ายและภาคอื่นๆ จะทำให้เครือข่ายมีอำนาจในการต่อรองที่สูงขึ้น

6. เกิดอำนาจหรือพลัง อำนาจที่แฝงอยู่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของกลุ่มองค์กร และเครือข่าย อำนาจหรือการต่อรองนี้จะไม่มีการเกิดขึ้นได้ หากไม่มีการรวมกลุ่มองค์กรต่างๆ เข้าด้วยกัน พลังอำนาจของการรวมกลุ่มนี้ บางครั้งอาจไม่ส่งผลที่เป็นรูปธรรมโดยตรง แต่เป็นพลังหรือประโยชน์ในทางอ้อมที่บรรดาองค์กรหรือเครือข่ายอื่นๆ ให้ความยอมรับในระบบการจัดการและสามารถนำมาเป็นการต่อรอง ในด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองได้

ความสำคัญของเครือข่ายทางสังคมดังกล่าว เป็นเพียงส่วนหนึ่งของความสำเร็จที่เครือข่ายส่วนใหญ่ได้รับแต่สิ่งที่มีความสำคัญต่อความเป็นเครือข่ายมากกว่าผลสำเร็จในทางตรง คือ ความสามัคคีที่มีต่อกันของสมาชิกและผู้คนในสังคม ดังนั้น ไม่ว่า องค์กรชุมชน เครือข่ายจะมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายของตนเองอย่างไร สิ่งทีทุกองค์กรและเครือข่ายควรดำเนินการอย่างยิ่งคือการสร้างความเป็นมิตรภาพและการพึ่งพาอาศัย ซึ่งปัจจัยทั้งสองประการดังกล่าว จะช่วยให้ภารกิจขององค์กรชุมชนและเครือข่ายบรรลุผลสำเร็จตามที่คาดหวัง

ประเภทของเครือข่ายทางสังคม ในการดำเนินการที่จะพัฒนาชุมชนการใช้แนวคิดเครือข่ายทางสังคมจะช่วยให้มองเห็นขอบเขตการทำงานที่กว้างไกลมากขึ้น ดังนั้น ในที่นี้จะกล่าวถึงประเภทของเครือข่ายทางสังคม เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างการเรียนรู้ของทุกฝ่าย โดยประเภทของเครือข่ายทางสังคมมี 3 ประเภท คือ

1. เครือข่ายเชิงพื้นที่ หมายถึง องค์กรเครือข่าย ที่อาศัยพื้นที่แห่งใดแห่งหนึ่งเป็นปัจจัยหลักในการทำกิจกรรม เป็นการดำเนินการแบบบูรณาการที่ไม่แยกส่วนของประเด็นปัญหาและการพัฒนาออกจากกัน ยึดเอาพื้นที่เป็นที่ตั้งแห่งความสำเร็จในการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนทั้งในระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม องค์กรชุมชน และเครือข่ายย่อย โครงสร้างความสัมพันธ์ขององค์กรชุมชนและเครือข่ายเชิงพื้นที่นั้น สามารถจัดโครงสร้างความสัมพันธ์ได้หลายระดับตามพื้นที่และกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น การแบ่งองค์กรชุมชนและเครือข่ายตามระบบการปกครองของภาครัฐ ได้แก่ เครือข่ายระดับหมู่บ้าน ตำบล และเครือข่ายระดับอำเภอ เช่น สภาองค์กรชุมชนตำบลแม่ริม จ.เชียงใหม่ เครือข่ายภาคประชาคมอำเภอแม่สอด จ.ตาก เครือข่ายระดับจังหวัด เช่น เครือข่ายประชาคม จ.น่าน เครือข่ายระดับภูมิภาค เช่น เครือข่ายป่าชุมชนภาคเหนือ เครือข่ายระดับประเทศ เช่น เครือข่ายสมาพันธ์เกษตรกรแห่งประเทศไทย และเครือข่ายขององค์กรระหว่างประเทศ เช่น เครือข่ายการพัฒนาของกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคุ่มน้ำโขง และขององค์การพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) เป็นต้นหรือแบ่งพื้นที่ตามแหล่งของทรัพยากรธรรมชาติ เช่น เครือข่ายลุ่มน้ำปิง เครือข่ายอ่าวปัตตานี

เครือข่ายป่าเขาสก เป็นต้น โดยมีกระบวนการทำงานทั้งในแนวดิ่งและแนวราบ มีการรวมศูนย์กิจกรรมเข้าสู่ส่วนกลางในระดับพื้นที่ขนาดใหญ่ และอาจมีศูนย์ประสานย่อยในพื้นที่ขนาดเล็ก เพื่อให้เกิดกิจกรรมและการสื่อสารระหว่างกัน

2. เครือข่ายทางสังคมเชิงประเด็น ซึ่งเป็นเครือข่ายที่ใช้ประเด็นกิจกรรม ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่างๆ เป็นปัจจัยหลักในการรวมกลุ่มองค์กร โดยมองข้ามมิติในเชิงพื้นที่ซึ่งมีขอบเขตจำกัดเฉพาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง แต่มุ่งเน้นการจัดการในประเด็นกิจกรรมนั้นๆ เช่น เรื่องสิ่งแวดล้อม ยาเสพติด สิทธิชุมชน การพัฒนาการศึกษา เป็นต้น แล้วพัฒนาให้เกิดความร่วมมือกับภาคอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นประเด็นร่วมของประชาชนในหลายพื้นที่และเป็นประเด็นในระดับนโยบายที่จะต้องมีการดำเนินการในเชิงกฎหมายและการจัดการในลักษณะสหวิทยาการ โครงสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรมนั้น สามารถจัดโครงสร้างความสัมพันธ์ขององค์กรชุมชนเครือข่ายได้อย่างมากมาย ตามความสนใจที่เกิดขึ้น โดยไม่ได้ยึดติดกับพื้นที่ดำเนินการ แต่ใช้หลักของกิจกรรมหรือประเด็นที่เกิดขึ้นเป็นตัวกำหนด เช่น เครือข่ายป่าชุมชน ซึ่งเป็นเครือข่ายของกลุ่มชาวบ้านที่ร่วมดำเนินการผลักดันพระราชบัญญัติป่าชุมชน เครือข่ายภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่เป็นเครือข่ายที่นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาพื้นที่เครือข่ายธนาคารหมู่บ้านและกลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์ เป็นเครือข่ายที่รวมกลุ่มองค์กรชุมชนที่ดำเนินการในเรื่องการออมทรัพย์ของประชาชน เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเครือข่ายที่รวมกลุ่มของผู้ที่ต้องการให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติต่างๆ หรือเครือข่ายอื่นที่มีการตั้งชื่อตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น เครือข่ายสิ่งแวดล้อม เครือข่ายปฏิรูปการศึกษา เครือข่ายสิทธิมนุษยชน เป็นต้น โดยมีโครงสร้างความสัมพันธ์ทั้งในแนวดิ่งและแนวราบ และจะมีองค์กรแม่ข่ายหรือหน่วยงานหลักที่ทำงานในด้านนั้นๆ เป็นผู้ให้การสนับสนุนการทำงานของเครือข่ายย่อยในระดับพื้นที่ ซึ่งแต่ละเครือข่ายที่อยู่ในพื้นที่ต่างๆ ก็มีความเป็นอิสระในการที่จะดำเนินการกับประเด็นนั้นกิจกรรมนั้นๆ ภายใต้ศักยภาพของตนเอง

3. องค์กรชุมชนและเครือข่ายแบ่งตามโครงสร้างหน้าที่ ได้แก่ องค์กรชุมชนและเครือข่ายที่เกิดขึ้นหรืออาศัยภารกิจและการก่อตัวของกลุ่มผลประโยชน์ในสังคม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคธุรกิจเอกชน และภาคองค์กรพัฒนาเอกชน เป็นแนวทางในการจัดการองค์กรและเครือข่าย โดยเป็นองค์กรและเครือข่ายที่มุ่งเน้นการดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของหน่วยงานหรือโครงสร้างหลักของกลุ่มผลประโยชน์นั้นๆ โดยกลุ่มผลประโยชน์อาจให้การสนับสนุนในจัดตั้งองค์กรและเครือข่ายให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และมีกระบวนการดำเนินการที่สอดคล้องกับภารกิจ และเป้าหมายหลักของกลุ่มผลประโยชน์หรือหน่วยงานนั้นๆ ซึ่งเครือข่ายในแต่ละภาคส่วนนั้น อาจมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายเชิงพื้นที่และเครือข่ายประเด็นกิจกรรมได้ ถ้าแต่ละฝ่ายเห็นความสำคัญในการรวมพลังเพื่อการแก้ไขปัญหาในภาพรวม

1.2 การพัฒนาเครือข่าย ในมิติของงานพัฒนาเครือข่ายถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานพัฒนาจากกลุ่มเล็กๆขยายไปสู่กลุ่มต่างๆในชุมชนระดับชุมชนระดับอื่นที่ใหญ่ขึ้นต่อไป นอกจากนี้ยังเป็นรูปแบบการเชื่อมโยงเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนหมู่บ้านทรัพยากรบุคคลและวิทยากรชาวบ้านเพื่อขยายแนวร่วมไปสู่การสร้างพลังในการขับเคลื่อนกิจกรรมการพัฒนาจากบทความเรื่อง “เครือข่าย: จุดหักเหแห่งการรวมตัว” ² ได้อธิบายถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่ายขององค์กรชาวบ้านว่าเครือข่ายจัดเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาชุมชนเนื่องจากกระบวนการกลุ่มเป็นเวทีที่ชี้ชวนให้ชาวบ้านได้แสดงศักยภาพและภูมิปัญญาของตนรวมทั้งการมีส่วนร่วมในการทำงานอย่างเต็มที่จนบางองค์กรให้ความสำคัญกับชาวบ้านในฐานะเป็นนักพัฒนาคนหนึ่งโดยที่เดียวการเปิดกว้างเช่นนี้ได้มีส่วนในการกระตุ้นเร้าให้ชาวบ้านเกิดสำนึกที่จะพัฒนาศักยภาพตนเองเพื่อนำไปสู่การพึ่งตนเองได้ในที่สุดองค์กรพัฒนาทั้งของภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสนใจต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาในรูป “เครือข่าย” ซึ่งแต่ละองค์กรมีนิยามและวิธีการทำงานที่ต่างกันไปตามลักษณะขององค์กรและกลุ่มชาวบ้านว่าเป้าหมายของการทำงานยืนอยู่บนจุดเดียวกันคือ “การเน้นให้ชาวบ้านสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของตนให้ดีขึ้นและสร้างพลังอำนาจการต่อรองระหว่างเครือข่ายกับกลุ่มภายนอกทั้งในระดับปัจเจกชนและระดับนโยบาย”

ในส่วนของการเกิดขึ้นหรือการรวมตัวเป็นเครือข่ายสัมพันธ์เดชะอภิกและคณะ (2537) ได้ศึกษาค้นพบว่า เครือข่ายอาจเกิดขึ้นได้ใน 2 แบบคือ เกิดขึ้นโดยธรรมชาติเครือข่ายที่เป็นสายใยของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในอดีตนั้นเกิดขึ้นโดยธรรมชาติซึ่งความสัมพันธ์นี้อาจเนื่องมาจากมีสายสัมพันธ์ทางเครือญาติกันหรือมีความเชื่อถืออย่างเดียวกันเป็นครูเป็นศิษย์กันหรือเคยแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน และเกิดขึ้นโดยการจัดตั้งการเกิดขึ้นของเครือข่ายที่เกิดจากการจัดตั้งอาจเกิดขึ้นจากความพร้อมและความต้องการของผู้นำและเครือข่ายเองในบางกรณีเกิดจากการต่อรองขององค์กรภายนอกที่เข้าไปจัดตั้งกลุ่มเพื่อให้เกิดเครือข่าย

1.3 เทคนิควิธีการสร้างเครือข่าย ในการสร้างหรือสนับสนุนการรวมตัวเป็นเครือข่ายจำเป็นต้องมีเทคนิคกระบวนการและวิธีการในการเสริมสร้างและพัฒนาเครือข่ายเทคนิควิธีการเป็นปัจจัยหนึ่งที่เสริมสร้างกลุ่มเครือข่ายให้มีความต่อเนื่องเทคนิควิธีการเป็นทั้งเทคนิคส่วนบุคคลและระดับกลุ่มเครือข่ายที่ได้มีการสังสมในลักษณะที่เรียกว่า “เป็นภาษาเฉพาะกลุ่มเครือข่าย” และการรักษาพันธกรณีที่มีต่อกันดังนั้นเทคนิคกระบวนการและวิธีการเสริมสร้างเครือข่ายจึงเป็นสิ่งที่ควรศึกษาและนำมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับเครือข่ายของตน Cor P. Veer ได้อธิบายถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่ายว่าการที่ปัจเจกบุคคลหรือสถาบันมารวมกันเป็นกลุ่มซึ่งต้องมีความสนใจในเรื่องหนึ่งร่วมกันอย่างใดก็ตามเพียงการรวมกลุ่มกันเท่านั้นยังไม่อาจเป็นเครือข่ายงานได้เพราะจะมี

² วารสารสังคมพัฒนา, 2534 อ้างใน ปาริชาติ ลัยเสถียร และคณะ, 2546.

ลักษณะเพียงการทำงานร่วมกันคือมีบุคคลมาร่วมสนทนากันหากจะให้ป็นเครือข่ายต้องมีปัจจัยอีกข้อคือความร่วมมือกันที่จะติดต่อสื่อสารความเต็มใจที่จะประสานงานกันข้อสำคัญสมาชิกต้องมีการยอมรับที่จะทำกิจกรรมร่วมกันไม่ใช่เพียงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเท่านั้นที่สำคัญต้องให้ความสำคัญกับขั้นตอนของการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมภายในเครือข่ายเพราะจะสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามที่จะร่วมมือกันของเครือข่ายโดย Veer ได้เสนอถึงหลักปฏิบัติในการเสริมสร้างเครือข่ายดังนี้

- 1) ระบุกลุ่มหรือบุคคลที่สามารถทำหน้าที่กระตุ้นหรือทำให้เครือข่ายงานดำเนินไปได้
- 2) การจัดการเครือข่ายที่ดีต้องมีศิลปะในการประสานประโยชน์ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกัน

- 3) ในการพัฒนาการปฏิบัติและติดตามผลของกิจกรรมหรือโครงการต่างๆของเครือข่ายจะต้องมีการติดต่อสื่อสารกันอย่างใกล้ชิดระหว่างสมาชิกเครือข่ายผู้ได้รับประโยชน์และผู้ให้ทุน

- 4) จำเป็นจะต้องมีความสนใจร่วมกันวัตถุประสงค์และทัศนะร่วมกันและมีวิธีการทำงานที่จะอำนวยความสะดวกให้เกิดการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิก³

สำหรับการทำงานร่วมกันขององค์กรชุมชนและเครือข่ายในการพัฒนาชุมชนนั้น พบว่ามีบทบาทและระดับการทำงานที่แตกต่างกันไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาหรือตามประเด็นปัญหาของพื้นที่นั้นๆ ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรชุมชนและเครือข่ายควรคำนึงถึงบทบาทในการทำงานขององค์กรชุมชนและเครือข่าย เพราะองค์กรชุมชนและเครือข่าย แต่ละองค์กร/เครือข่ายต่างก็มีบทบาทที่แตกต่างกันไป กล่าวคือ บางองค์กรชุมชน บางเครือข่ายอาจมีบทบาทเป็นผู้กระทำหรือเน้นการทำงานในระดับกิจกรรมและพื้นที่ บางเครือข่ายก็มีบทบาทและหน้าที่เป็นผู้ประสานงานเพื่อให้เกิดกิจกรรมความเคลื่อนไหวในระดับจังหวัดและภูมิภาคหรือพื้นที่ขยายออกไป บางองค์กรชุมชนและเครือข่ายมีหน้าที่ให้การสนับสนุนในด้านทุน ทรัพยากร และการให้คำปรึกษาแก่องค์กรชุมชนและเครือข่ายย่อยอื่นๆ ซึ่งบทบาทขององค์กรชุมชนและเครือข่าย สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. “ทีมทำ” ได้แก่ องค์กรชุมชนและเครือข่ายที่เน้นกระบวนการทำงานในระดับพื้นที่หรือในประเด็นปัญหานั้นๆ เป็นสำคัญ มีการทำงานกันตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีแบบแผนการปฏิบัติงานที่เป็นลักษณะคล้ายงานประจำ มีกระบวนการจัดการและการทำงานที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันและทรัพยากรในพื้นที่เป็นสำคัญ มีโครงสร้างความสัมพันธ์ที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งส่วนใหญ่องค์กรชุมชนและเครือข่ายในระดับนี้ จะเป็นองค์กรชุมชนและเครือข่ายย่อยที่ทำงานพื้นที่ เช่น

³ สัจจา บรรจงศิริ, รศ.ดร. และคณะ, “การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนด้านการเกษตรในเขตอีสานใต้” รายงานการวิจัย,สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)2556 :11-12)

กลุ่มออมทรัพย์/สัจจะสะสมทรัพย์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เครือข่ายประชาคมตำบล เป็นต้น ที่มีการรวมตัวกันเพื่อทำงานในกิจกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง

2. “ทีมนำ” ได้แก่ องค์กรชุมชนและเครือข่ายที่ทำหน้าที่ในการประสานงานระหว่าง องค์กรชุมชน เครือข่าย และภาคีต่างๆ ในการพัฒนา โดยมีบทบาทในการส่งเสริมการทำกิจกรรมของ เครือข่ายย่อยในพื้นที่ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้ข้อมูลทางเลือกในกระบวนการทำงาน มี กิจกรรมการเคลื่อนไหวยก้ององค์กรชุมชนและเครือข่ายต่างๆ ที่ต่อเนื่อง ซึ่งองค์กรชุมชนและเครือข่าย ที่ทำงานในระดับนี้ อาจเป็นทั้งองค์กรชุมชนและเครือข่ายเชิงพื้นที่ ที่มีการทำงานครอบคลุมในระดับ จังหวัดหรือภูมิภาค และองค์กรชุมชนและเครือข่ายเชิงประเด็นที่ทำงานเฉพาะด้าน ตัวอย่างเช่น การ รวมตัวของเครือข่ายสิ่งแวดล้อมในภาคเหนือ ที่ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมสิ่งแวดล้อมแก่องค์กร ชุมชนและเครือข่ายสิ่งแวดล้อมในระดับจังหวัด เป็นต้น

3. “ทีมหนุน” ได้แก่ เครือข่ายขององค์กร สถาบัน และหน่วยงานหลักทางสังคมที่เป็น ผู้ให้การสนับสนุนให้เกิดกระบวนการพัฒนา และพัฒนาเป็นเครือข่าย เช่น การสนับสนุนและการ เกิดขึ้นของเครือข่ายภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานกองทุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.) สถาบันพระปกเกล้าฯ สถาบันการศึกษา เศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ เป็นต้น ซึ่งการส่งเสริมของเครือข่ายดังกล่าว จะเป็นลักษณะของการให้คำปรึกษา และให้แนวทางการปฏิบัติแก่เครือข่ายอื่นๆ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ ดังนั้น ลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจึงเป็นไปในลักษณะของการให้เพื่อให้เกิดผลสำเร็จมากกว่าการ มีส่วนร่วมและการทำงานในเชิงลึก

บทบาทและการทำงานร่วมกันขององค์กรชุมชนและเครือข่ายดังกล่าว จะเห็นได้มีระดับ ของการมีส่วนร่วม และมีบทบาทในการทำงานที่แตกต่าง องค์กรชุมชนและเครือข่ายย่อยในพื้นที่ หรือองค์กรชุมชนและเครือข่ายเชิงประเด็นเล็กๆ อาจพึ่งพาอาศัยสภาองค์กรชุมชนและเครือข่ายใน ระดับจังหวัดซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานและการให้คำปรึกษาหารือ นอกจากนี้องค์กรชุมชน และเครือข่ายในระดับจังหวัดนั้น ก็อาจให้การสนับสนุนทุน ข้อคิดเห็นตามกิจกรรมและประเด็น ปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งทำหน้าที่ประสานงานกับองค์กร สถาบันที่ให้การสนับสนุนแหล่งทุน ซึ่งเป็น ภาคีในระดับประเทศ ส่วนองค์กรเครือข่ายในระดับประเทศก็จะทำหน้าที่ในการสนับสนุนทุน ทรัพยากรและการให้แนวนโยบายที่เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศ

อย่างไรก็ตาม ทุกองค์กรชุมชน ทุกเครือข่าย และทุกระดับการทำงาน อาจจะมีการ ประสานเชื่อมโยงความร่วมมือในมิติอื่นก็ได้ ซึ่งการกำหนดบทบาทและการทำงานที่ชัดเจนจะช่วยให้ การกิจและกระบวนการทำงานขององค์กรชุมชนและเครือข่ายบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการทำงานระดับท้องถิ่นนั้น องค์กรชุมชนและเครือข่ายที่เป็น “ทีมทำ” จะต้องมียุทธศาสตร์อย่างชัดเจนในการร่วมนำเสนอแนวคิด ประสพการณ์ และแสวงหาทางเลือกที่เหมาะสม

ในการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาท้องถิ่นที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนในพื้นที่ ซึ่งผลรวมของการทำหน้าที่ขององค์กรชุมชนเครือข่ายในระดับต่างๆ นั้น ล้วนมีเป้าหมายหลักอยู่ที่ “ทีมเรียนรู้” ซึ่งเป็นประชาชนในท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศ

ปัจจุบัน “เครือข่ายทางสังคม” ได้เกิดขึ้นอย่างมากมายในสถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ละครเวที ชุมชน ที่ทำงาน บริษัทขนาดใหญ่ หรือองค์กรระหว่างประเทศ ซึ่งถ้าหากพิจารณาอย่างแท้จริงแล้วจะพบว่า องค์กรชุมชนและสังคมเครือข่ายนั้นเกิดขึ้นด้วยปัจจัยหลายประการทั้งในด้านบวกและลบ โดยเฉพาะสังคมเครือข่ายในยุคสารสนเทศ เกิดขึ้นพร้อมกับความไม่เท่าเทียมในสังคม การแบ่งขั้วเป็นฝักฝ่าย การกีดกันทางสังคม วิกฤตการณ์ของภาครัฐที่ไม่อาจรักษาสัญญาในการจัดสวัสดิการแก่ประชาชน และความแข็งตัวของสถาบันภาครัฐซึ่งเป็นอุปสรรคต่อกระบวนการพัฒนาและกำลังพ่ายแพ้ต่อความยืดหยุ่นของการทำงานในท้องถิ่น นอกจากนี้ การรุกเข้ามาของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ที่ใช้อำนาจของเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการครอบงำความคิด ทุน และการจัดการ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีส่วนผลักดันให้เกิดการก่อตัวเป็น “องค์กรชุมชนและเครือข่ายใหม่”

“เครือข่ายสังคม” เป็นองค์กรในการจัดการกิจกรรมของมนุษย์ในรูปแบบใหม่ ที่เริ่มต้นจากผู้คนในกลุ่มเล็กๆ องค์กรเล็กๆ ที่ร่วมกันสร้างชุมชนหรือพื้นที่ของตนเองขึ้นมา เพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกผูกพัน ความสนใจในการแก้ไขปัญหา หรือมีแรงปรารถนาที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งร่วมกัน ด้วยความคาดหวังและการกำหนดแนวทางของการดำรงอยู่ในพื้นที่นั้นๆ ภายใต้เงื่อนไขที่ทำให้องค์กรชุมชนและเครือข่ายนั้นมีอัตลักษณ์ มีการสร้างพื้นที่ทางสังคม มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อยึดหยัดต่อสู้กับสิ่งรุกรานจากภายนอก อันได้แก่ การครอบงำของเครือข่ายทุนนิยม ระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ และเครือข่ายอาชญากรรม เป็นต้น ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานในท้องถิ่นต่างๆ ถึงแม้ว่าจะอยู่ในชนบทที่ห่างไกล องค์กรชุมชนและเครือข่าย จะดำรงอยู่ต่อไปได้ด้วยการสร้างความร่วมมือและสร้างวัฒนธรรมใหม่ที่ประกอบด้วยความรู้สึกร่วมและมีการปรับบทบาทระหว่างกัน เพื่อให้กระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นเป็นการสร้างความสมดุลและความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงและความขัดแย้งในสังคม โดยวัฒนธรรมใหม่ที่เกิดขึ้นนั้น จะค่อย ๆ เข้าไปทำลายโครงสร้างบางประการที่ไม่พึงปรารถนาของวัฒนธรรมดั้งเดิม กล่าวคือ องค์กรชุมชนและสังคมเครือข่าย จะเข้าไปแทนที่โครงสร้างทางอำนาจเดิมที่มีความแข็งตัวและไม่ตอบสนองต่อกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาของประชาชน ดังนั้น การสร้างตัวตนและการปรับบทบาทระหว่างกันขององค์กรชุมชนและเครือข่าย รัฐ ทุนนิยม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการก้าวเดินของทุกฝ่าย รวมทั้งองค์กรชุมชน เครือข่าย และการพัฒนาในระดับท้องถิ่น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยว

2.2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์มาตั้งแต่ยุคโบราณมีการเดินทางเพื่อไปค้าขายพบปะญาติพี่น้องเยี่ยมชมเคารพสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ไปเล่นกีฬาและไปด้วยเหตุผลต่างๆเป็นการเฉพาะตามความประสงค์ของผู้เดินทางในแต่ละช่วงเวลาในเวลาต่อมาจนถึงยุคปัจจุบันวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวจึงกลายเป็นกิจกรรมเชื่อมโยงระหว่างการเดินทางการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจองค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศอาทิงค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ตั้งแต่ปีค.ศ.1963 ว่าเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเดินทางด้วยความสมัครใจและเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้และ องค์การ IUOTO (International Union of Official Travel Organization) ซึ่งมีสถานภาพคล้ายองค์การชำนาญพิเศษของสหประชาชาติได้พิจารณาให้นิยามคำว่า นักท่องเที่ยวที่ประเทศต่างๆ ใช้ไม่เหมือนกันในอดีต ทำให้ยากต่อการนำสถิตินักท่องเที่ยวนานาชาติมาเปรียบเทียบกัน หรือใช้เพื่อพิธีการเข้าเมือง หรือทางศุลกากร ฯลฯ ดังนั้น ในปี พ.ศ. 2506 องค์การ IUOTO จึงได้ประกาศนิยาม คำว่า Visitor หรือผู้มาเยือนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. Tourist หรือนักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชั่วคราวและมาพักผ่อนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในประเทศที่เยี่ยมเยือนและมีเหตุจูงใจ คือ

1.1 การใช้เวลาว่างเพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อการพักผ่อน เพื่อสุขภาพร่างกาย เพื่อการศึกษา เพื่อการศาสนา และเพื่อการกีฬา

1.2 การจัดดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัว การปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมายและการประชุมต่างๆ

2. Excursionist หรือนักทัศนจร หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชั่วคราวที่เข้าไปอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง โดยมิได้พักค้างคืน

McIntosh; & Goeldner กล่าวว่าท่องเที่ยวหมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆที่เกิดขึ้นมาจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจรัฐบาลผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้านในกระบวนการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน⁴

มิลล์ (Mill.) กล่าวว่าการท่องเที่ยวหมายถึงการจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจการบริการและการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว⁵

⁴Robert W. McIntosh, Charles R. Goeldner. (1986). *Tourism: Principle, Practices Philosophies*, 5th.ed. New York: John Wiley and Sons, Inc.

คอลท์แมน (Coltman. 1989: 3) กล่าวว่าการท่องเที่ยวหมายถึงความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยวผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวหน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่นและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ⁶

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2549: ออนไลน์) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวตามความหมายขององค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปีพ.ศ. 2506 ว่าด้วยการท่องเที่ยวหมายถึงกิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการคือ

1. ต้องมีการเดินทาง
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน
3. ต้องมีจุดหมายของการเดินทาง⁷

การให้ความหมายการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬานี้ สอดคล้องกันกับ World Tourism Organization หรือ WTO ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวว่าการเดินทาง ใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ

1. เป็นการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้นผู้เดินทางเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้⁸

ในขณะที่ เดวิดสัน (Davidson, Rob) ให้ความหมายในทิศทางเดียวกันว่าหมายถึงการเดินทางออกจากที่พักในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เป็นการชั่วคราวเพื่อการเยี่ยมญาติมิตรหรือวัตถุประสงค์ด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพเช่นการพักผ่อนการเล่นกีฬาการประชุมการสัมมนา⁹

ปรีชาแดงโรจน์ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำและเป็นการเดินทางที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

⁵ Mill, Robert Christie. (1990). *Tourism The International Business*. New Jersey: Prentice Hall. Pond, Kathleen Lingle. (1993). *The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*, New York: Van Nostrand Reinhold p.359

⁶ Coltman, MM (1989). *Tourism Marketing*. New York : Van Nostrand Reinhold. p3

⁷ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *ความหมายของการท่องเที่ยว*. <http://www.mots.go.th>.

⁸ World Tourism Organization (WTO) อ้างถึงใน ศรีญายารากุลวิทย์. (2546). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. โรงพิมพ์เฟื่องฟ้าพรีนส์ พระนครศรีอยุธยา : สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสกรี, หน้า 2

⁹ Davidson, Rob. (1995). *Tourism*. 2nd.ed. Singapore. Longman: Group Limited.p2

โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่รวมทั้งยังมีการให้คำจำกัดความเพิ่มไว้อีกด้วยว่าจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและไม่อยู่ประจำแต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง¹⁰

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งหรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ อันเป็นกิจกรรมที่มนุษย์กระทำเพื่อไปสัมผัสสภาพที่แตกต่างจากที่เป็นอยู่โดยอาจพักแรมหรือไม่พักแรมณที่นั้นก็ได้เพื่อผ่อนคลายพักผ่อนหย่อนใจศึกษาประชุมสัมมนาประกอบธุรกิจชมนิทรรศการเยี่ยมเยียนเพื่อนหรือญาติมิตรและสร้างความรื่นรมย์ให้กับชีวิต

2.2.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้ตามความสนใจมีนักวิชาการได้นำเสนอองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้หลากหลายทัศนะดังนี้คือ

Mcintosh; Goildner; & Ritchie ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่ามี 4 ประการคือ

1. นักท่องเที่ยวซึ่งต้องใช้จ่ายในการเดินทางอย่างน้อยที่สุดเป็นค่าอาหารค่าที่พักค่าของที่ระลึกและการบริการอื่นๆซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะหมุนเวียนกระจายไปในธุรกิจบริการต่างๆของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นโดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทคือ

- 1.1 นักท่องเที่ยวค้างคืน (Tourism) ได้แก่ผู้มาเยือนชั่วคราวโดยพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 24 ชั่วโมงเพื่อใช้เวลาว่างในการพักผ่อนบันเทิงสุขภาพศาสนาศึกษาและการกีฬาหรือเพื่อธุรกิจการเยี่ยมญาติการปฏิบัติภารกิจต่างๆและการประชุมสัมมนา

- 1.2 นักท่องเที่ยวไม่ค้างคืน (Excursionist) หรือโดยทั่วไปใช้คำว่านักท่องเที่ยวได้แก่ ผู้มาเยือนเป็นการชั่วคราวโดยใช้เวลาอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมงทั้งนี้รวมถึงผู้โดยสารที่มาถึงเรือเดินสมุทรด้วย

2. ธุรกิจซึ่งทำหน้าที่จัดหาสินค้าและบริการต่างๆรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้แก่การคมนาคมขนส่งที่พักแรมร้านอาหารและภัตตาคารบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ร้านค้าของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง

¹⁰ ปรีชาแดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.

3. รัฐบาลของประเทศหรือของท้องถิ่นซึ่งทำหน้าที่จัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่เอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเช่นถนนท่าเรือท่าอากาศยานระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัยเป็นการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศและเพื่อความสะดวกสบายของคนในท้องถิ่น

4. ประชาชนในประเทศนั้นๆซึ่งมีบทบาทสำคัญในการต้อนรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือนท้องถิ่นนั้นซ้ำอีกหรืออาจชักชวนผู้ไม่เคยมาเยือนให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรวมถึงการแสดงความมีน้ำใจให้ความช่วยเหลือและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนเองให้ยั่งยืนต่อไป¹¹

ในขณะที่ Inskeep กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมมีหลายประเภทได้แก่ แหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์วัฒนธรรมที่มีรูปแบบเฉพาะเช่นชนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตการแต่งกายศิลปะหัตถกรรมกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่น่าสนใจเช่นการปลูกชาหรือการพาราความแตกต่างระหว่างในเมืองกับชนบทพิพิธภัณฑ์เทศกาลต่างๆรวมถึงความบันเทิงและกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจด้วย¹²

Lundberg (1985) กล่าวว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย

1. ร้านอาหาร
2. ที่พักประกอบด้วยโรงแรมรีสอร์ทคอนโดมิเนียมบ้านจัดสรร ฯลฯ
3. การขนส่งประกอบด้วยรถยนต์เครื่องบินรถเช่ารถโดยสารไฟและเรือ
4. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยการศึกษาตลาดการศึกษาความเป็นไปได้ด้านสถาปัตยกรรมวิศวกรรมและสถาบันการเงิน
5. การวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วยประชากรพฤติกรรมจิตวิทยาการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์
6. ส่วนราชการประกอบด้วยสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติสำนักงานการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคและสำนักงานการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น
7. นักการตลาดท่องเที่ยวประกอบด้วยตัวแทนนำเที่ยวบริษัทนำเที่ยวและบริษัทนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
8. สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวประกอบด้วยสวนสาธารณะพิพิธภัณฑ์ของเมืองสวนและบ้านที่มีความยิ่งใหญ่และสวยงาม

¹¹ McIntosh, R.W.; Goeldner, C.R.; & Ritchie, Jr.B. (1995). *Tourism: Principle, Practices, and Philosophies*. New York: John Wiley & Sons. p. 9-10

¹² Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning : An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold. p.80

9. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการประกอบด้วยอุทยานแห่งชาติสถานที่ตั้งแคมป์การแสดงดนตรีคอนเสิร์ตและโรงมหรสพ

10. อื่นๆประกอบด้วยสถานบริการศูนย์บริการร้านขายของร้านเสื้อผ้าการถ่ายภาพและอุปกรณ์กีฬา¹³

Gee, Choy and Makens ได้แบ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ 3 กลุ่มใหญ่ๆได้แก่

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยวได้แก่ธุรกิจที่พักร้านอาหารบริษัทการบินบริษัทขนส่งต่างๆตัวแทนนำเที่ยวร้านค้าปลีก เป็นต้น

2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและทางอ้อมต่อนักท่องเที่ยวได้แก่ธุรกิจจัดนำเที่ยวธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยวธุรกิจวิจัยตลาดและข้อมูลตลาดการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆที่พัฒนาการท่องเที่ยวโดยทางตรงและทางอ้อมได้แก่นักวางแผนและพัฒนาหน่วยงานของรัฐและเอกชนสถาบันการเงินธุรกิจก่อสร้างสถาบันการศึกษาและฝึกอบรม เป็นต้น¹⁴

ส่วน วรรณวงศ์วานิช ได้เสนอองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้ 7 องค์ประกอบ ดังนี้คือ

1. นักท่องเที่ยว
2. สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว
3. การคมนาคมขนส่ง
4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ
5. ด้านความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวก
6. องค์ประกอบด้านพื้นฐาน
7. การสนับสนุนในด้านอื่นๆ เช่น การเงิน การธนาคาร ระเบียบต่างๆของสถานที่หรือแหล่งค้นคว้าความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีต่อกัน¹⁵

จากข้อมูลข้างต้นอาจจะสรุปได้ว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย

- 1) สภาพกายภาพและข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ได้แก่ที่ตั้งเขตการปกครองสภาพภูมิศาสตร์

¹³Lundberg, D.E. (1985). *The Tourism Business*. 5th ed. New York: Van Nostrand Reinhold.

¹⁴Gee, C.Y.; Choy, D.J.L. and Makens, J.C. (1984). *The Travel Industry*. 2nd ed. New York: Van Nostrand Reinhold. p.

¹⁵วรรณ วทวณิช. (2546). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- 2) ทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านธรรมชาติประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
- 3) ตลาดการท่องเที่ยวได้แก่นักท่องเที่ยวที่มาของนักท่องเที่ยวพาหนะที่ใช้เดินทาง
กิจกรรมการเข้ามาฤดูกาลทัศนคติและความต้องการ
- 4) ความพร้อมทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานการบริการข้อมูลข่าวสาร
สถานที่/สิ่งแวดล้อม
- 5) การเข้าถึงได้แก่ระบบเส้นคมนาคมขนส่งความสะดวกในการเข้าถึง

2.2.1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบในเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมดังนี้

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1. เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ
2. ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน
3. ก่อให้เกิดการกระจายรายได้
4. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น
5. ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศ

1. ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น
2. ช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่นช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
3. ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา
4. ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น
5. ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่าย
6. ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคีด้านการเมือง
7. ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
8. ส่งเสริมความมั่นคงปลอดภัย และภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ

2.2.1.4 ลักษณะของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายลักษณะด้วยกันโดยขึ้นอยู่กับจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวซึ่งแบ่งได้เป็น 7 ประเภทดังนี้¹⁶

1. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬาเล่นกีฬาแช่น้ำพุแร่รักษาโรคการอาบแดดและการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ
2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Intensive tourism) เป็นการท่องเที่ยวจัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานเป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อดูงานการสันทนาการโดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด
3. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานและโบสถ์เก่าๆ ที่เน้นความรู้เรื่องในอดีตอาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์โบสถ์วิหารวังต่างๆ
4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business tourism) มีลักษณะเด่นคือการประชุมหรือพบปะกันหรือการสัมมนาซึ่งมักจะรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ด้วย
5. การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม (Culture tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและในบางครั้งเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่าๆ ที่หายากท้องถิ่นเก่าๆ ที่มีความน่าสนใจเป็นที่ดึงดูดความสนใจ
6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตเห็นแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ซึ่งรวมทั้งการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอนการเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อนและเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่างๆ
7. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์แต่เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าเน้นที่ชาติพันธุ์มนุษย์การกลับคืนสู่ธรรมชาติและการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพ
8. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาและเรียนรู้หาประสบการณ์ที่ไม่สามารถหาได้ในห้องเรียน

2.2.2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

2.2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

ความหมายของผู้ประกอบการ

ตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษของอ็อกฟอร์ด (Oxford Dictionary, 1998, p.112) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ (Entrepreneur) สรุปไว้ว่าเป็นผู้ซึ่งพยายามสร้างกำไรจากการเสี่ยงและ

¹⁶ อุดม เขียววงศ์ และคณะ. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว .2548 หน้า 42-49

แนวความคิดริเริ่มด้วยตนเองรวมทั้งพจนานุกรมภาษาอังกฤษของเว็บสเตอร์ (Webster Dictionary, 2000, p.112) ก็ได้ให้ความหมายในลักษณะเดียวกันว่าผู้ประกอบการหมายถึงบุคคลที่จัดตั้งองค์กรกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไรซึ่งในความหมายดังกล่าวนี้จะเน้นที่ตัวบุคคลที่เป็นผู้ดำเนินการเป็นหลักแต่แตกต่างกันในความหมายประเด็นของบทบาทหน้าที่หรือลักษณะของงานที่เกี่ยวข้องกันอยู่ซึ่งกล่าวเป็นสังเขปได้ดังนี้คือ

ในความหมายของการเป็นผู้บริหารกิจการผู้ประกอบการหมายถึงผู้ที่จัดตั้งองค์กรใหม่หรือคนที่ริเริ่มกิจการขึ้นมาคอยผลักดันให้กิจการก้าวหน้าไปและเป็นคนที่คอยปลุกพลังงานให้แก่กิจการ (ปรีชา ทิวะหุต และ สุพัตรา มั่นพลศรี, 2536 หน้า 1) หรือผู้ที่จัดตั้งองค์กรและพัฒนาบริหารงานรวมทั้งยอมรับความเสี่ยงทางกิจการเพื่อผลกำไร (Kuratko & Hodgetts, 1998, p.30) นอกจากนี้ยังหมายถึงบุคคลที่จัดตั้งองค์กรกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไรเป็นผู้จัดระเบียบและดำเนินการขนาดย่อมเพื่ออะไรและความพอใจในด้านจิตวิทยา (สุสติ รุมาคม, 2529, หน้า 33) ส่วนในความหมายของการเป็นผู้ดำเนินการจัดการกิจการโดยหน้าที่พื้นฐานแล้วผู้ประกอบการคือผู้ที่นำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ ได้แก่ทุนที่ดินและแรงงานมาผสมผสานจัดสรรเสี่ยงและตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อก่อให้เกิดการผลิตหรือบริการเพื่อจำหน่ายให้แก่บุคคลทั่วไปด้วยตัวเอง รวมทั้งจะต้องเป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางกิจการใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาและจะต้องมีความอดทนมุ่งมั่นกล้าตัดสินใจและกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ของตนเองนั้นมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าในเชิงพาณิชย์อีกด้วยและต้องเป็นผู้ที่ริเริ่มและยินดีที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบกิจการโดยรวบรวมผสมผสานปัจจัยการผลิตทั้งหลายเข้าด้วยกันและนำสติปัญญาประสบการณ์และวิทยาการด้านการผลิตและการจัดการที่เหมาะสมจัดการให้เกิดการผลิตสินค้าหรือการจำหน่ายหรือการให้บริการแก่ผู้เกี่ยวข้อง (อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2543, หน้า 3) ดังนั้นผู้ประกอบการหมายถึงบุคคลที่ก่อตั้งองค์กรเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินการเพื่อผลกำไรและความพอใจหรือเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหาการวางแผนอย่างรอบคอบและตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการรวมทั้งผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ทำงานอย่างสร้างสรรค์มีมุมมองในแง่ดีตามพันธะในการจัดสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่หรือความสามารถเท่าไปรวมกันเป็นลักษณะใหม่เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่นคงแก่กิจการ

บทบาทของผู้ประกอบการ การที่ผู้ประกอบการคือผู้ที่ริเริ่มกิจการขึ้นมาและดำเนินการกิจการขึ้นมาและดำเนินการกิจการอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งที่จะกิจการประสบความสำเร็จและก้าวหน้ายิ่งขึ้นไปโดยธรรมชาติแล้วผู้ประกอบการกิจการส่วนมากมักจะเริ่มกิจการของตนจากขนาดเล็กแล้วจึงค่อยๆ เติบโตขึ้นเมื่อการดำเนินงานได้ประสบผลสำเร็จเป็นขั้นๆ ตามลำดับขณะเดียวกันผู้ประกอบการในกิจการขนาดเล็กนับได้ว่าเป็นผู้เล็งเห็นถึงโอกาสหรือความต้องการที่สามารถจัดตั้ง

กิจการขึ้นมาให้บริการตอบสนองลูกค้าและสังคมได้กิจการขนาดเล็กกลายเป็นกิจการที่มีจำนวนมากและมีบทบาทยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจในการสร้างคุณค่าต่างๆทั้งภาคการผลิตการขายและการบริการต่างๆ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2529, หน้า 144-145 ; Kuratlo & Hodgetts, 1998, pp.1-3)

บทบาทของผู้ประกอบการในกิจการขนาดเล็กเริ่มต้นจากเจ้าของกิจการนับว่ามีความสำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและโอกาสที่กิจการเหล่านี้จะเติบโตกลายเป็นกิจการขนาดใหญ่ความสำเร็จขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการเป็นสำคัญดังนั้นผู้ประกอบการจะปฏิบัติภารกิจในบทบาทดังต่อไปนี้ (Longenecker, Moore, Moore, & Petty, 1994, pp.23-29) บทบาทของนักลงทุนเนื่องจากการเริ่มกิจการส่วนมากเกิดจากผู้ประกอบการมีความมั่นใจในความคิดของตนเองแต่ไม่มีผู้ร่วมทุนทำให้การลงทุนในกิจการครั้งแรกต้องเป็นเงินส่วนตัวดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ที่กล้าเสี่ยงลงทุนเพื่อลงมือทำประโยชน์ต่อสังคมโดยพิสูจน์ความสามารถให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม 1. บทบาทของผู้จัดการแม้ว่ากิจการที่ตั้งขึ้นจะเป็นเพียงกิจการขนาดเล็กในฐานะผู้ประกอบการจำเป็นต้องประกอบภารกิจในฐานะผู้จัดการเพื่อให้สามารถดำเนินการตามเป้าหมายของกิจการได้จนบรรลุผลสำเร็จโดยผู้ประกอบการต้องหาความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ในการจัดการและต้องพยายามสร้างสมประสบการณ์ในการจัดการให้มากขึ้นด้วย 2. บทบาทของผู้นำโดยปกติกิจการขนาดเล็กมักจะจ้างบุคคลเข้ามาทำงานตามความเหมาะสมขององค์กรทำให้ผู้ประกอบการต้องมีบทบาทในการเป็นผู้นำอย่างเด่นชัดโดยต้องเป็นผู้บุกเบิกริเริ่มงานใหม่ๆรวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพงานปัจจุบันและผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีมโดยอาศัยศิลปะในการปกครองตลอดจนส่งเสริมขวัญและกำลังใจอีกทั้งพัฒนาลูกน้องให้เติบโตก้าวหน้าเทคโนโลยีใหม่ๆที่เกี่ยวข้องกับงานด้วย 3. บทบาทของผู้สร้างสรรค์สังคมเมื่อผู้ประกอบการได้ริเริ่มกิจการเพื่อช่วยเหลือและทำประโยชน์กับสังคมและผู้บริโภคในเชิงเศรษฐศาสตร์แล้วหากว่ากิจการเติบโตและขยายตัวออกไปนอกจากเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้วผู้ประกอบการยังสามารถกระทำเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่มุ่งดำเนินการแบบมุ่งกำไรเพียงอย่างเดียวหรือทำกิจการที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้บริโภคหรือชุมชนจึงจะได้ชื่อว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณค่าสมควรแก่การยกย่องของสังคมและการสนับสนุนของประชาชนหรือลูกค้าต่อไปบทบาทที่สำคัญของผู้ประกอบการตามแนวความคิดของนักเศรษฐศาสตร์ก็คือการนำสิ่งประดิษฐ์คิดค้นใหม่ๆมาใช้เป็นประโยชน์และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต (เอ็ดมอนด์พรวงศาโรจน์, 2522, หน้า 45) มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งอันจะเป็นบ่อเกิดของลักษณะสินค้าและบริการชนิดใหม่ๆที่เกิดขึ้นมาเป็นกิจการและอุตสาหกรรมชนิดต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคให้มากขึ้น (ธีรยุสวัฒน์สุโข, 2542, หน้า 65)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจหรือความได้เปรียบในการแข่งขันคือความสามารถหลักของธุรกิจ (Core Competencies) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้อธิบายถึงนัยสำคัญที่มีผลกระทบทางทฤษฎีและการปฏิบัติการทางกลยุทธ์ธุรกิจโดยอ้าง

ถึงสิ่งที่รวมกันของทักษะและเทคโนโลยีซึ่งทำให้บริษัทสามารถผลิตบางสิ่งบางอย่างที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้าและดำเนินไปอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาทั้งยังใช้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดการแข่งขันและความคิดใหม่เกี่ยวกับกลยุทธ์ในเทอมของความสามารถมากกว่าหน่วยกลยุทธ์ธุรกิจ (Durand, 1998 อ้างถึงในดนัยเทียนพุฒ, 2545, หน้า 105-106) โดยสรุปแล้วฮาเมลและพราฮาดีด (Hamel & Prahalad, 1994 อ้างถึงในดนัยเทียนพุฒ, 2545, หน้า 106-111) ให้ความหมายของความสามารถหลักของธุรกิจว่าเป็นสิ่งที่รวมกันของทักษะและเทคโนโลยีมากกว่าทักษะหรือเทคโนโลยีเดี่ยวๆและความสามารถหลักของธุรกิจจะเป็นดังนี้ 1.เป็นสิ่งที่แทนผลรวมการเรียนรู้การข้ามชุดทักษะของแต่ละบุคคลและแต่ละหน่วยของบุคคลในองค์กร 2.เป็นสิ่งที่ไม่เหมือนความรู้ที่มีอยู่เป็นประจําอย่างครบถ้วนในแต่ละบุคคลหรือทีมเล็กๆ 3.เป็นประตูไปสู่โอกาสในอนาคต 4.เป็นชุดของทักษะและเทคโนโลยีที่ทำให้บริษัทสามารถกำหนดประโยชน์ที่เจาะจงโดยเฉพาะต่อลูกค้า 5.การแข่งขันด้านความสามารถไม่ใช่ระหว่างผลิตภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์หรือแม้กระทั่งธุรกิจกับธุรกิจแต่เป็นบริษัทกับบริษัท 6.ความสามารถหลักของธุรกิจเป็นรากแก้วของการแข่งขันโดยที่ผลิตภัณฑ์และบริการคือผลผลิต

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

ความหมาย ในยุคปัจจุบันการแข่งขันในตลาดโลกได้ให้ความสำคัญในการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตนจำหน่ายเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งซึ่งสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) กระทรวงวัฒนธรรมได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคมโดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี ทั้งนี้ หากพิจารณาความหมายของคำว่า วัฒนธรรมตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานซึ่งให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรมไว้ว่าสิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะและวิถีชีวิตของหมู่คณะในพระราชบัญญัติวัฒนธรรมพ.ศ. 2485 โดยที่หมายถึงลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงามซึ่งสำหรับความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชนทางวิทยาการนั้นก็หมายถึงพฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่ได้มีการผลิตหรือสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกันและร่วมใช้อยู่ในพวกของตนซึ่งเมื่อดูความหมายของคำว่าวัฒนธรรมตามพจนานุกรมแล้วการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงน่าจะหมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งศึกษาเรียนรู้ เพื่อให้เข้าใจถึงความเจริญงอกงามในด้านต่างๆ ของคน สังคมวิถีชีวิตของท้องถิ่นต่างๆ โดยสามารถศึกษาได้จาก

ประวัติศาสตร์ ตำนานปราชญ์ท้องถิ่นภูมิสถาปัตย์ วิถีชีวิต การงานอาชีพ ศิลปะประเพณี นาฏศิลป์ ทั้งในอดีตและปัจจุบันทั้งนี้ได้มุ่งในการที่จะต้องสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมาหรือว่าต้องดำรงสภาพเดิมแต่ครั้งอดีตมา หากแต่ศึกษาความเป็นมา (อดีต) เพื่อสร้างความเข้าใจเพื่อที่จะรับรู้ความเป็นจริงในปัจจุบัน ได้โดยความเข้าใจซึ่งการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นสามารถทำได้หลายรูปแบบและหลายแนวคิด

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้ นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์เยี่ยมชม งานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้นโดยเฉพาะประเทศในแถบ เอเชียและแอฟริการวมถึงชื่อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคน ในประเทศนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเราเรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยว เชิงศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย

- 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์
- 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์
- 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม
- 4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
- 5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา
- 6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์
- 7) ภาษาและวรรณกรรม
- 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร
- 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ
- 10) ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น¹⁷

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัด

ปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ” หรือ “ทัวร์ไหว้พระ” ได้รับความนิยมต่าง ๆ นับเป็นอีก รูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างยิ่งสำหรับคนไทยทั้งนี้เพราะตามคติความเชื่อที่ ถือว่าการได้มาสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ร่วมทำบุญบริจาคทาน จะนำความเป็นสิริมงคลมาสู่ชีวิต และ สร้างจิตใจที่ผ่องใสมาสู่ผู้ปฏิบัติ

¹⁷ <http://masterplan.andamanecotourism.com/> <http://www.osmsouth-w.moi.go.th/file-data/933207.pdf>

1) ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับวัด วัดหมายถึงสถานที่ทางศาสนาซึ่งมีเสนาสนะและอาคารถาวรวัตถุต่างๆเป็นที่พำนักอยู่อาศัยศึกษาปฏิบัติธรรมวินัยและประกอบศาสนกิจของพระภิกษุสงฆ์ตลอดจนเป็นที่บำเพ็ญกุศลต่างๆของพุทธศาสนิกชนทั้งทางด้านจิตใจและกิจกรรมตามประเพณีนิยม รวมทั้งเป็นศูนย์กลางบริการทางการศึกษาและทางสังคม¹⁸

2) ชนิดของวัด ตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ในประเทศไทยพุทธศักราช 2505 กำหนดไว้ว่าวัดมี 2 ชนิดคือวัดที่ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาและสำนักสงฆ์ซึ่งวิสุงคามสีมาหมายถึงเขตพื้นที่ที่พระภิกษุสงฆ์ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตเพื่อใช้จัดตั้งวัดขึ้นแต่ในทางปฏิบัตินั้นเป็นการขอพระบรมราชานุญาตเฉพาะแต่บริเวณที่ตั้งพระอุโบสถเท่านั้นส่วนสำนักสงฆ์หมายถึงสถานที่ตั้งพำนักอาศัยของหมู่พระภิกษุสงฆ์ซึ่งไม่ได้ขอพระบรมราชานุญาตใช้ผืนที่ดินแห่งนั้นเพื่อจัดตั้งเป็นวัดขึ้น ดังนั้นสำนักสงฆ์จึงไม่มีโรงพระอุโบสถเพื่อใช้เป็นที่ทำสังฆกรรมวัดที่ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาถือว่าเป็นวัดที่ถูกต้องและมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย

3) ประเภทของวัด วัดแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือวัดหลวงหรือพระอารามหลวงหมายถึงวัดที่พระมหากษัตริย์หรือพระบรมวงศานุวงศ์ทรงสร้างหรือวัดที่รัฐบาลหรือราษฎรทั่วไปสร้างขึ้นแล้วทรงรับไว้ในพระบรมราชูปถัมภ์และวัดราษฎร์หมายถึงวัดที่ราษฎรทั้งหลายสร้างขึ้นตามศรัทธาและได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาถูกต้องตามกฎหมายจากทางราชการแล้วและช่วยกันทำนุบำรุงวัดสืบต่อกันมา

4) การใช้พื้นที่ของวัดโดยทั่วไปนิยมแบ่งเขตพื้นที่ภายในออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. เขตพุทธาวาส เป็นพื้นที่สำหรับพระสงฆ์ใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเป็นเสมือนสัญลักษณ์แห่งสถานที่ประทับขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าเพราะคำว่าพุทธาวาสมีความหมายเป็นสถานที่ประทับของพระพุทธเจ้าเขตพุทธาวาสมักประกอบด้วยสถาปัตยกรรมหลักสำคัญๆที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธองค์และพิธีกรรมต่างๆคือพระเจดีย์พระมณฑปพระปรางค์: เป็นอาคารที่สร้างเพื่อใช้เป็นศูนย์กลางหลักของวัดพระอุโบสถ: เป็นอาคารที่ใช้ประกอบพิธีกรรมในการทำสังฆกรรมพระวิหาร: เป็นอาคารที่ใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาระหว่างพระสงฆ์และฆราวาสเจดีย์รายเจดีย์ทิศ: เป็นอาคารที่ใช้บรรจุอัฐิหรือประกอบเพื่อให้ผังรวมสมบูรณ์หอรบะฆัง: คืออาคารที่ใช้เป็นเครื่องตีบอกเวลาสำหรับพระภิกษุสงฆ์ศาลาต่างๆเช่นศาลาราย: เป็นอาคารที่ใช้เป็นที่นั่งพักของผู้มาเยือนศาลาทิศ: เป็นอาคารที่ใช้ล้อมอาคารสำคัญสำหรับให้คฤหัสถ์นั่งพักหรือประกอบเพื่อให้ผังรวมสมบูรณ์พระระเบียง: เป็นอาคารที่ล้อมอาคารหลักสำคัญหรือล้อมแสดงขอบเขตแห่งพุทธาวาสพลับพลาเปลื้องเครื่อง: เป็นอาคารที่ใช้สำหรับเป็นที่พระมหากษัตริย์เปลี่ยนชุดฉลองพระองค์ในวาระที่ทรงเสด็จพระราชดำเนินเพื่อบำเพ็ญพระราชกุศล

¹⁸มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2550 ออนไลน์

2. เขตสังฆาวาส หมายถึง ขอบเขตบริเวณพื้นที่ส่วนหนึ่งของวัดที่กำหนดไว้ให้เป็นที่อยู่อาศัยของพระภิกษุสงฆ์เพื่อให้สามารถปฏิบัติภารกิจส่วนตัวที่ไม่เกี่ยวเนื่องกับพิธีการใดทางศาสนา โดยตรงคำว่าสังฆาวาสมาจากคำว่าสงฆ์เชื่อมกับคำว่าอาวาสแปลว่าที่อยู่แห่งหมู่สงฆ์พื้นที่บริเวณนี้จึงมักมีขอบเขตที่มีติดชิดและประกอบด้วยอาคารสถานที่สัมพันธ์เฉพาะกับกิจกรรมและวัตรปฏิบัติที่เป็นวิถีแห่งการดำเนินชีวิตของเพศสมณะเท่านั้นอันได้แก่กุฏิ: เป็นอาคารที่ใช้สำหรับอาศัยจำวัดหลักนอนกบปียกกุฏิ: คือโรงเก็บอาหารหอนั้น: เป็นอาคารที่ใช้สำหรับฉันภัตตาหารวัจจุฏิ: เป็นอาคารสำหรับใช้ขับถ่ายสาลาการเปรียญ: เป็นอาคารที่ใช้สำหรับเรียนหนังสือของพระสงฆ์หอไตร: เป็นอาคารที่ใช้สำหรับเก็บรักษาคัมภีร์ทางศาสนาชั้นตาสระ: คือโรงไฟและต้มน้ำเรือนไฟธรรมศาลา: คือโรงเทศนาธรรมห้องสงฆ์: ห้องสำหรับชำระกายสาลาท่าน้ำ: เป็นอาคารที่ใช้เป็นท่าและทางเข้าสู่วัดทางน้ำ

3. เขตธรณีสงฆ์หมายถึงเขตพื้นที่ในพระอารามที่วัดกำหนดพื้นที่บางส่วนที่เหลือจากการจัดแบ่งเขตสำคัญคือเขตพุทธาวาสและเขตสังฆาวาสให้เป็นเขตพื้นที่สำหรับเอื้อประโยชน์ใช้สอยในเชิงสาธารณะประโยชน์ในลักษณะต่างๆของวัดเช่นใช้เป็นพื้นที่เปิดโล่งเพื่อสร้างความร่มรื่นให้วัดหรือใช้เป็นสถานที่ก่อสร้างอาคารอื่นๆ เช่น สร้างเมรุสำหรับฌาปนกิจศพ ชุมชนตั้งโรงเรียนเพื่อการศึกษาแก่สังคมแบ่งเป็นพื้นที่ให้คฤหัสถ์เช่าเพื่อใช้เป็นแหล่งทำมาหากินอาทิการสร้างตึกแถวหรือทำเป็นตลาด เป็นต้น

การแบ่งพื้นที่วัดออกเป็น 3 ส่วนนี้ในเชิงการออกแบบทางสถาปัตยกรรมจึงหมายถึงส่วนหนึ่งคือเขตพุทธาวาสถูกใช้เป็นพื้นที่กึ่งสาธารณะ (Semi-public zone) อีกส่วนหนึ่งคือเขตสังฆาวาสที่ใช้เป็นพื้นที่ส่วนตัว (Private zone) เฉพาะของพระสงฆ์ส่วนเขตธรณีสงฆ์ก็เป็นเสมือนเขตพื้นที่สาธารณะ (Public zone) สำหรับคนทั่วไป

ดังนั้น เมื่อมีโอกาสได้ไปท่องเที่ยววัด ควรได้ศึกษาเรียนรู้คุณค่าของโบราณสถานและโบราณวัตถุ พุทธศิลป์และศิลปด้านจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ภายในบริเวณวัดซึ่งมีศิลปะทั้งงดงามและแฝงประวัติความเป็นมาที่สำคัญและน่าสนใจเพิ่มเติมด้วย

2.4 แนวคิดการท่องเที่ยวประเทศไทยกับประชาคมอาเซียน

เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2552 ผู้นำอาเซียนได้เห็นพ้องต้องกันเพื่อจัดตั้งประชาคมอาเซียนอันประกอบด้วย 3 เสาหลัก คือ 1) ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political and Security Community หรือ APSC) 2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economics Community หรือ AEC) และ 3) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (Asean Socio-Cultural Community – ASCC) ซึ่งเสาทั้ง 3 เสานี้เกี่ยวข้องและส่งเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในมิติต่างๆ เพื่อความมั่นคงและความรุ่งเรืองในภูมิภาคโดยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 (2015) จะใช้เสาหลักเสาที่สองเป็นตัวนำ มีวัตถุประสงค์ 4 ด้าน คือ

1. เพื่อเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Production Base)
2. สร้างขีดความสามารถทางเศรษฐกิจ (High Competitive Economic Region)
3. สร้างความเท่าเทียมในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Equitable Economic Development) และ

4. การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (Fully Integrated into Global Economy)

และในการประชุมอาเซียนครั้งที่ 13 ณ ประเทศสิงคโปร์ เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2550 ได้มีมติให้จัดทำแผนการจัดตั้งประชาคมอาเซียนที่เกี่ยวข้องกันกับการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ในมิติต่างๆ ที่ครอบคลุมในทุกด้าน

ประเด็นด้าน “ประชาชนเป็นศูนย์กลาง” เป็นประเด็นหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้ประชาชนตระหนักรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ที่จะร่วมกันตระหนัก และสร้างจารีต ค่านิยม ความเชื่อให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ท่ามกลางความแตกต่าง หลากหลายในทุกชนชั้นของสังคม ความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศสมาชิกด้วยกัน ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนาและอารยธรรม จึงทำให้เกิดการรวมกลุ่มสินค้าและบริการ 12 สาขา เพื่อเป็นการนำร่องถือว่าการเปิดเสรีด้านการค้าและบริการ ดังนี้คือ สาขาผลิตภัณฑ์เกษตร สาขาประมง สาขาผลิตภัณฑ์ยาง สาขาสินค้าสาขา ยานยนต์ สาขาผลิตภัณฑ์ไม้ สาขาอิเล็กทรอนิกส์ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาสุภาพ สาขาท่องเที่ยว สาขาการบิน สาขาโลจิสติกส์

นอกจากนี้ ประเทศในกลุ่มอาเซียนทั้ง 10 ประเทศได้ตระหนักดีว่าภาคบริการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งทางด้านยุทธศาสตร์ ต่อการเติบโตด้านเศรษฐกิจของภูมิภาค ซึ่งเป็นการพัฒนาอาเซียนในความหลากหลายทางวัฒนธรรม สังคม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ อาเซียนจึงได้มีการตั้งเป้าหมายการเจรจาการเปิดเสรีการค้าบริการ ซึ่งการท่องเที่ยวรวมอยู่ในการค้าบริการและมีการจัดทำแผนงานและข้อตกลงต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการจัดตั้งประชาคมอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2558

1. แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.2554-2558 (ASEAN Tourism Strategic Plan2011-2015) ซึ่งแผนฉบับนี้เกิดขึ้นจากความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างองค์กรด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียน กับโครงการ ASEAN Competitiveness Enhancement (The ACE Project) ซึ่งได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากองค์การเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา (USAID)โดยมอบหมายให้คณะผู้วิจัยจากวิทยาลัยนวัตกรรมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เป็นที่ปรึกษาในการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์นี้ ซึ่งโครงการดำเนินงานในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2553 ร่วมกับ ASEAN Secretariat และองค์กรด้านการท่องเที่ยวของประเทศอาเซียน (ASEAN NTOs) แผนดังกล่าวประกอบด้วย การวิเคราะห์สถานการณ์ทั่วไปด้านการท่องเที่ยวของ

อาเซียน วิสัยทัศน์และโครงสร้างองค์กรด้านการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนการดำเนินงานและรายละเอียดกิจกรรมตามแนวทางยุทธศาสตร์สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านการพัฒนาสินค้าบริการ การตลาดและการลงทุน
- 2) ด้านการพัฒนาคุณภาพบุคลากร การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว

3) ด้านการส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงด้านการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาค

2. แผนยุทธศาสตร์การตลาดด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.2555-2558 (ASEAN Tourism Marketing Strategy 2012-2015) แผนฉบับนี้ จัดทำโดยคณะผู้วิจัยจากวิทยาลัยนวัตกรรมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีเป้าหมายหลักคือการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือนมากกว่าหนึ่งประเทศในภูมิภาค เพื่อส่งเสริมการสร้างอาเซียนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความสามารถด้านการตลาดและทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศสมาชิกเป็นสำคัญ องค์ประกอบหลักของแผนประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มด้านการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภูมิภาค
2. การกำหนดกลุ่มตลาดลูกค้าเป้าหมายหลักของอาเซียน
3. การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยให้สอดคล้องกับ 4 กลุ่มสินค้าหลักที่กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน ได้แก่ (1) วัฒนธรรม (culture/heritage) (2) ธรรมชาติ(nature) (3) การเรียนรู้แบบใช้ชุมชนเป็นฐาน (community-based experiences) และ (4) การท่องเที่ยวทางน้ำ (cruise/river-based tourism)
4. การสร้าง ASEAN Brand
5. การกำหนดช่องทางการกระจายกลุ่มลูกค้า
6. การจัดตั้งคณะทำงานด้านการตลาดและการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อรับผิดชอบการดำเนินงานตามแผนที่วางไว้¹⁹

จากนั้นแต่ละประเทศในกลุ่มสมาชิกจะรับผิดชอบสาขาที่ตนถนัดเพื่อส่งเสริมการแบ่งงานกันผลิตสินค้าและบริการภายในอาเซียนด้วยกัน โดยจะเน้นใช้วัตถุดิบภายในอาเซียนเป็นหลัก ตามความถนัด เนื่องจากแต่ละประเทศมีวัตถุดิบที่ไม่เหมือนกัน ถ้าจะให้ผลิตทุกอย่าง จะเป็นการเพิ่มต้นทุนสินค้าแบบเสียเปล่า ดังนี้ คือ

¹⁹ วิภาณู ทราญอ่อน. บทความเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับ AEC : การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน”. คลังสารสนเทศ สถาบันนิติบัญญัติ. เข้าถึงใน http://www.parliament.go.th/ewtdadmin/ewtd/parliament_parcy/download/article/article_20150519104137.pdf

ตารางที่ 2.1 แสดงสาขาการผลิตสินค้าและบริการตามประเทศในประชาคมอาเซียน

ลำดับ	ประเทศ	สาขา
1.	พม่า	สาขาผลิตภัณฑ์เกษตร และสาขาประมง
2.	มาเลเซีย	สาขาผลิตภัณฑ์ยาง และสาขาสัตว์
3.	อินโดนีเซีย	สาขายานยนต์ และสาขาผลิตภัณฑ์ไม้
4.	ฟิลิปปินส์	สาขาอิเล็กทรอนิกส์
5.	สิงคโปร์	สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาสุขภาพ
6.	ไทย	สาขาการท่องเที่ยวและสาขาการบิน
7.	เวียดนาม	สาขาโลจิสติกส์

ที่ผ่านมา ประเทศไทยเองได้ตั้งเป้าเป็นศูนย์กลางอาเซียนในหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอาเซียน

Comparative Tourist Arrival ASEAN Country between 2011 – 2015

	ประเทศสมาชิก อาเซียน	2008	สัดส่วน%	2011	สัดส่วน %	ความ เปลี่ยนแปลง 2011/2010 (%)	อัตราเติบโต เฉลี่ย 08 11 (%)
1	มาเลเซีย	22,052,488	34.31	24,714,324	30.63	0.56	3.87
2	ไทย	14,584,220	22.69	19,230,557	23.84	19.8	9.66
3	สิงคโปร์	10,115,638	15.74	13,153,150	16.30	13.0	9.15
4	อินโดนีเซีย	6,234,497	9.70	7,649,731	9.48	9.2	7.06
5	เวียดนาม	4,207,895	6.55	6,014,031	7.45	19.1	12.64
6	ฟิลิปปินส์	3,139,422	4.89	3,917,454	4.86	11.3	7.66
7	กัมพูชา	2,001,434	3.11	2,881,862	3.11	14.9	12.92
8	ลาว	1,736,787	2.70	2,723,564	3.38	8.4	16.18
9	พม่า	193,319	0.30	391,176	0.48	25.9	26.48
	รวม	64,265,700	100.00	80,675,849	100.00	15.2	7.88

Source: PATA figures/NTB²⁰

²⁰ อ้างถึงใน ภาวเดช พยัฆวิเชียร. การเพิ่มศักยภาพของจังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียนด้านการท่องเที่ยว. โครงการสัมมนาข้าราชการกระทรวงมหาดไทย ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. 12 ธันวาคม 2012

ตารางที่ 2.2 แสดงความสำคัญที่แต่ละประเทศมีต่อทรัพยากรและประสบการณ์ท่องเที่ยว²¹

	วัฒนธรรม*	ธรรมชาติ	ล่องเรือ	เที่ยวทางทะเล	ผู้คน	เมือง	อาหาร	เที่ยวเชิงสุขภาพ	เทศกาลประเพณี	ผจญภัย	การพนัน	เที่ยวเชิงสร้างสรรค์	การศึกษา	MI CE	ศูนย์การเรียนรู้	การจ้างงาน	ธุรกิจ	หัตถกรรม	ท่องเที่ยวเชิง	จาริกแสวง
บรูไน	x	x	x	x					x					x					x	
กัมพูชา	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x						x	x	x
อินโดนีเซีย	x	x	x	x		x				x										
ลาว	x	x	x		x				x											
มาเลเซีย	x	x	x	x		x		x						x						
พม่า	x	x	x	x							x									x
ฟิลิปปินส์	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							
สิงคโปร์	x		x			x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x			
ไทย	x	x					x	x	x			x		x		x		x	x	
เวียดนาม	x	x	x	x	x		x													

ตารางที่ 2.3 อัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวในช่วง 3 ปี (2552-2554)

ลำดับ	ประเทศ	ร้อยละ
1.	พม่า	26.48
2.	ลาว	16.18
3.	กัมพูชา	12.93
4.	เวียดนาม	12.64
5.	ไทย	9.66
6.	สิงคโปร์	9.15
7.	ฟิลิปปินส์	7.66

²¹ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.2554-2558. หน้า 19

ลำดับ	ประเทศ	ร้อยละ
8.	อินโดนีเซีย	7.06
9.	มาเลเซีย	3.87

นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ทำแบบสำรวจช่วงวันที่ 30-7 ตุลาคม 2555 จำนวน 400 ตัวอย่างทั่วประเทศองค์กรผู้ประกอบการต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวมีการเตรียมพร้อมในการรับมืออาเซียนอยู่ในระดับหนึ่ง ดังนี้คือ

ตารางที่ 2.4 การเตรียมความพร้อมรับมือ AEC ของผู้ประกอบการ²²

ประเภทผู้ประกอบการ	ร้อยละ
ธุรกิจร้านอาหาร	22.1
ธุรกิจโรงแรม	37.9
ธุรกิจทัวร์	20.1
ธุรกิจขายตัว	10.1
ธุรกิจขายของฝาก/ของที่ระลึก	9.8

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรศักดิ์ พิมพ์เสน และคณะ ได้วิจัยเรื่อง “ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนผู้ไท บ้านโพน” พบว่า ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว สามารถจัดการท่องเที่ยวได้ 2 รูปแบบ รูปแบบที่ 1 คือการท่องเที่ยวแบบไป-กลับ ภายใน 1 วัน รูปแบบที่ 2 การท่องเที่ยวแบบค้างคืน ซึ่งปัจจุบันยังไม่เป็นรูปธรรมชัดเจน และนอกจากนี้ยังพบว่า โบราณสถานและโบราณวัตถุ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวด้านพระพุทธศาสนา ยังเป็นจุดที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว²³

สุเทพ พันประสิทธิ์ และคณะ ได้วิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา กรณีศึกษา : จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ” พบว่า มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ

²² ภราเดช พยัฆวิเชียร. เรื่องเดียวกัน

²³ สุรศักดิ์ พิมพ์เสน และคณะ. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนผู้ไท บ้านโพน.

แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษอุบลราชธานี โดยผลการวิเคราะห์การเชื่อมโยงจังหวัดชายแดนไทยกับเมืองเสียมราฐ นครวัด นครธมตามเส้นทางอริยประเทศ ศรีโสภณ เสียมราฐ และช่องสะงำ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดศรีสะเกษ กับเมืองอัลลองเวง เชื่อมต่อไปถึงเสียมราฐ และการเชื่อมโยงแหล่งวัฒนธรรมขอมกับภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทยโดยใช้ศักยภาพการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง งานแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ และปราสาทเขาพระวิหาร เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์จุดเด่น และโอกาสของจังหวัดชายแดน ได้ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ คือ

(1) กลยุทธ์การเชื่อมสระแก้ว ศรีสะเกษ สุรินทร์ โยงกับเมืองเสียมราฐ ด้านการค้าชายแดน เพื่อการส่งสินค้าไปตลาดประเทศกัมพูชา และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับกลุ่มโบราณสถานนครวัด นครธม

(2) กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพด้านบริการและแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด เสริมความน่าสนใจของแหล่งวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดแสดงสีเสียด การท่องเที่ยวสร้างเสริมความรู้ ประวัติศาสตร์โบราณคดี ธรรมชาติวิทยา เชิงนิเวศ เชิงเกษตร เชิงสุขภาพการกีฬา รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทางด้านนันทนาการ

(3) กลยุทธ์การยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(4) กลยุทธ์การสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์กิจกรรมเด่น การสร้าง Brand ของภูมิภาค และจังหวัด

(5) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของภาคเอกชน และท้องถิ่น มีการร่วมกันของการท่องเที่ยววัฒนธรรมประเพณี และหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล

(6) กลยุทธ์การพัฒนาความพร้อมของประเทศเพื่อนบ้านในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และเงินช่วยเหลือในโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

(7) การเปิดประตูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่อินโดจีน สร้างความเชื่อมโยงทั้งการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น

(8) กลยุทธ์การรณรงค์ท่องเที่ยวทางรถยนต์ เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวอิสระ²⁴

กฤติยาภรณ์ ไชยธวัช (2533, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม : ศึกษาเปรียบเทียบ กรณีชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิม

²⁴ เทพ พันประสิทธิ์ และคณะ. “กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา กรณีศึกษา : จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ” สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) 2547

อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลจากการศึกษาภาคเอกสารพบว่า นโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลและการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงเรื่องความก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจ และทางด้านวัตถุที่จะนำไปสู่รายได้ ธุรกิจการปลูกสร้างอาคารสถานที่และเครื่องอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว อันเป็นปัจจัยผลประโยชน์ในแง่เศรษฐกิจเพียงด้านเดียว โดยขาดการคำนึงถึงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมของประชาชนในแง่ความคิดและการปฏิบัติ ศาสนาของชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิม

ส่วนผลจากการวิจัยภาคสนามพบว่า 1) กลุ่มชาวไทยพุทธและกลุ่มชาวไทยมุสลิมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการยอมรับกิจกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชากร กลุ่มดังกล่าวได้รับผลประโยชน์ในด้านรายได้จากการพัฒนาการท่องเที่ยวมากกว่าประชากรอีกสองกลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 2) การขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนหลายด้าน เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย ปัญหาค่าครองชีพสูง ปัญหายาเสพติด ปัญหาการลักขโมย ปัญหาอาชญากรรม ซึ่งมีแนวโน้มเกิดขึ้นกับกลุ่มประชากรที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มชาวไทยพุทธ 3) โดยทั่วไปกลุ่มชาวไทยมุสลิมจะเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อความคิดและการปฏิบัติศาสนามากกว่ากลุ่มชาวไทยพุทธ 4) แม้ว่าการยึดมั่นในความเชื่อถือ และการปฏิบัติศาสนาโดยทั่วไปจะคลายความเคร่งครัดลง ซึ่งพบมากในกลุ่มชาวไทยพุทธทั้งสองกลุ่มมากกว่ากลุ่มชาวไทยมุสลิมทั้งสองกลุ่ม ระหว่างกลุ่มชาวไทยมุสลิมทั้งสองกลุ่มเกิดขึ้นในกลุ่มแรกมากกว่ากลุ่มหลัง (กลุ่มชาวไทยมุสลิมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว) มีแนวโน้มเกิดขึ้นมาก ในกลุ่มวัยรุ่น ทั้งชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิมทั้งสองกลุ่ม

จินดารักษ์ แสงกาญจนวนิช (2534,บทคัดย่อ) ได้ศึกษาขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า วัดพระศรีรัตนศาสดารามเป็นโบราณสถานที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของประเทศ ไทย และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศ ส่วนระดับความหนาแน่นในปัจจุบันของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม อยู่ในระดับ 24.30 ตารางเมตรต่อคน และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่น ระหว่าง 14 - 26 ตารางเมตรต่อคน เฉลี่ย 18.61 ตารางเมตรต่อคน สำหรับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 32 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้าง รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 57,674 บาท และส่วนใหญ่ ที่มีอยู่ในเอเชีย ตะวันออกและแปซิฟิก รูปแบบการมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการ เดินทางมาวัดพระศรีรัตนศาสดารามเพื่อชมโบราณสถานที่มีความงามทางสถาปัตยกรรม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยว

กันเองและมาเที่ยวครั้งนี้เป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาในการเข้าชมระหว่าง 61 - 120 นาที และต้องการระยะห่างจากกลุ่มข้างเคียงระหว่าง 1 - 7 เมตร สภาพแวดล้อมของพื้นที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ แต่รู้สึก เหนื่อย ๆ ต่อสิ่งอำนวยความสะดวก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการกลับมาเที่ยววัดพระศรีรัตน- ศาสดาราม เนื่องจากประทับใจในความงามทางสถาปัตยกรรม ปัญหาที่ประสบ คือ เสียงดัง คนมาก และเวลาการจำหน่ายตั๋ว

สำหรับรูปแบบการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวประเภทมาเที่ยวกับบริษัทท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่นในบริเวณวัดมากกว่านักท่องเที่ยวประเภทมาเที่ยวด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการชมวัด 60 นาทีและต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่นในบริเวณวัดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการชมวัดมากกว่านั้น นักท่องเที่ยวที่ต้องการระยะห่างจากกลุ่มข้างเคียง 15 เมตรและมากกว่า มีความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่นบริเวณวัดมากกว่านักท่องเที่ยวที่ต้องการระยะห่างน้อยกว่า 15 เมตร จากการทดสอบทางสถิติโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ปัจจัยทางด้านรูปแบบการมาเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในบริเวณวัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ประเภทนักท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการชมวัดและระยะห่างจากกลุ่มข้างเคียงที่นักท่องเที่ยวต้องการ และสำหรับสภาพแวดล้อมของพื้นที่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่นบริเวณวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่นบริเวณวัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การวิเคราะห์เพื่อสร้างแบบจำลองในการพยากรณ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับความหนาแน่นบริเวณวัด โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน พบว่า ปัจจัยที่สามารถอธิบายหรือพยากรณ์ระดับความหนาแน่นที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจ ได้แก่ ระยะห่างจากกลุ่มข้างเคียง สภาพแวดล้อมทางกายภาพ อายุ เพศ สิ่งอำนวยความสะดวกและระยะเวลาในการชมวัด จากแบบจำลองในการพยากรณ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อระดับความหนาแน่นสามารถนำมาเป็นข้อเสนอแนะได้ กล่าวคือ หน่วยงานที่รับผิดชอบควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงระเบียบและการปฏิบัติตนขณะอยู่ในวัด และเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวหลายกลุ่มหรือหลายหมู่คณะในเวลาเดียวกัน ก็ควรจัดเจ้าหน้าที่คอยสอดส่องดูแลเป็นพิเศษ เพื่อ มิให้เกิดความแออัดหรือพลุกพล่านเกินไป ปรับปรุงที่จำหน่ายตั๋ว ให้เป็นที่สังเกตเห็นได้ง่าย การเปิดบริการจำหน่ายตั๋วตลอดเวลา ตั้งแต่ 08.30 - 15.30 น. เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก คู่มือนำเที่ยวที่ทางวัดแจกแก่นักท่องเที่ยว ควรจัดทำเป็นหลายภาษา นอกจากนี้ ควรจัดทำป้ายสำหรับอธิบายสิ่งต่าง ๆ

เพิ่มเติม รวมทั้งจัดวางผังขยะให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม โดยสิ่งเหล่านี้ควรมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมภายในวัด

พระมหาสุทิตย์ อาภากร และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนา รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย” เกิดขึ้นจากความสนใจที่จะศึกษาถึงอัตลักษณ์ เส้นทางการท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในสังคมไทย โดยมีโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ ในพื้นที่ 4 ภูมิภาคของสังคมไทย ได้แก่

1) รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : กระบวนการเปลี่ยนแปลง “เส้นทางบุญ” สู่ “เส้นทางธรรม”

2) รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในภาคเหนือ : กระบวนการเรียนรู้สู่การสร้างสรรค์เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

3) รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในภาคกลาง : การจัดการพุทธศิลป์ถิ่นสยามเพื่อความงดงามของจิตใจและปัญญา

4) รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในภาคใต้ : การสื่อสารคุณค่าและการพัฒนาเชิงบูรณาการ การศึกษารั้วนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในสังคมไทยจำนวน 150 วัด จากกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการในแต่ละภูมิภาคๆ ละ 250 ราย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อให้เห็นทิศทางของการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในสังคมไทย ผลการศึกษาพบว่า

1. ผลการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในสังคมไทย พบว่า มีเส้นทางการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่หลากหลาย ในมิติของความเชื่อทางพระพุทธศาสนา ประวัติศาสตร์ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยวัดที่มีความงดงามทางด้านพุทธศิลปกรรมและความเชื่อเรื่อง “พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์” จะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงมาก

2. ผลการศึกษารูปแบบ กิจกรรม อัตลักษณ์ และกระบวนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นพบว่า รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะปรากฏตามอัตลักษณ์ที่สำคัญตามคติความเชื่อของพระพุทธศาสนาและความเชื่อของท้องถิ่นแต่ละภูมิภาค และมีกระบวนการจัดการที่แตกต่างกันไปตามอัตลักษณ์ของวัดนั้น โดยมีรูปแบบ กิจกรรม อัตลักษณ์ และกระบวนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันใน 5 ด้าน คือ 1) รูปแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยวตามศรัทธาความเชื่อในพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ 2) รูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยวตามคติความเชื่อทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น 3)

รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความงดงามของแหล่งพุทธศิลปกรรม 4) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามแหล่งประวัติศาสตร์ทางพระพุทธศาสนาและประวัติศาสตร์ของบ้านเมือง และ 5) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการปฏิบัติธรรมและกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา

3. กระบวนการจัดการท่องเที่ยวของวัดในสังคมไทย พบว่า มีกระบวนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของวัดในมิติที่หลากหลายทั้งในเชิงกายภาพ การพัฒนาสังคม การพัฒนาจริยธรรม การจัดกิจกรรมเชิงพุทธ และการส่งเสริมการปฏิบัติธรรม

4. การประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในสังคมไทย ทั้งในด้านกายภาพ/สภาพแวดล้อม การจัดการพุทธศิลปกรรมภายในวัด การรองรับด้านสังคมและวัฒนธรรม การให้คุณค่าทางจิตใจและปัญญาตามหลักพุทธศาสนา การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการพัฒนาสังคม พบว่า วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยวได้ในระดับดี มีเพียงบางวัดที่มีความสามารถในการจัดการเชิงการท่องเที่ยวในระดับดีมาก และก็มีอีกหลายวัดที่ยังมีข้อจำกัดในการพัฒนากิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

5. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา พบว่า มี 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมและการจัดการในเชิงอำนาจการ 2) การมีส่วนร่วมและการจัดการในเชิงอำนาจ และ 3) การมีส่วนร่วมและการจัดการในเชิงการสนับสนุน

6. ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม พบว่า องค์กรต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมและมีความสัมพันธ์ในลักษณะของการเกื้อกูลต่อกันในทุกมิติ ทั้งในเรื่องของการใช้อำนาจเชิงกฎหมาย การอำนาจและการสนับสนุนเพื่อให้เกิดการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ และการสนับสนุน โดยมีองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่สำคัญ คือ กลุ่มคน สถานที่ท่องเที่ยว กลไกการตลาด การจัดการกิจกรรมท่องเที่ยว การเสริมสร้างความสัมพันธ์ องค์กรการจัดการและผลประโยชน์ ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดจะต้องมีกระบวนการที่เกี่ยวพันกัน

7. ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อวัดและวัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนา พบว่า มีผลกระทบทั้งในบวกและทางลบ เช่น การก่อให้เกิดรายได้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่วนกระทบทางลบ เช่น การขาดเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม การทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยมีปัญหา อุปสรรคการจัดการด้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาหลายประการ เช่น ปัญหาความเสื่อมโทรมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านสาธารณูปโภคและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว ปัญหาการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ปัญหาด้านการจัดการท่องเที่ยว ปัญหานิติบุคคลซ้ำซ้อน ปัญหาเรื่องการบริหารจัดการภายในวัด เป็นต้น ดังนั้น วัด ชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการอย่างเหมาะสมเพื่อความยั่งยืนของการเรียนรู้และการพัฒนาจิตใจและสังคม

สรุป เมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอย่างเป็นทางการใน พ. ศ. 2558 แม้จะมีแผนการพัฒนา ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวร่วมกันในกลุ่มประเทศภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงก็ตาม แต่ใน ขณะเดียวกันก็จะมีการแข่งขันกันเองสูงขึ้นจากเหตุผลที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่คล้ายกันกล่าวคือ ด้านวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีลึ้นน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งในภูมิภาคเดียวกัน และในภูมิภาคอื่นเช่นยุโรป อเมริกา หรือแม้กระทั่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงอย่างเกาหลีและญี่ปุ่น รวมถึงประเทศจีนจะสนใจและหันมาท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้มากขึ้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเตรียม ความพร้อมรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนก็จะมีพัฒนากันหลายรูปแบบเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อหวังเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาจำนวนมากแต่ผู้ศึกษาขอตั้ง ข้อสังเกตไว้ว่าการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวในประเทศไทยนั้นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวประการ สำคัญก็คือวิถีชีวิตดั้งเดิมประเพณีวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม และธรรมชาติเชิงนิเวศที่แตกต่างไปจากประเทศ ของนักท่องเที่ยววิถีชีวิตการเป็นอยู่ที่แตกต่างนั่นเองจึงเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเหล่านั้นอย่าง แท้จริง เพราะฉะนั้นการคงอยู่ของอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนและท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นประเพณีวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมหรือแม้กระทั่งระบบเชิงนิเวศที่ สมบูรณ์ รวมถึงอัตลักษณ์ที่ประยุกต์กับสังคมสมัยใหม่ ที่พอเหมาะพอควรก็เป็นสิ่งจำเป็นภาครัฐควรเข้ามาดูแลและกำหนดทิศทางวางนโยบายการท่องเที่ยว อย่างเป็นรูปธรรมไม่ควรปล่อยให้ชุมชนและชาวบ้านดำเนินการกันเองตามลำพังและไร้ทิศทาง ภาครัฐควร ส่งเสริมชุมชนชาวบ้านที่ดำเนินการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมในด้านเงินทุนและให้การศึกษารวมถึงวิธี การทำธุรกิจที่ถูกต้อง อย่างมีคุณธรรมและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพราะในที่สุดแล้วชุมชน และชาวบ้านเหล่านั้นเป็นผู้ได้รับผลโดยตรงจากการท่องเที่ยวหากเป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและ ดำรงไว้ ซึ่งประเพณีและวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมชุมชนและชาวบ้านก็จะได้รับประโยชน์สูงสุด นักท่องเที่ยวก็ ได้เรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม รวมถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมก็ควรอนุรักษ์สืบไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย “การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน” เป็นการวิจัยคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประเทศไทย และศึกษาการสร้างและการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

3.1 รูปแบบการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการศึกษาใน 4 ลักษณะ โดยเชื่อมโยงกับโครงการชุด ดังนี้

1. การศึกษาวิจัยในเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยเป็นการศึกษาเพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน สถานะ และเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน ระบบการจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงลึกจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น พระเถระผู้ใหญ่ กรรมการ/ตัวแทนชุมชนท่องเที่ยว นักวิชาการ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ทำหน้าที่หรืออาชีพด้านการท่องเที่ยวในประเภทต่างๆ เช่น มัคคุเทศก์, ผู้ประกอบด้านที่พัก, ร้านอาหาร, การขนส่ง, ของที่ระลึก, บริษัทนำเที่ยว และเจ้าของหรือผู้ดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มประเทศอาเซียนตามที่กล่าวแล้วในขอบเขตการวิจัย

3. การวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศตามที่กล่าวแล้ว จำนวน 204 ราย เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐาน ความคิดเห็น และกระบวนการจัดการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมอาเซียน

4. การประชุมสัมมนาในเชิงวิชาการ เพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ร่วมกับสถาบันการศึกษาได้แก่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และพื้นที่การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา น่าน และจันทบุรี ในลักษณะของการสัมมนานาชาติและสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

3.2 กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

1) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยวและผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบินและบริษัทขนส่งต่างๆ ผู้ประกอบการตัวแทนนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก เป็นต้น

2) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและทางอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจจัดนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว เป็นต้น

3) หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่พัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงและทางอ้อม ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ตัวแทนวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ตัวแทนชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นักวิชาการ ผู้บริหารของการท่องเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชน เช่น องค์กรการท่องเที่ยว สำนักงานการตัวแทนท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

โดยมาจากตัวแทนใน 6 ประเทศ ในกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนที่มีความเชื่อมโยงกับหลักฐานทางโบราณคดี วิถีทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมร่วมในอดีตที่เคยเป็นเส้นทางอารยธรรมและการค้าขายของประชาชนในอาเซียน ซึ่งกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในปัจจุบันใน 6 ประเทศๆ ละ 5-10 ราย คือ

1) ประเทศกัมพูชา กำหนดตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ปราสาทนาคพัน ปราสาทบายนซึ่งเป็นกลุ่มปราสาทพระพุทธศาสนานิกายมหายานในเขตจังหวัดเสียมเรียบ ได้แก่ (1) Angor 7th travel (2) 5Oceans Co Ltd (3) 2World Travel (Cambodia) Ltd (4) Asia Exotic Tours (5) ASIA VIPA Travel & Tours (Angkor tour guide)

2) ประเทศลาว กำหนดตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ปราสาทวัดภูพระธาตุหลวง พระธาตุอิงฮัง ซึ่งอยู่ในเขตเวียงจันทน์และแขวงจำปาสัก ได้แก่ (1) Loas Travel (2) Arasa Tour Laos (3) Dokkhm travel (4) Mekong Lao Travel (5) Viengchampa Tour (6) iPlanet travel

3) ประเทศเมียร์มาร์ กำหนดตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาเจดีย์ชเวดากอง ในเขตกรุงย่างกุ้ง และวัดมหาหมัณนี ในเขตมัณฑเลย์ ได้แก่ (1) Myanma shalom travel (2) Ananda travel (3) The wheel Travel (4) Exotic Myanmar travel and tour (5) Ayuda Myanmar Travel

4) ประเทศมาเลเซีย กำหนดตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ วัดไชยมังคลาราม รัฐปีนัง และแหล่งโบราณคดีบูจิงวัลเลย์ รัฐเคดะห์ ได้แก่ (1) Apple Holiday tour (2) Ad travel (3) YL Travel & Tour (4) Hello Holidays (5) Holiday Asia

5) ประเทศอินโดนีเซีย กำหนดตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ เจดีย์ บุโรพุทโธ จันทิเมนดุต ที่ตั้งอยู่ในเขตตอนกลางของเกาะชวาและยกจากการ์ตา ได้แก่ (1) Jagat oriental tour and Travel (2) Antar Anda tour & travel (3) Adventure Indonesia travel (4) Wita tour (5) Indonesia travel

6) ประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ตามความสำคัญของการวิจัยที่เชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ เช่น เป็นจังหวัดที่มีสนามบินที่มีความเชื่อมโยงสู่ประเทศในเขตประชาคมอาเซียน กลุ่มจังหวัดที่มีพื้นที่ชายแดนติดอาเซียน กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย อุบลราชธานี เป็นต้น ได้แก่ (1) เอ็น ซี ทัวร์ (2) ธรรมจารีทัวร์ (3) โพธิ์ทัวร์ (4) กูกโก่ แทรเวล (5) ทัวร์เอ็กซ์เพรสเซ็นเตอร์ (6) แดงโมทัวร์ (7) เมธาวีทัวร์ (8) โอเซียนสไมทัวร์ (9) สไมล์ไทยอีโคทัวร์

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาเพิ่มเติมจากตัวแทนประเทศเวียดนาม ได้แก่ (1) Buffalo tour (2) Vietnam Unique Tour (3) First Choice travel (4) Way to Vietnam (5) Sinhcafe travel และ สิงคโปร์ ประกอบด้วย (1) Dynasty travel (2) Chan Brothers Travel Agency (3) CTC Travel (4) SA Tour (5) Hong Thai Travel

กลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นตัวแทนทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร ซึ่งผู้ประกอบการอยู่ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ โดยเป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่

1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก	จำนวน 8 คน
2) ผู้ประกอบการร้านอาหาร	จำนวน 8 คน
3) ผู้ประกอบการบริษัทการบินและบริษัทขนส่ง	จำนวน 8 คน
4) ผู้ประกอบการธุรกิจจันทนาการ	จำนวน 8 คน
5) ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก	จำนวน 8 คน
6) ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว	จำนวน 8 คน
7) ผู้แทนชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน 8 คน
8) นักวิชาการ ด้านการท่องเที่ยว	จำนวน 8 คน
9) ผู้บริหารของการท่องเที่ยวภาครัฐ	จำนวน 8 คน
รวมจำนวน	81 คน

นอกจากนี้ยังเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน 200 คน โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ จากจำนวน 8 แห่งๆ ละ 13 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 104 คน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวในต่างประเทศ (ประชาคมอาเซียน) จำนวน 96 คน ทำการศึกษาจากการตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Random Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์ (Interview) สำหรับพระสงฆ์ ตัวแทนกรรมการและชุมชนผู้ดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ผู้ประกอบการประเภทต่างๆ โดยการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน รูปแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน เป็นต้น

2. แบบสัมภาษณ์ (Interview) สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ทั้งระดับบุคคลและระดับองค์กร ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (ประชาคมอาเซียน) เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน สถานะ และเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน ระบบการจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ของเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบวิธีการ รูปแบบ และสาระสำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

3. แบบคำถามประกอบการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยการประชุมสัมมนาร่วมกับฝ่ายต่างๆ

4. แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
- 2) การบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

3) ความต้องการต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

4) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

4. การสังเกต รูปแบบทำงานและการเรียนรู้ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว

5. การใช้เทคนิคการถ่ายภาพ การจัดแผนภูมิ/แผนภาพ เพื่อศึกษาแนวทางการจัดสภาพการณ์ที่เหมาะสมกับเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ดำเนินการออกหนังสือเพื่อขอความร่วมมือ ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์

2. เชิญตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยว และบุคลากรที่เกี่ยวข้องมาร่วมประชุมกลุ่มย่อยเพื่อหารือถึงแนวทางการพัฒนาระบบและการจัดการเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากพระสงฆ์ ตัวแทนชุมชน กรรมการผู้ดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ผู้ประกอบการประเภทต่างๆ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview) เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน จากแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4. เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ทั้งระดับบุคคลและระดับองค์กร ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (ประชาคมอาเซียน) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview) เกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จากแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ประชาคมอาเซียน)

5. เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview) เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน โดยการประชุมสัมมนา

6. เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ในประชาคมอาเซียน

7. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Observations Participant) ซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของฝ่ายต่างๆ ที่จะทำควบคู่กับการสัมภาษณ์พระสงฆ์ และเข้าร่วมกิจกรรมกับ ชุมชน นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถมองเห็นถึงกระบวนการทางเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยว กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

8. การสังเกตและใช้เทคนิคการถ่ายภาพเพื่อศึกษาแนวทางการเสริมสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน โดย มุ่งเน้นการเชื่อมโยง ความรู้ และกระบวนการเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธหรือการ เรียนรู้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่การพัฒนาทางวัฒนธรรมร่วมกัน

มีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังกล่าว ดังนี้

ที่	กิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย	วัน/เดือน/ปี	หมายเหตุ
1.	การเก็บข้อมูลในประเทศกัมพูชา (นครวัด นครธม จังหวัดเสียมเรียบ)	18-20 ตุลาคม 2558	ศึกษา ชุมชน และ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อหาแนวนโยบายและ การส่งเสริมการท่องเที่ยว
2.	การเก็บข้อมูลในประเทศเมียนมาร์ (เจดีย์ชเวดากอง เมืองย่างกุ้ง)	22-24 พ.ย. 2558	ศึกษา ชุมชน และ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อหาแนวนโยบายและ การส่งเสริมการท่องเที่ยว
3.	การเก็บข้อมูลในประเทศอินโดนีเซีย (บุโรพุทโธ จันตเมนดู ยอร์จาการ์ต้า)	6-10 ธันวาคม 2558	ศึกษา ชุมชน และ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อหาแนวนโยบายและ การส่งเสริมการท่องเที่ยว
4.	การเก็บข้อมูลในประเทศลาว (ปราสาทวัดภู เมืองจำปาสัก)	8-9 กุมภาพันธ์ 2559	ศึกษา ชุมชน และ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อหาแนวนโยบายและ การส่งเสริมการท่องเที่ยว

ที่	กิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย	วัน/เดือน/ปี	หมายเหตุ
5.	การเก็บข้อมูลในประเทศมาเลเซีย (วัดไชยมังคาราม และบูจิงวัลเลย์ ปีนัง)	12-13 มีนาคม 2559	ศึกษาชุมชน และ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อหาแนวนโยบายและ การส่งเสริมการท่องเที่ยว
6	การเก็บข้อมูลในประเทศไทย	ระหว่าง มิ.ย.58-59	
	- การสัมมนานานาชาติ ร่วมกับ สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย	18-20 กุมภาพันธ์ 2559	สัมมนาระดับนานาชาติ ร่วมนักวิชาการในสาขา ต่างๆ
	- การสัมมนาระดับประเทศร่วมกับ สถาบันอยุธยาศึกษา สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดนครศรีอยุธยา	16 พฤษภาคม 2559	ค้นหาแนวปฏิบัติในการ จัดการท่องเที่ยว
	- สัมมนาเพื่อสร้างเสริมความรู้ด้านการ ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา วัฒนธรรมให้กับนิสิต นักศึกษาของ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย ชุมชน และผู้สนใจ	3-5 มิถุนายน 2559	ให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวกับนิสิต นักศึกษา ชุมชน
	นอกจากนี้ยังมีการเก็บรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ข้อมูล ร่วมกับฝ่ายต่างๆ ทั้งผู้ประกอบการ ชุมชน ตัวแทนภาครัฐที่เกี่ยวข้อง	ก.ค.58-พ.ค.59	ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

3.5 การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้มีเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย การประชุมสัมมนา และได้แบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นการวิเคราะห์โดยการสรุปตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้ โดยวิเคราะห์

1) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

2) การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

3) การบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

4) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

5) ความสัมพันธ์ของเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

6) แนวทางการพัฒนานโยบายและศักยภาพของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

7) ปัญหา อุปสรรคของของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เน้นการศึกษวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ จำนวน 200 คน โดยมีขั้นตอนการศึกษวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) เลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ในการตอบไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Science)

2) แบบสอบถามตอนที่ 1 ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

3) แบบสอบถามตอนที่ 2 ซึ่งเป็นข้อมูลความคิดเห็นและความต้องการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคม โดยทำการวิเคราะห์โดยคำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ คะแนนเฉลี่ย (X) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายชื่อและรายด้าน และเฉลี่ยรวมทุกด้าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 = มีความคิดเห็น/ความต้องการอยู่ในระดับน้อยมาก

ค่าเฉลี่ย 1.51- 2.50 = มีความคิดเห็น/ความต้องการอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.51- 3.50 = มีความคิดเห็น/ความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.51- 4.50 = มีความคิดเห็น/ความต้องการอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51- 5.00 = มีความคิดเห็น/ความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด

4) แบบสอบถามส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นข้อมูลข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเครือข่ายของผู้ประกอบการด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

5) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลโดยการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีที่ได้กล่าวแล้ว เพื่อให้เห็นชุดความรู้ กระบวนการ และแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การใช้สถิติจำนวน ร้อยละ ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ และผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นและความต้องการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

3. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลจากทุกฝ่ายดังกล่าว โดยการเชื่อมโยงแนวคิด ทฤษฎีที่ได้กล่าวแล้ว เพื่อให้เห็นชุดความรู้ กระบวนการ และแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

3.7 การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย

การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในลักษณะการพรรณนาความ (Descriptive Presentation) ประกอบตารางและการพรรณนาความประกอบการบรรยายเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตลอดจนถึงแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

3.8 สรุป

การศึกษาวิจัย “การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน” เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ทั้งระดับบุคคลและระดับองค์กร ซึ่งประกอบการอยู่ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ จำนวน 81 คน พระสงฆ์ พระเถระผู้ใหญ่ กรรมการผู้ดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำนวน 20 – 40 รูป/คน ผู้ประกอบการนำเที่ยวภาคเอกชน และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ในการสัมมนาจำนวน 50 คน

และจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ (Interviews) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการสัมมนาเชิงวิชาการเป็นเครื่องมือในการศึกษา แล้วนำข้อมูลที่ได้จากกระบวนการวิจัยมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน เช่น การแจกแจงความถี่ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (X) และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นต้น เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา แล้วทำการวิเคราะห์สังเคราะห์ในเชิงคุณภาพ เพื่ออธิบายผลการวิจัยตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์การวิจัย

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

สำหรับการศึกษา “การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน” จะนำเสนอผลการวิจัยในด้านต่างๆ ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในกลุ่มประชาคมอาเซียนที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน และเพื่อการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียนโดยมีผลการศึกษา ดังนี้

4.1 ข้อมูลพื้นฐาน สถานะ และเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

4.2 รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

4.3 การพัฒนาระบบการจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

4.4 การสร้างและความสัมพันธ์ของเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

4.5 แนวทางการพัฒนานโยบายและศักยภาพของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

4.6 ปัญหา อุปสรรคของของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

4.7 สรุปและการวิเคราะห์เครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

โดยผลการศึกษานำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาประกอบตาราง และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ดังนี้

4.1 ข้อมูลพื้นฐาน สถานะ และเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน สถานะ และเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน ที่คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำนวน 200 คน ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการชาวไทยที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 104 คน และ 2) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวในต่างในกลุ่มประชาคมอาเซียน จำนวน 96 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแสดงระดับความคิดเห็นและความต้องการ ตามลำดับดังนี้

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2) ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม
- 3) ความต้องการต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

4.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติจำนวน และค่าร้อยละ มีผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	77	37.5
หญิง	123	61.5
รวม	200	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	50	25.0
31-40 ปี	54	26.0

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
41-50 ปี	33	16.5
51-60 ปี	39	19.5
มากกว่า 60 ปี	24	12.0
รวม	200	100.0
ลักษณะการประกอบการ		
เจ้าของหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว	13	6.5
มีคุณสมบัติผู้นำเที่ยว	18	16.0
ธุรกิจบริการที่พัก	30	15.0
ธุรกิจร้านอาหาร	47	23.5
ธุรกิจขนส่ง	27	13.5
ธุรกิจสินค้าที่ระลึก	49	24.5
ธุรกิจนำเที่ยว	10	5.0
หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	6	3.0
รวม	200	100.0
ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ		
ต่ำกว่า 5 ปี	62	31.0
6 – 10 ปี	58	29.0
11 – 15 ปี	38	19.0
16 – 20 ปี	27	12.5
21 – 25 ปี	11	5.5
26 ปีขึ้นไป	4	2.0
รวม	200	100.0
การเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว		
ไม่เคยเข้าร่วม	126	63
เคยเข้าร่วม	74	37
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 คน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้

1) เพศ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

2) อายุ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีอายุ 51- 60 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

3) ลักษณะการประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับ ธุรกิจสินค้าที่ระลึก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาคือ เป็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับ ธุรกิจร้านอาหารจำนวน 47 คิดเป็นร้อยละ 23. 5 ธุรกิจบริการที่พัก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ธุรกิจขนส่ง จำนวน 27 คิดเป็นร้อยละ 13.5 เป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 เป็นเจ้าของหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และ เป็นบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

4) ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 62 คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคือ มีประสบการณ์ ระหว่าง 6 – 10 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีประสบการณ์ ระหว่าง 11 – 15 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 มีประสบการณ์ ระหว่าง 16 – 20 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 มีประสบการณ์ระหว่าง 21 – 25 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และมีประสบการณ์ ตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

5) การเข้าร่วมกลุ่มเครือข่าย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ไม่เคยเข้าร่วมกลุ่ม เครือข่าย จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 63 และเคยเข้าร่วมกลุ่มเครือข่าย จำนวน 74 คน คิดเป็น ร้อยละ 37 ของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัย ได้ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านองค์ประกอบของเครือข่าย 2) ด้านการสร้างและพัฒนาเครือข่าย

โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ที่	การบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม (n = 200)	ระดับความคิดเห็น		
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านองค์ประกอบของเครือข่าย				
1.	เครือข่ายมีการสร้างความรับรู้และมีมุมมองในการพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (common perception)	3.76	0.65	มาก
2.	เครือข่ายมีการสร้างการมีวิสัยทัศน์ในดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน (common vision)	3.78	0.68	มาก
3.	เครือข่ายมีความสนใจหรือมีผลประโยชน์ร่วมกันในดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน (mutual interests/benefits)	3.63	0.73	มาก
4.	เครือข่ายเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอเพื่อพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน (stakeholders participation)	3.66	0.74	มาก
5.	การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของกันและกัน (complementary relationship)	3.74	0.76	มาก
6.	การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายก่อให้เกิดการเกื้อหนุนพึ่งพากันทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยว (interdependent)	3.51	0.72	มาก
7.	การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายก่อให้เกิดมีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยนในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว (interaction) ได้แก่ การเรียนรู้(L-Learning) การลงทุน (I- Investment) การบ่มเพาะ (N-Nature) และการรักษาสัมพันธภาพ (G(K)-Give)	3.65	0.67	มาก
ด้านการสร้างและพัฒนาเครือข่าย				
8.	การสร้างเครือข่ายก่อให้เกิดการเรียนรู้ในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว	3.81	0.72	มาก
9.	การสร้างเครือข่ายก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม	3.51	0.72	มาก
10.	การสร้างเครือข่ายก่อให้เกิดการเพาะบ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและเติบโตอย่างมั่นคง	3.74	0.76	มาก

ที่	การบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม (n = 200)	ระดับความคิดเห็น		
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
11.	สมาชิกมีความเข้าใจเป้าหมายในการรวมตัวกันว่าจะก่อให้เกิดความสำเร็จในภาพรวม	3.79	0.74	มาก
12.	มีการสร้างการยอมรับในความแตกต่างระหว่างสมาชิก ยอมรับในรูปแบบและวัฒนธรรมองค์กรของสมาชิก	3.65	0.67	มาก
13.	มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่ทำให้สมาชิกได้ทำงานร่วมกันอย่างเหมาะสม	3.68	0.74	มาก
14.	มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่มีผลประโยชน์ร่วมกันและประสบผลสำเร็จ	3.74	0.79	มาก
15.	มีการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวระหว่างกันอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดี	3.69	0.74	มาก
16.	สนับสนุนสมาชิกที่ต้องการความช่วยเหลือธุรกิจด้านการท่องเที่ยว โดยเน้นการช่วยเหลือกลุ่มสมาชิกที่ยังอ่อนแอให้สามารถช่วยเหลือพึ่งพาตนเองได้	3.76	0.68	มาก
17.	มีการสนับสนุนให้สมาชิกทำงานอย่างเต็มศักยภาพและความชำนาญที่มีอยู่	3.73	0.73	มาก
18.	มีกิจกรรมสำหรับสมาชิกใหม่เพื่อเชื่อมโยงกับสมาชิกเก่าเพื่อสืบทอดความเป็นเครือข่ายที่ยั่งยืน	3.80	0.67	มาก
19.	มีจัดให้มีช่องทางการทำงานร่วมกัน เช่น สร้างระบบการส่งต่องาน และสร้างเว็บไซต์เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกัน	3.80	0.64	มาก
	รวม	3.72	0.49	มาก
	รวมระดับความคิดเห็น	3.69	.69	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีความเห็นต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นต่อการบริหารจัดการเครือข่ายด้านองค์ประกอบของเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 0.70) และด้านการสร้างและพัฒนาเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = 0.49) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ มีระดับความคิดเห็นดังต่อไปนี้

1) **ด้านองค์ประกอบของเครือข่าย** ผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า เครือข่าย มีการสร้างวิสัยทัศน์ สร้างความรู้และสร้างมุมมอง ให้ความช่วยเหลือ มีส่วนร่วม ก่อให้เกิด ปฏิสัมพันธ์ในเชิงแลกเปลี่ยนในด้านการเรียนรู้, การลงทุน, การเพาะบ่มและการรักษาสัมพันธภาพ การในดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน ในทิศทางเดียวกัน จนทำให้เครือข่ายมีผลประโยชน์และ ก่อให้เกิดการเกื้อหนุนพึ่งพากันทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) **ด้านการสร้างและการพัฒนาเครือข่าย** ผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า การสร้างและพัฒนาเครือข่ายก่อให้เกิดการเรียนรู้ในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว มีกิจกรรมสำหรับสมาชิก ได้เชื่อมโยงสืบทอดความเป็นเครือข่ายที่ยั่งยืน อันเป็นช่องทางในการทำงานร่วมกัน เช่น สร้างระบบ การส่งต่องาน และสร้างเว็บไซต์เพื่อเชื่อมโยงเครือข่าย สร้างความเข้าใจเป้าหมายว่าจะก่อให้เกิด ความสำเร็จการรวมตัวกัน พร้อมสนับสนุนสมาชิกที่ต้องการความช่วยเหลือธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้ สามารถดูแลตนเองได้ มีกิจกรรมที่มีผลประโยชน์และประสบความสำเร็จรวมกัน ย่อมก่อให้เกิดการเพาะ บ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและเติบโตอย่างมั่นคง ทำให้สมาชิกทำงานอย่างเต็มศักยภาพเต็มความ ชำนาญที่มีอยู่ ส่งผลทำให้เกิดการลงทุน สื่อสาร ทำงาน และยอมรับในความแตกต่างทั้งในรูปแบบ และวัฒนธรรมองค์กรร่วมกันในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

4.1.3 ความต้องการการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัย ได้ศึกษาระดับความต้องการต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านองค์ประกอบของเครือข่าย 2) ด้านการสร้างและพัฒนาเครือข่าย โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 ความต้องการในการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ที่	การบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม (n = 200)	ระดับความต้องการ		
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านองค์ประกอบของเครือข่าย				
1.	เครือข่ายมีการสร้างความรับรู้และมีมุมมองในการพัฒนาธุรกิจด้าน การท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (common perception)	3.72	0.79	มาก
2.	เครือข่ายมีการสร้างการมีวิสัยทัศน์ในดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ร่วมกัน (common vision)	3.65	0.7	มาก
3.	เครือข่ายมีความสนใจหรือมีผลประโยชน์ร่วมกันในดำเนินธุรกิจด้าน	3.70	0.76	มาก

ที่	การบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม (n = 200)	ระดับความต้องการ		
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
	การท่องเที่ยวร่วมกัน (mutual interests/benefits)			
4.	เครือข่ายเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอเพื่อพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน (stakeholders participation)	3.72	0.72	มาก
5.	การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของกันและกัน (complementary relationship)	3.78	0.71	มาก
6.	การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายก่อให้เกิดการเกื้อหนุนพึ่งพากันทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยว (interdependent)	3.76	0.77	มาก
7.	การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายก่อให้เกิดมีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยนในด้านต่างๆ ได้แก่ การเรียนรู้ (L – Learning) การลงทุน (I – Investment) การเพาะบ่ม , (N – Nature) และ การรักษาสัมพันธภาพ (G (K) – Give) ในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว	3.75	0.75	มาก
	ด้านการสร้างและพัฒนาเครือข่าย			
8.	การสร้างเครือข่ายก่อให้เกิดการเรียนรู้ในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว	3.75	0.75	มาก
9.	การสร้างเครือข่ายก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม	3.66	0.72	มาก
10.	การสร้างเครือข่ายก่อให้เกิดการเพาะบ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและเติบโตอย่างมั่นคง	3.83	0.69	มาก
11.	สมาชิกมีความเข้าใจเป้าหมายในการรวมตัวกันว่าจะก่อให้เกิดความสำเร็จในภาพรวม	3.80	.67	มาก
12.	มีการสร้างการยอมรับในความแตกต่างระหว่างสมาชิก ยอมรับในรูปแบบและวัฒนธรรมองค์กรของสมาชิก	3.79	.64	มาก
13.	มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่ทำให้สมาชิกได้ทำงานร่วมกันอย่างเหมาะสม	3.69	.70	มาก
14.	มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่มีผลประโยชน์ร่วมกันและประสบผลสำเร็จ	3.77	.69	มาก
15.	มีการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวระหว่างกันอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดี	3.80	.74	มาก

ที่	การบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม (n = 200)	ระดับความต้องการ		
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
16.	สนับสนุนสมาชิกที่ต้องการความช่วยเหลือธุรกิจด้านการท่องเที่ยว โดยเน้นการช่วยเหลือกลุ่มสมาชิกที่ยังอ่อนแอให้สามารถช่วยเหลือ ตนเองได้	3.73	.71	มาก
17.	มีการสนับสนุนให้สมาชิกทำงานอย่างเต็มศักยภาพและความ ชำนาญที่มีอยู่	3.71	0.68	มาก
18.	มีกิจกรรมสำหรับสมาชิกใหม่เพื่อเชื่อมโยงกับสมาชิกเก่าเพื่อสืบ ทอดความเป็นเครือข่ายที่ยั่งยืน	3.75	0.76	มาก
19.	มีจัดให้มีช่องทางการทำงานร่วมกัน เช่น สร้างระบบการส่งต่องาน และสร้างเว็บไซต์เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกัน	3.78	0.74	มาก
	รวม	3.75	0.73	มาก
	รวมระดับความต้องการ	3.74	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีความต้องการต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.74$, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการต่อการบริหารจัดการเครือข่ายด้านองค์ประกอบของเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($x = 3.73$, S.D. = 0.74) และด้านการสร้างและพัฒนาเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($x = 3.75$, S.D. = 0.73) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ มีระดับความคิดเห็นดังต่อไปนี้

1) **ด้านองค์ประกอบของเครือข่าย** ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายที่ก่อให้เกิดการเกื้อหนุนพึ่งพากันจนเกิดการเรียนรู้ การลงทุน การเพาะบ่ม และรักษาสัมพันธภาพกันทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยว โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอ การสร้างความรับรู้และมีมุมมอง ช่วยเสริมสร้าง เพื่อพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันจะนำไปสู่การร่วมกันรับผลประโยชน์ร่วมกันด้วยวิสัยทัศน์การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างมั่นคง

2) **ด้านการสร้างและการพัฒนาเครือข่าย** ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีความต้องการในการสร้างและพัฒนาเครือข่าย เพื่อก่อให้เกิดการเพาะบ่มธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างมั่นคง โดยสร้างระบบการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวกันอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดี สร้างสัมพันธภาพที่ดี มีความยอมรับในการทำที่แตกต่างกัน แต่มีช่องทางการทำงานร่วมกัน เช่น สร้างระบบการส่งต่องาน และสร้างเว็บไซต์เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกัน มีกิจกรรมที่มี

ผลประโยชน์และประสบความสำเร็จร่วมกัน ทั้งก่อให้เกิดการเรียนรู้ในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายเชื่อมโยงสมาชิกให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน พร้อมทั้งช่วยเหลือสนับสนุนสมาชิกในเครือข่ายให้ทำงานอย่างเต็มศักยภาพตามความชำนาญที่มีอยู่ ตามกิจกรรมที่มีความเหมาะสมจนเกิดการลงทุนในธุรกิจที่เหมาะสมตามมา

4.2 รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

จากการศึกษาพบว่า ในประเทศอาเซียนแต่ละประเทศต่างก็มีองค์กรและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศตนเองที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งแต่การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวร่วมกับภาครัฐ ไปจนถึงการดำเนินการกิจกรรมการให้บริการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมทั้งมีหน้าที่ในการเชื่อมโยงกับองค์กรการท่องเที่ยวในระดับโลก เพื่อสร้างความเข้มแข็งของการบริหารจัดการทางการท่องเที่ยว การสร้างกลไกการตลาด และการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยมีองค์กรที่สำคัญในการเสริมสร้างการท่องเที่ยวในอาเซียนและประเทศไทย เช่น

องค์กรและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในระดับโลกและภูมิภาคอาเซียน

1) สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council – WTTC) เป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวของธุรกิจทุกประเภทในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีภารกิจหลักๆ ขององค์กรได้ 3 ประการคือ กระตุ้นให้รัฐกำหนดนโยบายให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจต่อประชาชาติอย่างแท้จริง ส่งเสริมการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวให้เกิดสมดุลกับสิ่งแวดล้อม ช่วยจัดอุปสรรคต่างๆ ที่จะปิดกั้นการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2) สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association – IATA) เป็นองค์กรระดับโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้มีการขนส่งทางอากาศที่ปลอดภัยสม่ำเสมอและถูกต้องตามหลักเศรษฐกิจ หาทางให้มีการร่วมมือกันระหว่างวิสาหกิจด้านการขนส่งทางอากาศของประเทศสมาชิก

3) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (The Pacific Asia Travel Association – PATA) เป็นองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร ประกอบด้วยสมาชิกที่เป็นองค์การการท่องเที่ยวของรัฐ สายการบิน บริษัทท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่นๆ ทั่วโลกมากกว่า 2,200 หน่วยงาน ใน 44 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคแปซิฟิก

4) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเอเชียตะวันออก (East Asia Travel Association – EATA) มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวก ตลอดจนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสมาชิก

5) สมาคมส่งเสริมการประชุมระหว่างประเทศ (International Congress and Convention Association – ICCA) มีสมาชิกประกอบด้วย บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ผู้ดำเนินธุรกิจในการจัดประชุมและนิทรรศการ บริษัทขนส่ง โรงแรม และผู้ประกอบการอื่นๆที่เกี่ยวกับการประชุม โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการจัดการประชุม นิทรรศการระหว่างประเทศ และเป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวกในการจัดการ

6) สมาคมการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Association –ASEANTA) ประกอบด้วย การรวมตัวของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม และสายการบินแห่งชาติอาเซียน ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1971 โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริม ให้ความร่วมมือ กระตุ้น ประสานงาน และให้ความช่วยเหลือประเทศสมาชิกในด้านการท่องเที่ยวระหว่างกัน

นอกจากนี้ยังมีองค์การระหว่างประเทศที่ดำเนินงานโดยรัฐบาลในระดับอนุภูมิภาค ซึ่งเป็นองค์การที่ให้ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจโดยมีการท่องเที่ยวเป็นสาระสำคัญอยู่ด้วย เช่น 1) โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Economic Cooperation in the Greater Mekong Sub-region- GMS) 2) โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจของอนุทวีป บังคลาเทศ อินเดีย พม่า ศรีลังกา ไทย (Bangladesh-India-Myanmar-Srilanka-Thailand Economic Cooperation – BIMST-EC) 3) โครงการความร่วมมือลุ่มน้ำโขง – คงคา (Mekong – Ganga Cooperation) 4) โครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT) เป็นต้น ที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว และการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของไทยและอาเซียน

องค์กรและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทย

สำหรับในประเทศไทยนั้น มีองค์การภาคเอกชนหลายแห่งที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยให้ความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานรัฐและหน่วยงานเอกชนด้วยตนเอง โดยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เติบโตอย่างมีทิศทาง และยังยื่นองค์การภาคเอกชนเหล่านี้มีรูปแบบของการรวมตัวในลักษณะต่างๆ เช่น

1) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรนิติบุคคลจัดตั้งโดยพระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2544 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 ธันวาคม 2544 มีวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ เป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในด้านการประสานงานอย่างมีระบบระหว่างรัฐกับ

เอกชนและเอกชนกับเอกชนด้วยกัน ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ส่งเสริมให้มีจรรยาบรรณในการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้มีระบบการรับรองคุณภาพ ระบบมาตรฐานและระบบประกันคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ สำหรับนักท่องเที่ยวควบคุมดูแลให้สมาชิกผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดำเนินการอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรมและมีจรรยาบรรณ ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ทดลอง อบรม และเผยแพร่วิชาการและเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้แก่สมาชิก หรือจัดเป็นบริการแก่บุคคลทั่วไป เป็นต้น โดยมีสมาชิกทั่วประเทศ รวม 13 เขตพื้นที่

2) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (Association of Thai Travel Agents – ATTA) เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของบริษัทนำเที่ยวและเป็นเป็นศูนย์กลางของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่เน้นทางด้านภายในประเทศ (Inbound)

3) สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (Thai Travel Agents Association – TTAA) เป็นการรวมตัวของบริษัทจำหน่ายตั๋วเครื่องบินและบริษัทนำทัวร์ออกนอกประเทศ

4) สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย (สนท.) (The Association of Thai Tour Operators – ATTO) เกิดจากการรวมตัวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยสำหรับคนไทย

5) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ (ส.ม.อ.)

6) สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotel Association: THA) เป็นองค์กรที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจโรงแรม สร้างความสามัคคีระหว่างสมาชิก แลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นเชิงวิชาการ ซึ่งกันและกันคุ้มครองส่งเสริมและรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน ประสานงานกับภาครัฐและภาคเอกชน ในการอำนวยความสะดวกเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน สมาคมมีนโยบายในการดำเนินงานบริหารสมาคมโดยร่วมประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริหารจัดการลดจนการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ และมีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น

7) สมาคมภัตตาคารไทย

8) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย

9) สมาคมพาต้าไทย (PATA Thailand Chapter)

10) โซท์ไทยแลนด์แซฟเตอร์ (Association of Incentive & Travel Executive – SITE)

11) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ

12) สมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย (สทภท.)

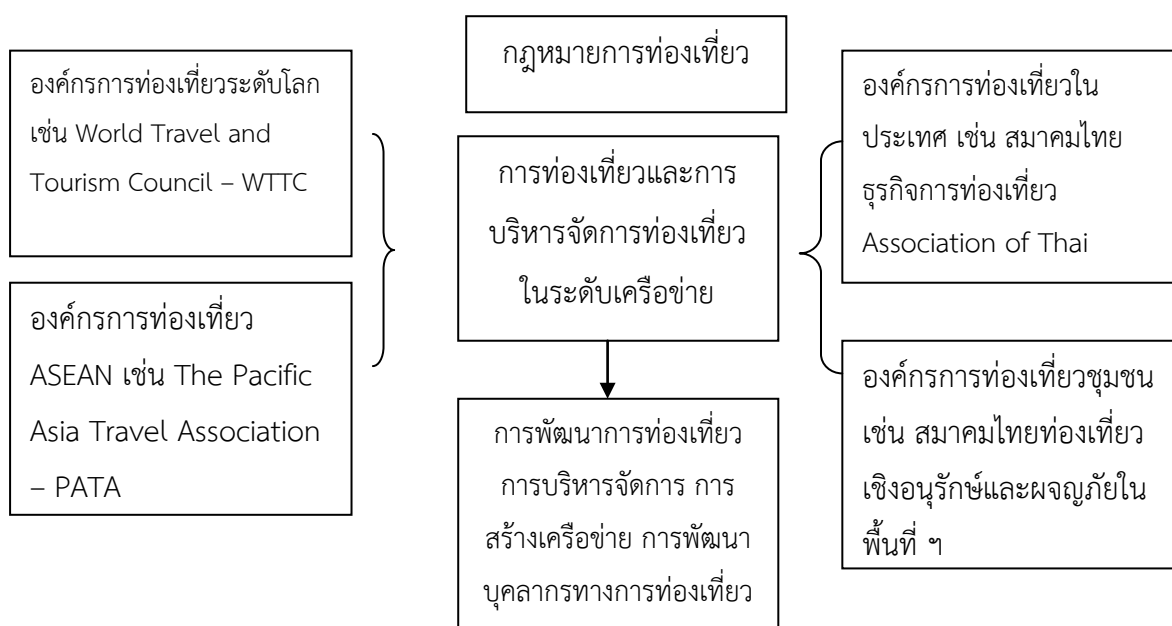
13) สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

14) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (ADT)

15) บริษัทไทยแลนด์ พรีเมียมการ์ด เป็นต้น

รวมทั้งผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่ต่างๆ ทั้งร้านอาหาร การขนส่ง มัคคุเทศก์ ชมรมการท่องเที่ยว และการรวมตัวของผู้ผลิตสินค้าชุมชน เป็นต้น

แผนภาพที่ 4.1 การเชื่อมโยงองค์การท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว



องค์กรและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในระดับโลก ภูมิภาคอาเซียน และในประเทศไทย ดังกล่าว มีบทบาทสำคัญยิ่งในการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยว การรักษามาตรฐาน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว การจัดการเพื่อความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน ที่คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสอบถามผู้บริหารองค์กรการท่องเที่ยว ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และผู้ประกอบการในชุมชน สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ออกมาเป็น 4 รูปแบบใหญ่ๆ ได้แก่

1) รูปแบบและกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับนโยบาย จากการศึกษา นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศในอาเซียนพบว่า มีกระบวนการที่คล้ายคลึงกันคือ การให้ภาครัฐเป็นผู้กำหนดนโยบายร่วมกับผู้ประกอบการ สมาคม องค์กรเครือข่าย สภาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม การขนส่ง รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนและพัฒนางานกิจกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อความเติบโตของกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของไทยประจำปี 2558-2560 ที่มียุทธศาสตร์สำคัญ 3 ประการ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 การ

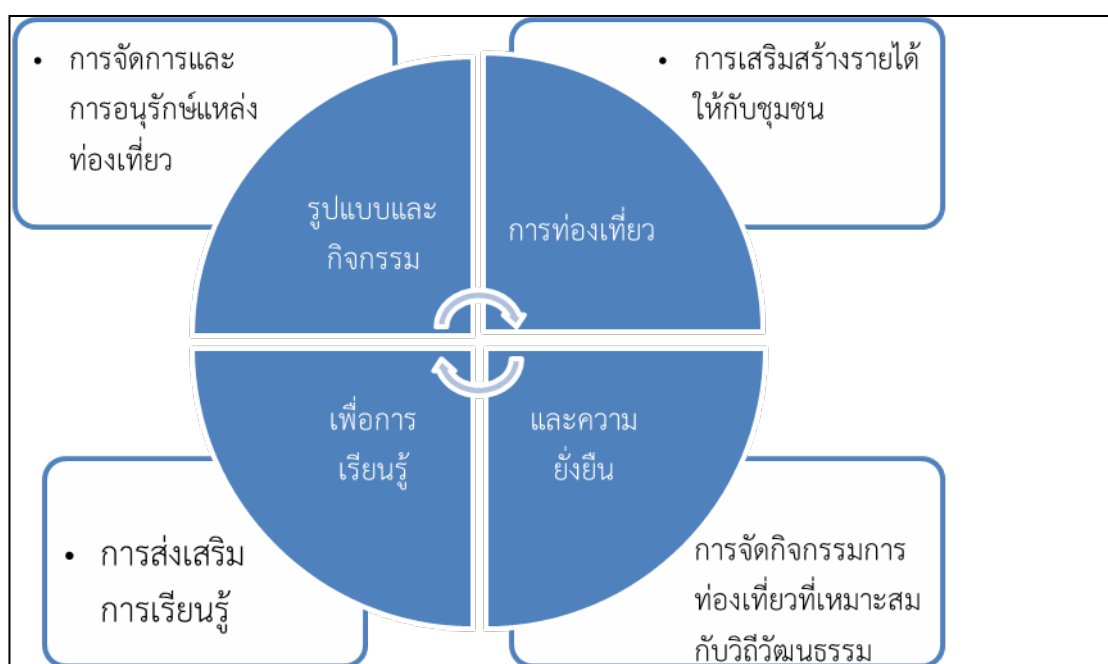
พัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับยุทธศาสตร์ของประเทศมาเลเซีย ที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของมาเลเซียให้เป็นบ้านที่สองของการเดินทางพักผ่อน และมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามนโยบาย 360 องศา การท่องเที่ยวมาเลเซีย เป็นต้น ในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนก็คล้ายกันที่มียุทธศาสตร์เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว การบริหารจัดการ การสร้างกลไกทางการตลาด การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยให้ภาคส่วนต่างๆ ทั้งองค์กร ผู้ประกอบการ ตัวแทนชุมชน มากำหนดนโยบายร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศที่เชื่อมโยงถึงกัน ดังนั้น การดำเนินการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศและอาเซียน

2) รูปแบบและกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงเครือข่าย เป็นที่ทราบดีว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นเป็นกระบวนการบริหารจัดการที่เชื่อมโยงกับระบบและกลไกต่างๆ ทั้งการตลาด การบริหารจัดการ การพัฒนาบุคลากร การสร้างความพึงพอใจ การให้ความรู้ และการสร้างสรรค์หรือการให้บริการที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของชุมชนและผู้ประกอบการที่จะตอบสนองต่อความสนใจและความสะดวกของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการรวมตัวกันของบริษัทท่องเที่ยวและผู้ประกอบการอื่นๆ เช่น ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบินและบริษัทขนส่งต่างๆ ผู้ประกอบการตัวแทนนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจจันทนาการ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว เป็นต้น โดยกลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ ได้มีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย เป็นองค์กรทางการท่องเที่ยวและมีการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในมิติที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อการสร้างรายได้ การกระตุ้นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยว การสร้างสิ่งแวดล้อมความสะอาดในการเดินทาง ที่พัก การสร้างความพึงพอใจ และการสร้างสัมพันธภาพเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวในระยะยาว

3) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และความยั่งยืน รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวนี้ เกิดขึ้นจากบทบาท หน้าที่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในระดับต่างๆ ตั้งแต่ในระดับชุมชนไปจนถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ โดยองค์กรการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเหล่านี้จะกำหนดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การส่งเสริมการเรียนรู้ การสร้างรายได้ให้กับชุมชนและสังคม การพัฒนากิจกรรมและเครือข่ายการท่องเที่ยว และเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยวนี้ มีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว การอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การส่งเสริม

การเรียนรู้ของบุคคลและสังคมในมิติทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีความใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยวได้ดำเนินการจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 4.1 รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และความยั่งยืน



4) รูปแบบและกิจกรรมเพื่อการพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว เป็นที่ทราบดีว่า การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น ปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งคือ การพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยว เพื่อให้บุคลากรนั้นได้มีประสิทธิภาพในการให้บริการ สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว จากการศึกษพบว่า องค์กรและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในอาเซียนต่างให้ความสนใจต่อการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างยิ่ง โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ทางการท่องเที่ยวแก่คนในพื้นที่ เช่น ชาวบ้าน พระสงฆ์ เยาวชนคนรุ่นใหม่ เป็นต้น เพื่อให้เยาวชนและชุมชนมาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน และเพื่อเป็นผู้ประกอบการในอนาคต นอกจากนี้ ยังใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาคนและชุมชน โดยผ่านการเรียนรู้เรื่องราววิถีชีวิตของชุมชนกับการพัฒนาสังคมในภาพรวม

สรุป รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของเครือข่ายชุมชนและผู้ประกอบการดังกล่าว เป็นการจักระบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาชุมชน การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ทางความเชื่อ วิถีวัฒนธรรม และการจัดการเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ การสร้างรายได้ของคนในชุมชน ความมั่นคงของการประกอบการนำเที่ยว และการสร้างสัมพันธ์ภาพกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของทุกฝ่ายรวมทั้งผู้ประกอบการนั้น มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีข้อที่ควรพิจารณา เช่น

1) การที่ชุมชนเป็นเจ้าของกิจกรรม/ธุรกิจการท่องเที่ยวหรือการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นกับการท่องเที่ยว

2) การมีส่วนร่วมในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

3) เป็นการส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการสร้างความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม เอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

4) ทำให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม ส่งเสริมเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

5) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชนหรือเกิดผลตอบแทนแก่คนท้องถิ่น



ส่วนผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนสามารถวิเคราะห์ได้ออกมาเป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ โดยมีกิจกรรมการที่เกี่ยวข้องตามรูปแบบที่ปรากฏ คือ 1) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว และ 2) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ความสะดวก ความพึงพอใจและการสร้างสัมพันธภาพ ดังนี้

4.2.1 รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวนี้ เกิดขึ้นจากบทบาท หน้าที่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นเจ้าของในฐานะที่เป็นหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ตัวแทนวัด/สถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ตัวแทนชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นักวิชาการ ผู้บริหารของการท่องเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชน เช่น องค์กรการท่องเที่ยว สำนักงานการตัวแทนท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยองค์กรและบุคคลเหล่านี้จะกำหนดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การส่งเสริมการเรียนรู้ การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนและสังคม การพัฒนากิจกรรมและเครือข่ายการท่องเที่ยวให้เกิดภาคีการจัดการ และเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น จากการศึกษาพบว่าในกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียน ได้มีแนวทางการกำหนดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

1) อินโดนีเซีย หน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องได้ให้ข้อมูลว่า ¹ กิจกรรมที่สำคัญของผู้ประกอบภาครัฐและภาคเอกชนที่เป็นเสมือนหนึ่งของเจ้าพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้กำหนดรูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และความยั่งยืน โดยรัฐบาลอินโดนีเซียได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยาวนาน เนื่องจากรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นช่องทางของรายได้หลักที่สำคัญของประเทศอินโดนีเซีย รวมถึงประเทศในภูมิภาคอาเซียน จึงมีการจัดทำแผนการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวระยะกลาง ซึ่งตั้งเป้าหมายว่าในปี ค.ศ. 2020 อินโดนีเซียจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 20 ล้านคนต่อปี

การดำเนินงานตามแผนการท่องเที่ยวที่ผ่านมาประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ตามสถิติของสำนักงานสถิติกลางอินโดนีเซีย (BPS) อ้างถึง ในปี ค.ศ. 2007 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าอินโดนีเซียจำนวน 5.51 ล้านคน และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกๆ ปี จนในปี ค.ศ. 2015 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 10 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกในปี (ค.ศ. 2016) หนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญที่

¹ Dr. Budi Hermawan, ผู้เชี่ยวชาญด้าน Cultural Tourism, Hospitality Tourism, Tourism Marketing and E-Tourism of Bunda Mulia University, Jakarta Indonesia. (สัมภาษณ์ 18 กุมภาพันธ์ 2559)

ส่งเสริมการท่องเที่ยวของอินโดนีเซียให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น คือการอนุมัติให้ประเทศต่างๆ กว่า 30 ประเทศสามารถเดินทางเข้าประเทศอินโดนีเซียได้โดยไม่ต้องขอวีซ่า และอนุญาตให้อยู่ภายในประเทศได้ถึง 30 วัน โดยยุทธศาสตร์นี้ได้ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เพราะทำให้การเดินทางมายังอินโดนีเซียไม่ใช่เรื่องที่ยากอีกต่อไป²

สำหรับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีการศึกษาวิจัยเรื่อง Borobudur Temple as Buddhist Pilgrimage Destination in Indonesia: an analysis off Factors that Affect Visit Intention ที่ศึกษาการทำแผนเส้นทางการท่องเที่ยวของบุโรพุทโธ ถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาที่มีชื่อเสียงและมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานแสดงให้เห็นว่าบุโรพุทโธมีศักยภาพที่จะเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแสวงบุญของชาวพุทธ เสมือนเส้นทางแสวงบุญไปยังกาบาหลี (กะอ๊ะบะหุ) ในนครเมกะ ประเทศซาอุดีอาระเบียของชาวมุสลิม การส่งเสริมการท่องเที่ยวบุโรพุทโธให้เป็นการจาริกแสวงบุญที่ชาวพุทธควรไปสักการะเยี่ยมเยือนสักครั้งในชีวิต ไม่เพียงแต่เพิ่มรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว หากนำความมีชีวิตชีวา กลับคืนสู่บุโรพุทโธอีกครั้ง อย่างที่เคยคึกคักไปด้วยกิจกรรมและพิธีกรรมที่ชาวพุทธจากหลายๆ ถิ่นฐานเข้ามาปฏิบัติร่วมกัน หากปฏิบัติได้เช่นนี้ บุโรพุทโธจะมีการพัฒนาที่ยั่งยืนมากกว่าการพัฒนาทางวัตถุที่มุ่งแต่บูรณะซ่อมแซมโบราณสถานเพียงอย่างเดียวที่เป็นการพัฒนาอย่างฉาบฉวย และมีแต่จะเสื่อมถอยไปตามกาลเวลา³

2) เมียนมาร์ จากการศึกษาพบว่า ภาครัฐและผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติที่หลากหลาย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในศาสนสถานของพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของเมียนมาร์นั้น ได้รับการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้น การเปลี่ยนแปลงการเมืองการปกครองของเมียนมาร์ส่งผลอย่างมากต่อการท่องเที่ยว หลายปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2011 เมียนมาร์มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นกว่า 1 ล้านคนต่อปี ซึ่งที่ผ่านมากจำนวนนักท่องเที่ยวไม่เคยสูงถึงหลักล้านคนมาก่อน รัฐบาลได้ดำเนินงานต่างๆ ที่สนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยว เช่น การผ่อนปรนการขอวีซ่าท่องเที่ยว โดยมีอนุญาตให้นักท่องเที่ยวขอวีซ่าได้ที่ด่านขาเข้าของสนามบิน หรือในประเทศไทย รัฐบาลเมียนมาร์ก็ได้อนุญาตให้คนไทยท่องเที่ยวในเมียนมาร์ได้ 14 วันโดยไม่ต้องวีซ่า⁴

²Tourism in Indonesia: Strong Growth Visitor Arrivals on Bali. June 2015.

<http://www.indonesia-investments.com/news/news-columns/tourism-in-indonesia-strong-growth-visitor-arrivals-on-bali/item5681?searchstring=tourism>: สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2559

³The 7th International Buddhist Research Seminar. Buddhist Research Institute and Nan Sangha College Mahachulalongkornrajavidyalaya University. 18-20 Feb 2016

⁴Dr.Thiri Nyunt, Paipatti Faculty International Thervada Buddhist Missionary University (ITBMU) Yangon. สัมภาษณ์ วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2559.

รัฐบาลเมียนมาร์ได้เริ่มประกาศนโยบายการท่องเที่ยวในปี 2012 วางแผนการท่องเที่ยวแม่บทระยะยาวครอบคลุมปี ค.ศ. 2013 – ค.ศ. 2015 ที่วางยุทธศาสตร์เรื่องการใช้การท่องเที่ยวพัฒนาประเทศ เพื่อเพิ่มรายได้เข้าประเทศ เพิ่มการจ้างงานภายในประเทศ ขยายโอกาสในการทำธุรกิจ และไม่ทิ้งวัฒนธรรมอันดีของเมียนมาร์ไปในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้แผนแม่บทยังคำนึงถึงเรื่องการกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม แผนแม่บทประกอบด้วยกลยุทธ์หลัก 6 ข้อ คือ

1. สร้างองค์กรประสานงานบริหารจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Executive Coordination Board, or TECB)
2. พัฒนาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพรองรับการท่องเที่ยว
3. สร้างแนวทางการบริหารจัดการและการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว
4. พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ
5. พัฒนาระบบโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว และ
6. สร้างอัตลักษณ์ ให้แก่การท่องเที่ยวเมียนมาร์

งานศึกษาวิจัยเรื่อง Monthly Myanmar Traditional Festivals Centered of the Buddhist Culture⁵ ที่ศึกษาการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่อิงกับประเพณีพระพุทธศาสนาประจำเดือนต่างๆ สอดรับกับกลยุทธ์จากแผนแม่บทการท่องเที่ยว คือการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและศาสนา สร้างอัตลักษณ์ให้แก่งการท่องเที่ยวเมียนมาร์ และเสนอแนวทางในการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ งานศึกษาชิ้นนี้ยังสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดในเรื่องข้อการพัฒนาทรัพยากรบุคคลรองรับการขยายตัวของเส้นทางท่องเที่ยว และการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะระบบคมนาคมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว

3) มาเลเซีย ได้มีการส่งเสริมกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาประเทศ โดยมองว่า การท่องเที่ยวสามารถนำมาสู่ประเทศ แต่การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวและส่งเสริมการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญ ดังนั้น การที่จะให้เกิดความยั่งยืน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องมีการกำหนดบทบาท หน้าที่ให้ชัดเจน โดยให้ความสำคัญ สงบสุข และความปลอดภัย รวมทั้งมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม⁶ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

⁵ Ministry of Hotels and Tourism. “The Republic of the Union of Myanmar. Myanmar Tourism Master Plan 2013-2020”. 2013.

<http://www.myanmar-tourism.org/images/handbooks/myanmar-tourism-master-plan-english-version.pdf> : สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2559

⁶ Dr. Lor Pai Ling, President of Buddhist Missionary society Malaysia, (สัมภาษณ์วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2559)

วัฒนธรรมอย่างยั่งยืนนั้น ควรคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์ท้องถิ่น โดยในปี 2000 ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนพื้นที่ขึ้นมา (Community Tourism Board, CTB) ขึ้น เพื่อให้เข้ามาดูแลกิจกรรมของธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ โดยเข้ามาปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของคนในท้องถิ่น ส่งเสริมการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทการท่องเที่ยวของมาเลเซียและบริษัทต่างชาติ รวมถึง มีอำนาจหน้าที่กำหนดและบังคับใช้หลักจริยธรรมการดำเนินธุรกิจซึ่งที่ผ่านมาคณะกรรมการท่องเที่ยวได้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ อย่างมาก สามารถแก้ปัญหาความไม่เท่าเทียมด้านสัดส่วนของรายได้ระหว่างคนต่างถิ่นและคนในพื้นที่ และสามารถควบคุมการดำเนินงานของบริษัทท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายการท่องเที่ยวได้

ในขณะที่ประเทศอื่นๆ ก็มีการกำหนดทิศทาง นโยบายและรูปแบบการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน คือ การกำหนดในองค์กร ชุมชน และบุคคลที่เกี่ยวข้องในการจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จะต้องคำนึงถึงการเรียนรู้ ความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว การกระจายรายได้ให้กับชุมชน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการ และองค์กรธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องให้มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ วิถีวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความหลายของกิจกรรม ฤดูกาลท่องเที่ยว บุคคล องค์กร และชุมชน เพื่อสร้างแผนงานการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในลักษณะเจ้าของที่ใกล้ชิดพื้นที่และการดำเนินการในเชิงนโยบายดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า มีกระบวนการเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการการดูแลผลประโยชน์ทางธุรกิจของคนในท้องถิ่น ส่งเสริมการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทการท่องเที่ยว และการแก้ปัญหาความไม่เท่าเทียมด้านสัดส่วนของรายได้ระหว่างคนต่างถิ่นและคนในพื้นที่ได้

รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยวนี้ มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการ การอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การส่งเสริมการเรียนรู้ของบุคคลและสังคมในมิติทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน การพัฒนากิจกรรมและเครือข่ายการท่องเที่ยวให้เกิดภาคีการจัดการและส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวในวงใน ชุมชน ซึ่งมีความใกล้ชิด เป็นเสมือนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือ

เป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรที่รับผิดชอบ จะต้องดำเนินการจัดการเพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

4.2.2) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและการสร้างสัมพันธภาพ

รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ การสร้างความสะดวก ความพึงพอใจและการสร้างสัมพันธภาพนี้ ถือว่า เป็นบทบาท หน้าที่ และการส่งเสริมของผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยวและผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบินและบริษัทขนส่งต่างๆ ผู้ประกอบการตัวแทนนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจจัดนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว เป็นต้น โดยกลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ ได้มีการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในมิติที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อการสร้างรายได้ การกระตุ้นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ที่พัก การสร้างความพึงพอใจ และการสร้างสัมพันธภาพเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวในระยะยาว โดยมีผลการศึกษาจากตัวแทนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) มาเลเซีย ในมาเลเซียภาครัฐ องค์กรการท่องเที่ยว ชุมชน และภาคเอกชนมีบทบาทในการกำหนดทิศทาง นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว โดยรัฐบาลมาเลเซียให้ความสำคัญกับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่องนับตั้งสมัยนายกรัฐมนตรีมหาเดย์ โมฮัมหมัด ที่พยายามสร้างสรรค์ให้มาเลเซียเป็นสี่ส้นแห่งอาเซียน เป็นเป้าหมายของการเดินทางแบบผจญภัยในเขตป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์ในเอเชีย นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ชุมชนและเอกชนมีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยว ดังเช่น การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนในป็นังและวัดไชยมังคลาราม พบว่า ประชาชนในพื้นที่โดยเฉพาะชาวจีน สิงคโปร์ และคนไทย เดินทางมาเที่ยวพักผ่อนข้างมาเพื่อสักการะวัด สิ่งที่เคยรพณับถือ โดยมีการให้วัดและชุมชนย่านเมืองเก่าเป็นจุดหมายหลักของการเดินทางมาเที่ยวป็นังและให้วัฒนธรรม การอาหาร เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ในเขตแหล่งโบราณคดีบูจิงวัลเลย์ ที่



มีวัดอุโบสถทางพระพุทธศาสนา แต่รัฐบาลมาเลเซียก็อนุรักษ์ไว้ในฐานประวัติศาสตร์ของชนชาติ โดยพยายามเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชาวจีนในมาเลเซีย เชื่อมโยงกับเส้นทางการเดินเรือของนักเดินเรือ ในประวัติศาสตร์ และพยายามให้เป็นเมืองมรดกที่ส่งเสริมการเรียนรู้ระหว่างกัน จากการศึกษา สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่มาเลเซีย พบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่⁷ ได้พยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงถึงกัน ให้มีการสร้างรายได้ให้กับชุมชน การสร้างความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ที่พัก การสร้างความพึงพอใจ และการสร้างความรู้สึที่ดี ดังนั้น การท่องเที่ยวส่งผลต่อการพัฒนาประเทศมาเลเซียเป็นอย่างมาก โดยมีรายได้จำนวนมากกว่า หนึ่งหมื่นล้านบาท มีนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสิงคโปร์ จีน ไทย ทำให้เกิดการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การสาธารณูปการ การพัฒนาธุรกิจ ชุมชน การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

2) ลาว ผู้ประกอบการได้สะท้อนความคิดว่า การจัดรูปแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของลาวนั้น ที่ผ่านมามักจะอิงอาศัยบริษัทขนาดใหญ่และทางราชการ ร่วมทั้งการส่งเสริม การท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ไทย และเวียดนาม แต่อย่างไรก็ตาม ทางผู้ประกอบการใน สปป. ลาว ก็มีการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของตนเอง⁸ เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ ความประทับใจ ความสุขใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อกัน นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะมาจากประเทศอะไร ทางผู้ประกอบการยินดีต้อนรับ เพื่อให้ทุกฝ่ายได้แสวงหา ความดีงามในวัฒนธรรมลาว อาศัยธรรมชาติและความเป็นเมืองลาว เพื่อเกิดการพัฒนาประเทศ

3) กัมพูชา ในกัมพูชาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่มรดกโลก ปราสาทนครวัด นครธม ปราสาทบายน เป็นต้นนั้น จะดำเนินการผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เป็นความร่วมมือของรัฐบาลกับองค์กรการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการรายย่อยก็รับกิจกรรมการท่องเที่ยวสืบต่อมา⁹ ซึ่งทุกฝ่ายก็พยายามสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวชม กลุ่มผู้ประกอบการต้องทำตามกฎ ระเบียบที่ทางราชการกำหนดไว้ ดังนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึง พยายามสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวของตนเองให้มั่นคงและสร้างความประทับใจ พึงพอใจให้กับ นักท่องเที่ยว รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว จึงมีมาตรฐานและกำลังเติบโตเพิ่มมากขึ้น

ส่วนในประเทศอื่นๆ ก็พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยตรงและผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องก็ได้พยายามดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ เพื่อ สร้างรายได้ให้กับบริษัท การกระตุ้นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างความรู้ ความเข้าใจในการ

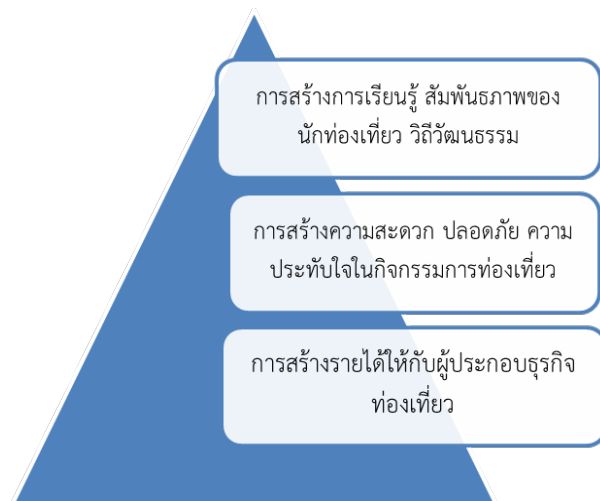
⁷ สัมภาษณ์ เจ้าอาวาสวัดไชยมงคลาราม เมืองปิ่น มาเลเซีย. (วันที่ 12 มีนาคม 2559)

⁸ สัมภาษณ์ ผู้จัดการ บริษัท Mekong Lao Travel, สปป. ลาว (วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2559)

⁹ สัมภาษณ์ ผู้ช่วยผู้จัดการ บริษัท Asia Exotic Tours เสียมเรียบ กัมพูชา (วันที่ 19 ตุลาคม 2558)

ท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ที่พัก การสร้างความพึงพอใจ และการสร้างสัมพันธภาพเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ดังสรุปเป็นแผนภาพดังนี้

แผนภาพที่ 4.2 รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว



4.3 การพัฒนาระบบการจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ในประชาคมอาเซียน

สำหรับระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนนั้น โดยปกติผู้ประกอบการจะต้องมีระบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ ซึ่งแบ่งออกเป็นการบริหารจัดการในส่วนที่เป็นรูปธรรม เช่น สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นการดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม เกิดสุนทรียภาพแก่ผู้พบเห็น และในส่วนที่เป็นนามธรรม ได้แก่ จริยธรรมของผู้ประกอบการ และจิตสำนึกของผู้ประกอบการ โดยที่ไม่เพียงแค่จัดการบริหารเพื่อผลประโยชน์ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย คือทั้งประโยชน์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ การบริหารจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมสามารถแบ่งเป็นหัวข้อได้ดังนี้

4.3.1 การบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว จากศึกษาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม พบว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องมีพื้นฐานความรู้การบริการกิจการของตนเอง มีความเป็นผู้นำและมีพื้นฐานความรู้ด้านการบริหารจัดการ สามารถให้ความสำคัญกับการสรรหาและฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร ให้ความสำคัญเป็นธรรมแก่พนักงานทุกระดับ และมีระบบสิ่งจูงใจที่เหมาะสม สร้างความภาคภูมิใจแก่พนักงานในการเข้ามาเป็น

ส่วนหนึ่งขององค์กร ดำเนินการให้ถูกต้องและสอดคล้องกับกฎหมายและระเบียบข้อบังคับภาครัฐ ผู้ประกอบการมีวิธีการจัดการในรูปแบบหลาย มีอุปกรณ์ที่พร้อม มีการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ยังไม่ถึงวิธีการแบบดั้งเดิมคือการส่งโบว์ชัวร์ให้ลูกค้าโดยตรง โดยมีเป้าหมายเพื่อจะหาลูกค้าเข้ามา ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ บุคลากรที่เป็นหัวหน้าทั่วนั้นจะต้องมีความรู้มาก ไม่ถูกหลอกลวง สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า¹⁰ มีการจัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างมีทิศทาง ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญและให้เวลากับการบริหารจัดการอย่างใกล้ชิดในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ การเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น หรือแม้กระทั่งการศึกษาเพื่อการเปลี่ยนแปลงสู่สมัยใหม่ เป็นต้น ซึ่งการบริหารจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม แบ่งระบบการบริหารจัดการต่างๆ ดังนี้

1) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (Tourist Guide Development)

บุคลากรด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นผู้จัดการด้านการนำเที่ยว ผู้นำเที่ยว (Guide) นับว่ามีความสำคัญมากเพราะว่าบุคลิกของลูกค้าแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน จึงต้องมีการคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่มค่านั่น เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าและบริษัทให้มากที่สุดเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก เพราะฉะนั้น บุคลากรมีความจำเป็นอย่างมาก และต้องผ่านการฝึกฝนให้เหมาะสมกับภาพการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่ต้องมีความเข้าใจในพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม และบุคคลที่เป็นกลุ่มลูกค้าด้วยโดยมุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกการให้บริการของบุคลากรเป็นสำคัญ บุคลากรที่เข้ามาประกอบการด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมนั้นอาจมีความจำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรงก็ได้ แต่สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับบุคลากร คือ จิตที่ต้องการให้บริการลูกค้าที่มีความสำคัญตามที่กล่าวแล้ว และการประกอบการนั้นต้องอาศัยระยะเวลาในการดำเนินการเป็นสำคัญ ผู้ประกอบการต้องมีความมุ่งมั่น และมีความเต็มใจในการประกอบอาชีพ¹¹

2) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น

เด่นนั้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับจังหวัด หรือประเทศ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป ส่วนใหญ่จะเป็นวัดประจำจังหวัด วัดในเชิงประวัติศาสตร์ หรือเป็นวัดที่มีหลวงพ่อศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งมีคนมาสักการะนับถือจำนวนมาก เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดอรุณราชวราราม วัด

¹⁰ สัมภาษณ์ ขาดิชา พิชัยญา, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท ธรรมจารี ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน 2559.

¹¹ สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท อีรวดี ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน 2559

ไตรมิตรวิทยาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร เป็นต้น โดยแต่ละสถานที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากว่าเป็นระบบจัดการโดยอาศัยภาครัฐและเอกชน และชุมชนร่วมกัน ซึ่งทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเหล่านี้ เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเป็นระยะเวลานานแล้ว บทบาทของบุคลากรที่เกี่ยวข้องจึงมีหน้าที่เพียงดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด และให้ทรงคุณค่ามากที่สุดเท่านั้น

3) นักท่องเที่ยว (Tourist) นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น จะเป็นหมู่ หรือคณะท่องเที่ยว ครอบครัว หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ชมรม นักเรียน นักศึกษา หรือประชาชนทั่วไปที่สนใจในการท่องเที่ยว

4) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เจ้าของหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ได้จัดบริการที่เหมาะสมให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ดอกไม้รูปเทียน พวงมาลัย และเครื่องสักการะอื่นๆ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ส่วนในด้านสถานที่นั้น จะมีการจัดการพื้นที่ให้มีความสะอาดเหมาะสมกับเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และสร้างความประทับใจพร้อมให้ผู้ที่มาไหว้พระได้เดินทางกลับมาสักการะอีกครั้ง มีการเพิ่มกิจกรรมเพื่อสร้างจุดดึงดูดใจที่หลากหลายสำหรับครอบครัวและมีรูปแบบที่น่าสนใจร่วมกันได้ ทั้งนี้ยังคงคำนึงถึงความสะดวกสบาย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในส่วนของร้านอาหาร จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยช่วยดูแลนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่วัดโดยจัดทำทั้งอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายและเหมาะสมกับฤดูกาลไว้ให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นความสะดวกและปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เป็นสำคัญเช่นกัน ในส่วนของร้านของที่ระลึก ก็ได้สรรหาของที่ระลึกในท้องถิ่นมาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวในราคาที่เหมาะสม ถูก ย่อมเยา ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ระลึกถึงว่า ได้เคยมายังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มาแล้ว หรือนักท่องเที่ยวอาจจะซื้อกลับไปฝากญาติ พี่น้องและคนรู้จักก็ได้ ในส่วนของบริษัทนำเที่ยว จะมีหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างให้ลูกค้าประทับใจมากที่สุดโดยจัดทริปนำเที่ยวให้น่าสนใจ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลที่สำคัญและมีการเสนอแบบแพคเกจ (Package tour) สำหรับครั้งต่อไปพร้อมทั้งมีส่วนลดราคาที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าประจำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจ ต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญในหลายภาษา ต้องใส่ใจในรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวในมิติแตกต่างกัน และสามารถชี้แจงแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้¹²

5) การจัดการพื้นที่ (Zoning) นับว่ามีความสำคัญที่จะมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินการกิจกรรมของตนเองได้ตามความเหมาะสม กล่าว คือ แหล่งท่องเที่ยวหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้มีการจัดการพื้นที่ (Zoning) จัดพื้นที่สำหรับจอดรถ นักท่องเที่ยว ร้านอาหาร และร้านของที่ระลึกไว้ในเขตบริเวณใกล้เคียงกัน ไม่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว

¹² สัมภาษณ์ ชาติชาย โพธิ์บัญชา, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท ธรรมจารี ทัวร์ จำกัด วันที่ 6

จนเกินไป เพื่อไม่ให้เกิดเสียงรบกวนต่อนักท่องเที่ยวอื่นที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่ต้องการความสงบที่เหมาะสม แต่ในขณะเดียวกันที่จอดรถ ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกนั้น ก็ไม่ควรตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ไกลจนเกินไป เนื่องจากการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะสร้างความลำบากให้กับนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

6) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว นอกจากแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวแล้ว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวยังใช้วิธีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนผ่านเสียงตามสาย ติดป้ายประกาศ ส่วนผ่านทางเว็บไซต์ หรือ ทาง Social Media โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของประชาชนทั่วไปที่มาเที่ยวแล้วรู้สึกประทับใจจึงแสดงความรู้สึกนั้นผ่านทางเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ ในส่วนของร้านอาหารและของที่ระลึกนั้น ใช้วิธีการนำเอาสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นมาสร้างเป็นสินค้าจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวก็เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี การสร้างให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกประทับใจเมื่อได้มาเที่ยว ด้วยการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ก็นับได้ว่าเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กับประชาชนทั่วไปได้รู้จักแล้ว ดังนั้น จุดเริ่มต้นของการประชาสัมพันธ์ที่ดี คือการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวให้มีความรู้สึกว่ามีความสุข สร้างศรัทธา อยากกลับมาทำบุญอีก

7) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการช่วยส่งเสริม เผยแพร่ ดำเนินการเพื่อให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ ยังมีบทบาทรวมถึงกำกับดูแลเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวอีกด้วย มีการดำเนินงานทั้งทางด้านการตลาด และการพัฒนาควบคู่กันไป ในมิติของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการท่องเที่ยว และการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีมาตรฐาน ควบคุมและกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่รับผิดชอบ เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมงานเทศกาล ประเพณีต่างๆ เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐจึงมีบทบาทคือ การกำกับ ควบคุม ดูแลผู้ประกอบการท่องเที่ยวในด้านคุณภาพการบริการท่องเที่ยว มาตรฐานการท่องเที่ยว โดยควบคุมและกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน

8) ปัญหาอุปสรรค ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีปัญหาอุปสรรคที่พบเป็นประจำคือการที่นักท่องเที่ยวเข้ามายังสถานที่ท่องเที่ยวแล้วยังไม่รู้จักรถระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวนั้น บางครั้งไม่ให้ความเคารพยำเกรงต่อสถานที่ ขัดห้ามบางประการในพื้นที่ ทำให้เจ้าหน้าที่มีความลำบากใจเมื่อ

ต้องแจ้งกฎระเบียบให้ทราบ ในส่วนการจัดระเบียบพื้นที่ บางแห่งยังมีปัญหาอุปสรรคที่ยังจัดการได้ลำบาก โดยเฉพาะในส่วนของสถานที่จอดรถ สถานที่ขายของที่ระลึกและร้านอาหารเป็นต้น

ในส่วนของร้านอาหารและของที่ระลึก มีปัญหาอุปสรรค คือ การจัดพื้นที่ห่างไกลจากตัวแหล่งท่องเที่ยวมากเกินไป ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มาสนใจใช้บริการร้านอาหารและของที่ระลึก อีกทั้งการที่มีร้านอาหารและของที่ระลึกมากเกินไป ทำให้มีลูกค้าน้อย โดยเฉพาะร้านที่ตั้งอยู่ด้านในมีนักท่องเที่ยวเข้าไปซื้ออาหาร/ของที่ระลึกจำนวนน้อยมาก

ในส่วนของบริษัท นำเที่ยว จะประสบปัญหาเกี่ยวกับการที่บริษัท ไม่สามารถแสวงหาภาคีเครือข่าย มีบุคลากรและความสามารถที่เหมาะสม และมีจิตสำนึกในการทำหน้าที่ที่รับผิดชอบ มีบุคลากรที่มีทักษะในการทำงานที่ดี ในขณะที่บริษัทนำเที่ยวต้องการภาคีเครือข่ายที่มีทักษะสูง และรู้สึกว่าการที่หน่วยงานที่ผลิตบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวไม่สามารถตอบสนองต่อบริษัทนำเที่ยว¹³ และการมีบริษัทท่องเที่ยวอื่นที่ไม่มีใบอนุญาตมาขายทัวร์ราคาถูกตัดหน้า ซึ่งบริษัทท่องเที่ยวต้องชำระภาษีให้รัฐทำให้รัฐเสียหายไปด้วย¹⁴

ในส่วนของการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประชาคมอาเซียน คือ ความแตกต่างของศาสนาที่บางประเทศยังไม่ยอมรับความแตกต่างหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม การเปิดประชาคมอาเซียนด้านการท่องเที่ยวก็ยังไม่อนุญาตให้พระภิกษุเดินทางเข้าประเทศในฐานะนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นสัญลักษณ์ทางศาสนา¹⁵

4.3.2 จริยธรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยว จริยธรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องยึดหลัก เรื่องของคุณธรรม ผู้ประกอบการต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา มีความซื่อสัตย์ ทำทุกอย่างต้องมีความโปร่งใส และทำถูกต้องตามกฎหมาย สามารถตรวจสอบได้ มีแหล่งอ้างอิง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด และเป็นตัวแทนของประเทศในการให้ข้อมูลต่าง ๆ เปรียบเสมือน “ทูตวัฒนธรรมของประเทศไทย” เพื่อธำรงไว้ซึ่งศักดิ์ศรี เกียรติคุณ และภาพพจน์ของผู้ประกอบอาชีพเดียวกัน ตลอดจนชื่อเสียงของประเทศไทย จำเป็นต้องมีจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ ผู้ประกอบการควรมีจริยธรรมดังต่อไปนี้

1) ยึดหลักศีลธรรมของสังคม คือ การยึดแนวทางหรือวิธีการบริหารจัดการของบริษัท โดยที่เมื่อนำไปปฏิบัติแล้วไม่มีสิ่งใดที่มีผลทางลบต่อศีลธรรมที่พึงมีต่อสังคม ด้านบริหารจัดการทุกรูปแบบ เช่น บัญชี การผลิต การขาย ต้องอยู่บนความถูกต้อง มีความโปร่งใส และมี

¹³ สัมภาษณ์ อีรวดี ทวี

¹⁴ สัมภาษณ์ เอ็น.ซี. ทวี

¹⁵ สัมภาษณ์ ธรรมจรรย์ ทวี

คุณธรรม อีกอย่างหนึ่ง คือ ระบบการเงิน ถ้าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งจำเป็นต้องเสนอการเงินในปัจจุบันรูปแบบที่สมบูรณ์ ถูกต้อง เพื่อประโยชน์กับนักลงทุนได้อย่างอิง และพิจารณาว่าสมควรลงทุน หรือไม่ ถ้าหากตัวเลขที่บอกไปไม่ถูกต้อง ดังนั้นผู้ประกอบการตระหนักให้ดี

2) การปฏิบัติด้วยจิตสำนึกในหน้าที่และความรับผิดชอบ คือ บริษัทมีวิธีการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน มีการสร้างแรงจูงใจให้พนักงาน มีการยึดหลักคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเคร่งครัด และกระทำด้วยความรับผิดชอบต่อโดยไม่เลือกปฏิบัติผู้ประกอบการ และพนักงานที่ดี จำเป็นต้องปฏิบัติอย่างเสมอภาค และเป็นธรรมทุกกรณี

3) การกำหนดภาระหน้าที่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการมีหน้าที่จะต้องให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีหลักฐานและซื่อสัตย์ในเรื่องข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และเงื่อนไขการเดินทาง การต้อนรับและการกินอยู่ ต้องให้ความมั่นใจว่าเงื่อนไขของข้อสัญญาที่เสนอต่อลูกค้าในรูปแบบ ราคาและคุณภาพของบริการที่สัญญาไว้ ตลอดจนเงินค่าชดใช้ความเสียหายในกรณีที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งผิดสัญญาต้องได้รับการปฏิบัติตามสัญญา

4) การจัดการภาครัฐ ภาครัฐโดยเฉพาะองค์กรการท่องเที่ยวควรให้ความเอาใจใส่ต่อความมั่นคงปลอดภัย การป้องกันอุบัติเหตุ ความปลอดภัยในเรื่องอาหาร และการป้องกันสุขภาพแก่ผู้ทำงานในสถานประกอบการ ในทำนองเดียวกัน ควรให้ความมั่นใจในระบบการประกันภัยและระบบความช่วยเหลือที่มีอยู่ และยอมรับพันธกรณีที่อาจมีขึ้นโดยกฎข้อบังคับของประเทศ และจะต้องจ่ายค่าชดเชยอย่างยุติธรรมในเหตุการณ์ที่ผู้ประกอบการได้ละเลยต่อพันธกรณีตามสัญญา ในขณะที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรมีส่วนร่วมที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นวัฒนธรรมและคุณค่าทางจิตใต้ตั้งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ ตลอดจนยินยอมให้นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติกิจทางศาสนาระหว่างการเดินทาง ส่วนผู้มีอำนาจรัฐทั้งประเทศของนักท่องเที่ยวเอง และประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ร่วมมือกับผู้ประกอบการ และสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้ความมั่นใจกับนักท่องเที่ยวในกรณีที่บริษัทจัดการท่องเที่ยวมีปัญหาทางการเงิน ในการจัดส่งนักท่องเที่ยวกลับประเทศ

รัฐบาลมีสิทธิและหน้าที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามวิกฤต ที่จะแจ้งให้คนในชาติของตนทราบถึงสถานการณ์ที่ยากลำบาก หรืออันตรายที่เขาคouldจะได้รับระหว่างเดินทางไปต่างประเทศ อย่างไรก็ตามการออกข้อกล่าวจะต้องมีความรับผิดชอบต่อที่จะไม่ให้เป็นการล่อลวง ไม่เป็นธรรมหรือเป็นข่าวที่เกินความเป็นจริงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศที่ไปเยือน และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวของตน เนื้อหาคำแนะนำในการเดินทางควรจะได้มีการปรึกษาหารือกันก่อนกับประเทศที่ไปเยือน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง การให้ข้อเสนอแนะควรจะมีน้ำหนักที่สอดคล้องกับความเป็นจริงของสถานการณ์ และอยู่ในขอบเขตของสถานการณ์ความไม่ปลอดภัยที่ได้เกิดขึ้นจริง คำแนะนำดังกล่าวควรจะมีการยืนยันหรือยกเลิกโดยเร็วที่สุดเท่าที่ทำได้ เมื่อเหตุการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ

6) การจัดการข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะข่าวสารการเดินทางและสื่อสารอย่างอื่น รวมทั้งวิธีการติดต่อสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ควรกระทำด้วยความซื่อสัตย์ และเป็นข่าวที่มีความสมดุลของเหตุการณ์ และสถานการณ์ซึ่งอาจมีผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว ควรให้ข่าวสารที่มีความแม่นยำและเชื่อถือได้ต่อลูกค้าของบริษัทที่ให้บริการทางการท่องเที่ยว การติดต่อสื่อสารสมัยใหม่และเทคโนโลยีทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรได้รับการพัฒนาและนำมาใช้เพื่อความมุ่งหมายนี้ ในกรณีที่เกี่ยวข้องกับสื่อด้านนี้ไม่สมควรที่จะทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเพศไม่ว่าในกรณีใด

อีกประการหนึ่ง คือ การติดต่อลูกค้ารายใหญ่ ต้องปฏิบัติกับลูกค้ารายย่อย เหมือนกัน เพราะถ้าลูกค้ารายเล็กถูกเอาเปรียบ ก็ไม่สามารถเป็นลูกค้า ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ได้ เพราะถ้าเราเอาใจลูกค้ารายใหญ่ ก็ทำให้ท่านได้เงินมาก เก็บเงินง่าย แต่อย่าลืมไปว่าลูกค้ารายใหญ่นั้นก็เคยเป็นบริษัทเล็กมาก่อน เพราะถ้าลูกค้ารายเล็ก ไม่สามารถเติบโตเป็นลูกค้าขนาดกลางและขนาดใหญ่ได้ ก็จะต้องอยู่ในอ้อมมือลูกค้ารายใหญ่ซึ่งมีอยู่ไม่กี่ราย เพราะฉะนั้นหลักการบริหารที่เป็นสากล ต้องระวังไม่ให้ธุรกิจของตัวเองมีอัตราร้อยละสูงเกินไปกับลูกค้ารายใด รายหนึ่งเท่านั้น เพราะถ้าเป็นอย่างนั้นแล้วบริษัทก็สามารถพังลงได้ง่าย ๆ ดังนั้นต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง ต้องปฏิบัติอย่างเสมอภาค และเท่าเทียมกันทั้งรายใหญ่และรายเล็ก

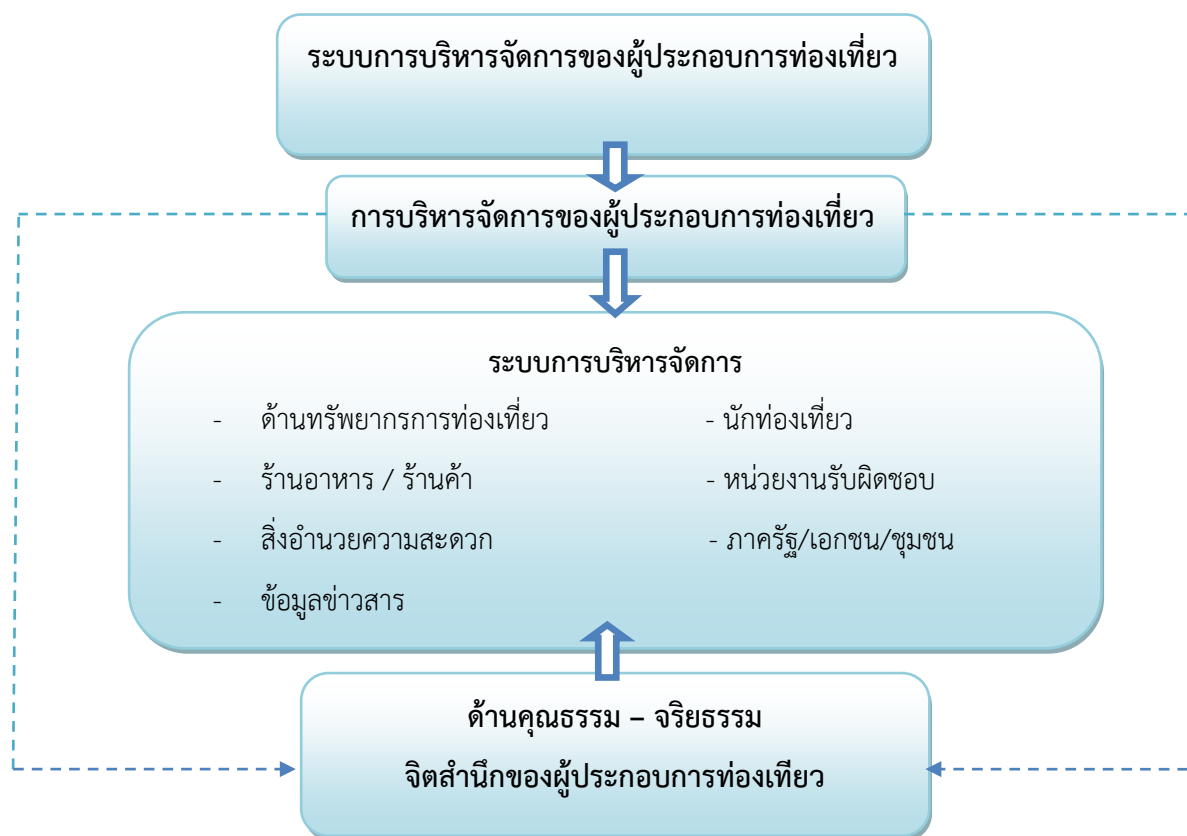
7) การเสริมสร้างหลักธรรมาภิบาล หลักธรรมาภิบาลซึ่งเป็นสิ่งที่เหมาะสม ไม่เข้าข้างตัวเองในเรื่องที่ขัดแย้งผลประโยชน์ของบริษัท ไม่อย่างนั้นจะนำความเสื่อมเสีย ไม่มีความน่าเชื่อถือได้ ดังนั้นเรื่องขัดแย้งผลประโยชน์ จริยธรรมเป็นสิ่งจรรยาบรรณ และเป็นปัจจัยที่ทำให้การบริหารมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล มีความโปร่งใส นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่ต้องแข่งขัน ทั้งในและต่างประเทศยุคโลกาภิวัตน์ ต้องปรับและสร้างวัฒนธรรมที่ดีภายในองค์กร ในทุกคน ทุกระดับให้มีจิตใจที่ประพฤติ ปฏิบัติดี มีจริยธรรม มีคุณธรรม ซึ่งจิตใจสำคัญ ต้องดีงาม และต้องอยู่บนความถูกต้องให้ได้ ซึ่งจะเป็นวิธีเดียวที่ทำให้ก่อเกิดสิ่งที่ดี ๆ ที่ให้ทุกคนปฏิบัติ มีจริยธรรม ซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นวิถีชีวิตที่ทุกคนทำเป็นปกติสุข ต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งทำให้ธุรกิจของท่านเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนตลอดไป

4.3.3 จิตสำนึกของผู้ประกอบการในประชาคมอาเซียน ผู้ประกอบการทุกท่านมีเป้าหมายเพื่อต้องการผลกำไร แต่การทำผลกำไรอย่างไร โดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ถือหุ้นไม่เพียงพอ เพราะการที่ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ต้องรับผิดชอบต่อสังคม ในปัจจุบันนี้เป็นที่ประจักษ์แล้วว่าธุรกิจใดที่มุ่งแต่สร้างกำไรโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อผลสังคมส่วนใหญ่ธุรกิจนั้นๆ ก็คงอยู่ไม่ได้ผล นอกจาก ความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว ธุรกิจต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้คงอยู่สภาพเดิมจนรุ่นลูกหลาน ธุรกิจต้องบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในเกณฑ์ หรือระดับต่ำ ที่ไม่เป็นอันตราย ซึ่งมีผู้ประกอบการมักง่ายจำนวนมากที่พยายามบีบต้นทุน หรือลดต้นทุน โดยที่ไม่มีการ

ลงทุนในการติดตั้งระบบ หรือเครื่องจักรที่ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม เพราะฉะนั้นสิ่งเหล่านี้ขึ้นอยู่กับจิตสำนึก จริยธรรม ของผู้ประกอบการว่ามีขนาดไหน หรือเอาใจใส่ช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริษัทต้องคำนึง การรักษาขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีอันดีงาม ไม่ให้การดำเนินธุรกิจของตัวเองไปกระทบกับขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีอันดีงาม เพราะถ้าเป็นอย่างนี้ก็จะเกิดผลเสีย ทำให้บกพร่องต่อหน้าที่ ในฐานะนิติบุคคลที่ดีของประเทศ วัฒนธรรม ความเชื่อ และศาสนา ก็จะเป็นเรื่องหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องระมัดระวังเป็นอย่างมาก

ผู้ประกอบการต้องระมัดระวัง ไม่เอาสิ่งแปลกปลอมแบบใหม่ที่เป็นพิษต่อเยาวชน หรือค่านิยมที่ถูกดัดแปลงตั้งแต่ดั้งเดิม เราต้องไม่ให้ธุรกิจของเรามากระทบ หรือแปรเปลี่ยนวิถีชีวิตของคน ในประเทศ ซึ่งเป็นวิถีดี สงบสุข อยู่แล้ว โดยมุ่งแต่ธุรกิจของตัวเอง ซึ่งไม่ถูกต้อง ขัดต่อหลักจริยธรรม ในแง่ของบริษัทจำเป็นต้องดำรงตน เป็นพลเมืองที่ดี ซึ่งหมายถึง ถึงแม้ว่าบริษัทจะเป็นนิติบุคคลที่ไม่มีชีวิต จิตใจ ทางคณะกรรมการ ผู้บริหาร เป็นมนุษย์ มีความรู้สึก มีจิตใจ เพราะฉะนั้นถึงแม้บริษัทจะเป็น นิติบุคคล แต่ในทางปฏิบัติ ถ้าบริษัททำอะไรออกมา ก็จะเป็นการสะท้อนอารมณ์ ความคิด ของผู้บริหารออกมา ซึ่งต้องทำให้ถูกกฎหมาย ไม่มีการลักขโมย หรือติดสินบนหรือ ไปสมยอมการประมุขที่ขัดแย้งต่อศีลธรรม เพราะถ้าทำไปก่อให้เกิดการทุจริต คอร์รัปชัน การฉ้อราษฎร์บังหลวง การตบมือข้างเดียวไม่ดัง ในขณะที่เดียวกันสิ่งที่สำคัญที่สุด คือผู้ประกอบการทุกคนต้องตระหนักถึง หน้าที่ ความรับผิดชอบ ในการที่จะต้องเสียภาษีให้ถูกต้อง แต่ท่านจงใจหลีกเลี่ยงภาษี ถือว่าเป็นผลกระทบต่อสังคมอย่างร้ายแรง ถือว่าเป็นความบกพร่องที่ส่งผลเสียต่อการเป็นพลเมืองที่ดีของประเทศ นอกจากนี้โทษที่ตามมา คือการเสียค่าปรับ ทำให้ชื่อเสียง และจินตภาพของบริษัทเสียไปด้วย

แผนภาพที่ 4.3 ระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม



4.4 การสร้างและความสัมพันธ์ของเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับการส่งเสริม

การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

ในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ จากศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการจึงมีการเชื่อมโยงกับองค์กรต่างๆ ทั้งทางภาครัฐ และภาคเอกชนด้วยตนเอง โดยมีสร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว มีวิธีการสร้างความสัมพันธ์และการดำเนินธุรกิจร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจเครือข่ายนั้น สามารถดำเนินไปได้ โดยที่ธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันเสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากดำเนินการร่วมกัน เพื่อประโยชน์ร่วมกัน จึงเกิดมีความสามารถสูงกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า ความคล่องตัวสูงกว่า และความคิดริเริ่มดีกว่าการเดินธุรกิจตามลำพัง และผลของการสร้างเครือข่ายในลักษณะนี้จะทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสามารถอยู่รอด และที่ยั่งยืนไปกว่านั้นก็คือ สามารถดำเนินธุรกิจแข่งขันกับธุรกิจประเภทอื่นๆ ทั้งในระดับชาติและนานาชาติได้

ในการประกอบธุรกิจด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของผู้ประกอบการนั้น มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การสร้างเครือข่ายการทำงานเชิงบูรณาการในการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศอาเซียน ระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน กล่าวคือ

นักท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่น โดยมีการสร้างให้เกิดกระบวนการขับเคลื่อนแบบเครือข่าย อย่างมีประสิทธิภาพร่วมกันระหว่างภาครัฐ ทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น หน่วยงานเอกชน และ ชุมชน หรือระหว่างชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนการศึกษาในประเด็นนี้จะชี้ให้เห็นถึงหลักการการทำงานแบบเครือข่าย ปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงถึงในการสร้างเครือข่าย รวมถึงแนวทางโดยสังเขปในการสร้างเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ โดยการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ ด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันใช้วิธีดังต่อไปนี้คือ

4.4.1 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวขององค์กรภาครัฐ องค์กรภาครัฐที่จะเกี่ยวข้องกับ บริษัททัวร์ มี 2 องค์กรใหญ่ คือ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยในส่วนของกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. ก็มีนโยบายที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ระหว่างไทยเข้าไปสู่อาเซียน โดยนำเสนอให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ได้จัดเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยให้เชื่อมโยงกันจากประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง ในหลายๆ เส้นทางโดยใช้ประเทศไทยเป็นฐาน เช่น จากประเทศไทย เชื่อมต่อไปที่ประเทศลาว ประเทศกัมพูชา และประเทศเวียดนาม แล้ว ย้อนกลับมาที่ประเทศไทยอีกครั้ง โดยพยายามให้ประเทศไทยเป็นจุดเชื่อมต่อ (HUB) ด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐได้พยายามวางให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของ AEC ด้วยเหตุว่ามีภูมิประเทศตั้งอยู่ตรงกลางในกลุ่มประเทศนี้ และประเทศไทยก็เป็นจุดเด่นที่นักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทยมาเป็นระยะเวลานาน¹⁶ และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งในการที่ประเทศไทยเป็น HUB ด้านการท่องเที่ยว โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอันดับแรกแล้วจึงเชื่อมโยงไปสู่ประเทศอื่น และนโยบายนี้ได้ถูกนำเสนอไปสู่ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวและได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญ คือ

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. เผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬาและวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่นอันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว
3. อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชนและระหว่างประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยว

¹⁶ สัมภาษณ์ นิตติกร เทียนธรรม, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท เอ็น.ซี.ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน

5. ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว¹⁷

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Economics Community: AEC) นับว่าเป็นปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากภูมิภาคอาเซียนหรือเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวสูงที่สุดในโลก นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548-2556 คือ ร้อยละ 8.5 โดยมีการคาดการณ์ว่าภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้น แนวโน้มการเติบโตของภูมิภาคอาเซียนจะกลายเป็น องค์กรทางภูมิรัฐศาสตร์ที่มีความสำคัญและทั่วโลกต่างจับตามอง จึงเป็นความท้าทายของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวไทยที่จะใช้ประโยชน์จากตลาดที่ใหญ่ขึ้นในความร่วมมือในระดับภูมิภาค สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มอาเซียนกับปริมาณนักท่องเที่ยว ต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปริมาณนักท่องเที่ยวในประเทศในกลุ่มอาเซียนมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ซึ่งประเทศไทยได้รับผลประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคอาเซียน ดังนั้น เมื่อเปิดประชาคม เศรษฐกิจอาเซียนและการเปิดเสรีภาคทางการท่องเที่ยว จะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวมีแนวโน้ม สนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยว เชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษดังกล่าว¹⁸

สำหรับปัญหาที่ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากนโยบายของภาครัฐ คือ

1. นโยบายไม่ได้สนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริง แต่มุ่งเอาใจเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกเท่านั้น
2. มีกำกับโดยมุ่งไปที่ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้อง แต่ไม่มีมาตรการจัดการกับผู้ประกอบการที่จดทะเบียนไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

¹⁷ http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=230

¹⁸ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรกฎาคม 2558

3. วิธีการแก้ไขปัญหขององค์กรภาครัฐ ไม่ตรงจุด ไม่ใช่เป็นการแก้ไขปัญหาที่แท้จริง เช่น การตั้งกองทุนเพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการท่องเที่ยว เมื่อเกิดปัญหาขึ้น ก็จะนำเงินจากกองทุนนี้ไปชดใช้ ทั้งที่เงินกองทุนหรือเงินประกันนี้ เป็นเงินของผู้ประกอบการที่ถูกต้องตามกฎหมาย แต่ผู้สร้างปัญหา กลับเป็นผู้ประกอบการที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย เท่ากับว่า เป็นการแก้ไขปัญหาที่ไม่ชอบธรรมนัก

4. การไม่แน่นอนของแนวการปฏิบัติงานขององค์กรภาครัฐ ที่มีการเปลี่ยนไปเปลี่ยนมาไม่แน่นอน เช่น รัฐกำหนดให้ผู้ประกอบการและผู้นำเที่ยวต้องมีบัตรอนุญาตเพราะถือว่าเป็นอาชีพสงวน แต่ในทางปฏิบัติกลับไม่มีการควบคุมในส่วนนี้ หรือแม้กระทั่งบัตรอนุญาตเองก็มีดำเนินการที่ช้ากว่าที่ควรจะเป็น ออกบัตรช้า และเมื่อได้บัตรมาแล้ว ก็ไม่ได้มีการตรวจสอบกันอย่างจริงจัง

5. การเปิดให้มัคคุเทศก์จากประเทศในประชาคมอาเซียน เข้ามาประกอบอาชีพได้อย่างอิสระ ย่อมส่งผลกระทบต่ออาชีพมัคคุเทศก์ในเมืองไทยอย่างมาก¹⁹

ในฐานะผู้กำหนดนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนา การสร้างเครือข่าย และสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการด้านการบริการการท่องเที่ยวในภูมิภาคที่มีจำนวนมาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้เกิดการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ รัฐจึงได้เข้าไปมีบทบาทโดยการให้ความรู้อันเป็นประโยชน์ในประเด็นต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ โดยเชิญผู้ประกอบการเข้าร่วมสัมมนา ซึ่งเป็นการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งลักษณะการร่วมมือระหว่างเครือข่าย จากการเก็บข้อมูลพบว่า มีลักษณะดังนี้ คือ

1) รูปแบบเครือข่ายในการกระจายข้อมูล (Information Dissemination)

เป็นรูปแบบที่ภาครัฐร่วมกับผู้ประกอบการ ตลอดจนถึงแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม เพื่อกระจายข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยว การจัดการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

2) รูปแบบเครือข่ายการทำงานแบบเฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Ad Hoc)

ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ จากการศึกษาพบว่า ปัญหาบางปัญหามีผลกระทบอย่างมากกับผู้ประกอบการ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น เหตุการณ์ภัยพิบัติธรรมชาติ หรือโรคระบาด รวมถึงความรุนแรงทางการเมือง หรือการก่อการร้าย เป็นต้น เป็น

¹⁹ สัมภาษณ์ ฉัตรดิน เทียนธรรม, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท เอ็น.ซี.ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน

รูปแบบที่ภาครัฐต้องการจัดหาหน่วยเฉพาะกิจเพื่อรองรับสถานการณ์พิเศษ เช่น หน่วยลงทะเลเบียน และให้ความช่วยเหลือใน เป็นต้น

3) รูปแบบเครือข่ายแบบตัวแทนการให้บริการ (Channel Partnership) เป็นรูปแบบที่ภาครัฐร่วมกับบริษัทเอกชนหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในฐานะตัวแทนภาครัฐ เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มีช่องทางที่จะเข้าถึงผู้รับบริการได้ดีและทั่วถึงกว่าหน่วยงานรัฐ

4) รูปแบบเครือข่ายภาคประชาสังคม (Civic Switchboard) ภาครัฐดำเนินการในลักษณะเชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่างๆ รวมทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยอาศัยความกว้างขวางเป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดความร่วมมือกันขององค์กร ผู้ประกอบการ ประชาชนเพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคม เช่น การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน หรือศูนย์เรียนรู้ของชุมชน เป็นต้น

4.4.2 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในสังคมเครือข่าย (Social Network) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีความเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวจะมีการหาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารน้อยมาก ดังนั้น ระบบสารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปมาก การที่นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลการท่องเที่ยวนั้นมีสูงมาก ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดียต่างๆ ในส่วนของการติดต่อสอบถามข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและการติดต่อประสานงานระหว่างบริษัท เช่น โรงแรม ร้านค้า ในต่างประเทศนั้น ผู้ประกอบการจะสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ เช่น Skype Line Email เป็นหลัก จึงถือว่าสำคัญและขาดไม่ได้ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน นอกจากนั้น ยังมีเครือข่ายที่ใช้ติดต่อกับเอเยนต์ เอเยนต์คือ บุคคลที่จะมาช่วยขายของ ขายสินค้าขายแพคเกจทัวร์ที่ผลิตขึ้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จในการได้มาซึ่งสารสนเทศที่มีประโยชน์²⁰ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศเพื่อการดำเนินงาน การจัดการ และการตัดสินใจของผู้ประกอบการ สนับสนุนให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การรวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายของความร่วมมือ และการผลักดันให้เกิดการสร้าง Brand ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สนับสนุนการค้นคิดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยเชื่อมโยงกับนโยบายการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยว การใช้เครือข่ายโดยการจากระบบสารสนเทศนี้ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ โดยผู้ประกอบการจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการประสานงานสร้างสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะกับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน ASEAN

²⁰ สัมภาษณ์ นัตตริณ เทียนธรรม, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท เอ็น.ซี.ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน

4.4.3 การสร้างเครือข่ายในมิติของการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประเทศในกลุ่ม AEC อันได้แก่ประเทศไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม มาเลเซีย รวมทั้งประเทศที่เป็นเกาะในทะเล ได้แก่ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย บรูไนและติมอร์ตะวันออก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แหล่งท่องเที่ยวในประชาคมพุทธศาสนาในอาเซียน มีจำนวนมากโดยเฉพาะกลุ่มที่ประเทศอยู่ในแผ่นดินใหญ่ (TMLCV) ไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และเป็นพระพุทธศาสนานิกายเถรวาทเสียเป็นส่วนใหญ่มาจึงเชื่อมโยงง่าย²¹ การจัดการด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่กลุ่มผู้ประกอบการได้สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกัน ได้แก่ประเทศที่สำคัญๆ 8 ประเทศ คือ ไทย กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ดังต่อไปนี้

1) ประเทศไทย มีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทรงคุณค่า เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ซึ่งมีนักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจเข้าวัด ทำบุญ ให้ทาน ศึกษาธรรมะและปฏิบัติธรรม ตามหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา และการปฏิบัติธรรมตามแนวทางพระพุทธศาสนา ซึ่งเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงพุทธ” จึงทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงพุทธระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ ชุมชน วัด เพื่อร่วมกันส่งเสริมกิจกรรมทางพุทธศาสนา ระดม ทรัพยากร ทุกภาคส่วน เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อสนับสนุนและกระตุ้นให้การยกระดับการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมไปสู่ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคระดับประเทศ และระดับอาเซียน

ในการสร้างเครือข่ายประเภทนี้ ผู้ประกอบการได้จัดการด้านการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับวัดแต่ละวัด และแต่ละภูมิภาคอยู่แล้ว เช่น การสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชื่อมกับวัด 9 วัดในแต่ละจังหวัด การสร้างเครือข่ายกับวัดในแต่ละภูมิภาคของประเทศ เช่น การสร้างเครือข่ายกับวัดอาณาจักรล้านนา ในภาคเหนือ การสร้างเครือข่ายกับวัดสายการปฏิบัติในภาคอีสาน เป็นต้น

²¹ สัมภาษณ์ ฉัตรกร เทียนธรรม, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท เอ็น.ซี.ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน

แผนภาพที่ 4.4 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย



2) ไทย - ลาว เนื่องจากลักษณะทางกายภาพ กล่าวคือ ภาษา ศาสนา และ วัฒนธรรม ของประเทศไทย และ สปป.ลาว ไม่แตกต่างกันมาก ทำให้มีการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมระหว่างไทยกับ สปป.ลาว ขึ้น ซึ่งอยู่ภายใต้กรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน กรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง และความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับสปป.ลาว ความร่วมมือในด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับ สปป.ลาวจะมี 3 รูปแบบ คือ 1. ความร่วมมือในระดับรัฐบาลกับรัฐบาล ซึ่งมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาวเป็นกลไกหลักในความร่วมมือในระดับประเทศ 2. ความร่วมมือระหว่างเอกชนไทยกับรัฐบาล สปป.ลาวที่มี 2 ลักษณะ คือ *หนึ่ง* การที่เอกชนไทยเข้าไปลงทุนในกิจการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใน สปป.ลาว *สอง* เอกชนไทย ร่วมมือกับบริษัทท่องเที่ยวที่เป็นของรัฐบาลลาว และบริษัทท่องเที่ยวที่เป็นของรัฐบาลเวียดนาม ร่วมมือกันสำรวจเส้นทางท่องเที่ยว ในไทย ลาว และเวียดนาม ในอนาคตจะมีการร่วมมือกันในการทำธุรกิจท่องเที่ยว 3 ประเทศร่วม และ *สาม* ความร่วมมือระหว่างเอกชนไทยและเอกชน สปป.ลาว ใน

รูปแบบร่วมมือกันทำธุรกิจท่องเที่ยวโดยบริษัทท่องเที่ยวไทยและบริษัทท่องเที่ยว สปป.ลาว ลงนามเป็นคู่สัญญาที่จะส่งนักท่องเที่ยวให้แก่นัก ความร่วมมือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย-ลาว ทั้งในระดับรัฐบาลและในระดับท้องถิ่นการดำเนินงานร่วมกันเป็นไปค่อนข้างดี²² ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวทำให้เกิดความสะดวกและประหยัดในการเดินทางท่องเที่ยวในสปป.ลาวเพิ่มขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวในทุกมิติของ สปป.ลาวและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความผูกพันที่ดีต่อกัน มีความเข้าใจกัน สามารถเข้าใจสภาพแวดล้อมและข้อจำกัดของแต่ละประเทศได้ดี นับว่าความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวไทย-สปป.ลาว จะเป็นความร่วมมือที่ดีที่สุดที่จะเป็นหัวหอกนำไปสู่ความร่วมมือที่ดีระหว่างไทยกับสปป.ลาว ในด้านอื่น ๆ ต่อไป

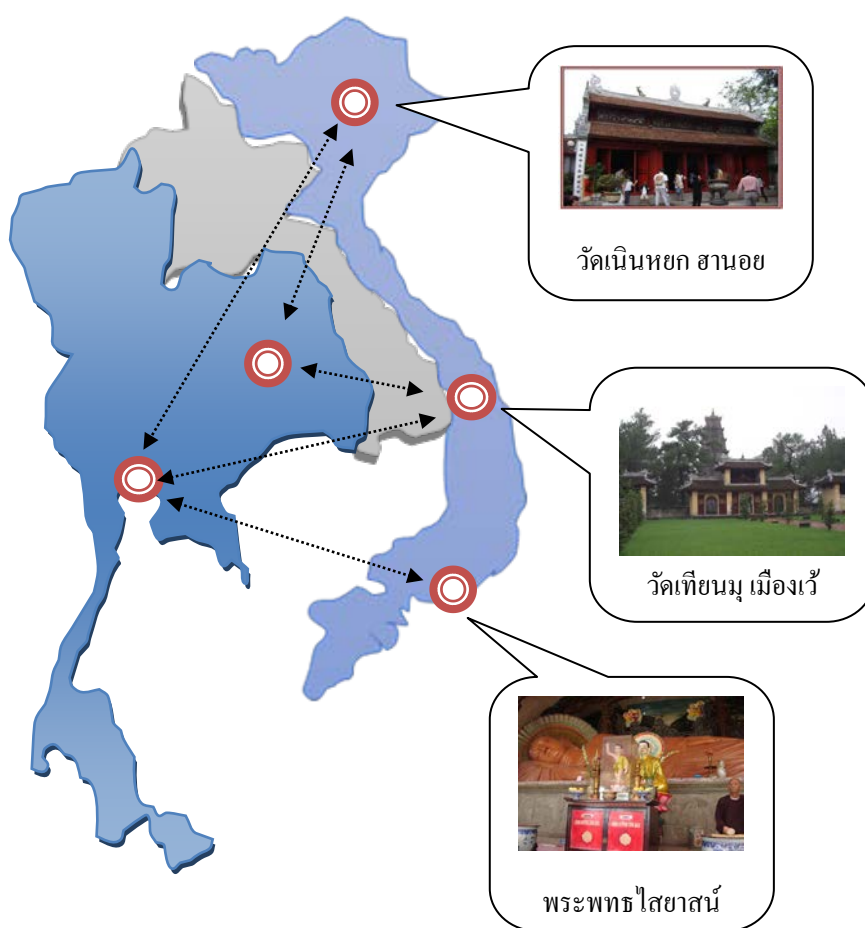
แผนภาพที่ 4.5 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของไทยและลาว



²² บงกช หงส์คำมี. รายงานวิจัย เรื่อง ความร่วมมือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและ สปป.ลาว. บทคัดย่อ

3) **ไทย เวียดนาม** ศักยภาพการท่องเที่ยวของเวียดนาม เวียดนามได้รับการจัดอันดับให้เป็น “จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวโดดเด่นแห่งใหม่ของตะวันออกไกล” เนื่องจากเวียดนามมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม แหล่งโบราณสถานเก่าแก่ การท่องเที่ยวเพื่อชมความงดงามทางธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานยามราตรีในเมืองฮูจิก เป็นต้น ตัวอย่างเมืองท่องเที่ยวของเวียดนามที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ฮานอย โฮจิมินห์ซิตี้ เว้ ฮอยอัน ดาลัด ฮาลอง ดานัง เดียนเบียนฟู เป็นต้น

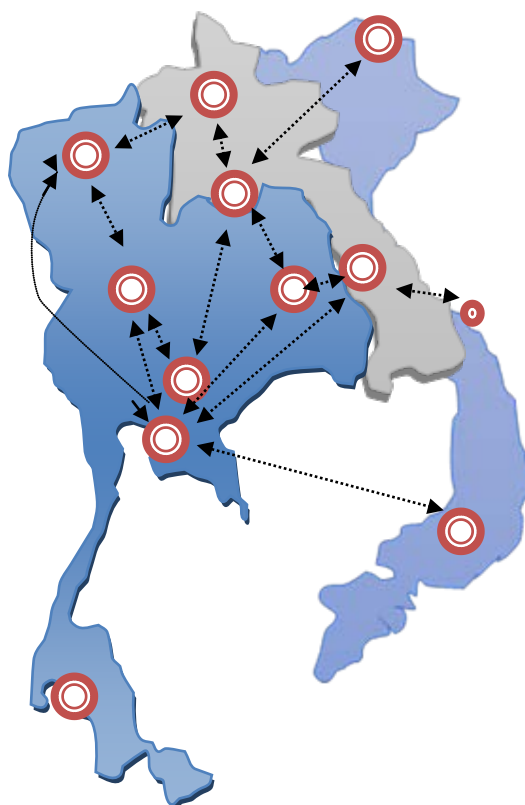
แผนภาพที่ 4.6 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา
ของไทยและเวียดนาม



4). **ไทย ลาว เวียดนาม** ในด้านการสร้างเครือข่าย 3 ประเทศ กล่าวคือ ไทย ลาว และเวียดนาม ผู้ประกอบการได้มองเห็นว่า ด้วยมองว่า 5 ประเทศในกลุ่มแม่น้ำโขง คือ ไทย ลาว และเวียดนาม มีพรมแดนติดกัน ประชากรส่วนใหญ่ล้วนนับถือพระพุทธศาสนา ทั้งยังมีวิถีชีวิต วัฒนธรรม ที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ พรรณพิมล สุวรรณพงษ์ กงสุลใหญ่ ณ นครโฮจิมินห์ ว่า

พระพุทธศาสนาจัดเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีของคนในภูมิภาคนี้ ซึ่งประเทศเวียดนามในช่วง 10-20 ปีที่ผ่านมา มีการเผยแผ่ พระพุทธศาสนาเถรวาทเข้ามาอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้เกิดพระสงฆ์เวียดนามจำนวนมาก และยังได้เดินทางไปศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยสงฆ์ในประเทศไทย โดยสถานกงสุลไทยนครโฮจิมินห์พร้อมที่จะให้ความร่วมมือระหว่างสองประเทศเพื่อสานสัมพันธ์ในบริบทของพระพุทธศาสนาให้มากขึ้น²³ เพื่อความเป็นปึกแผ่นด้านศาสนา โดยอาศัยการเครื่องการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเป็นตัวเชื่อมประสาน ซึ่งการสร้างเครือข่ายในระหว่าง 3 ประเทศนี้ จะมีลักษณะเชื่อมโยงกันดังนี้

แผนภาพที่ 4.7 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในไทย – ลาว – เวียดนาม



²³ พรรณพิมล สุวรรณพงษ์. ในคราวสัมมนาเรื่อง “หลักศาสนาสานสัมพันธ์ประเทศอาเซียน” : พุทธศาสนาเชื่อมชาติลุ่มน้ำโขง. 7 March 2016

5) ไทย-เมียนมาร์ ในด้านการท่องเที่ยว พม่านั้นเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปสัมผัส โดยข้อมูลจาก Ministry of Hotels and Tourism ของประเทศเมียนมาร์ระบุว่า ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของพม่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มขยายตัว จากเดิมที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไปยังพม่าจำนวน 1.93 แสนคน ในปี 2551 เพิ่มขึ้นเป็น 3.91 แสนคน ในปี 2554 ซึ่งหากเทียบกับประเทศไทยแล้ว ถือว่าจำนวนยังน้อยกว่ากันมาก²⁴ อย่างไรก็ตาม การสร้างเครือข่ายภาคต่างๆ ถือว่ามีการสร้างเครือข่ายกันมายาวนาน รวมถึงการสร้างเครือข่ายระหว่างองค์พระพุทธศาสนาด้วยกันเอง ตลอดจนถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายด้านบุคลากรทางศาสนาในด้านการศึกษา เนื่องจากประเทศทั้งสองยังคงความเป็นประเทศที่นับถือพระพุทธศาสนา รวมถึงการรักษาวัฒนธรรมด้านศาสนาเหมือนกัน สำหรับในแง่ของการสร้างความร่วมมือในด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการระหว่างประเทศแล้ว มีการสร้างเครือข่ายระหว่างกัน กล่าว ผู้ประกอบการไทย กับพม่า และระหว่างผู้ประกอบการพม่า กับไทย ซึ่งรูปการเชื่อมโยงมีลักษณะตามเส้นทาง ดังนี้แผนภาพ

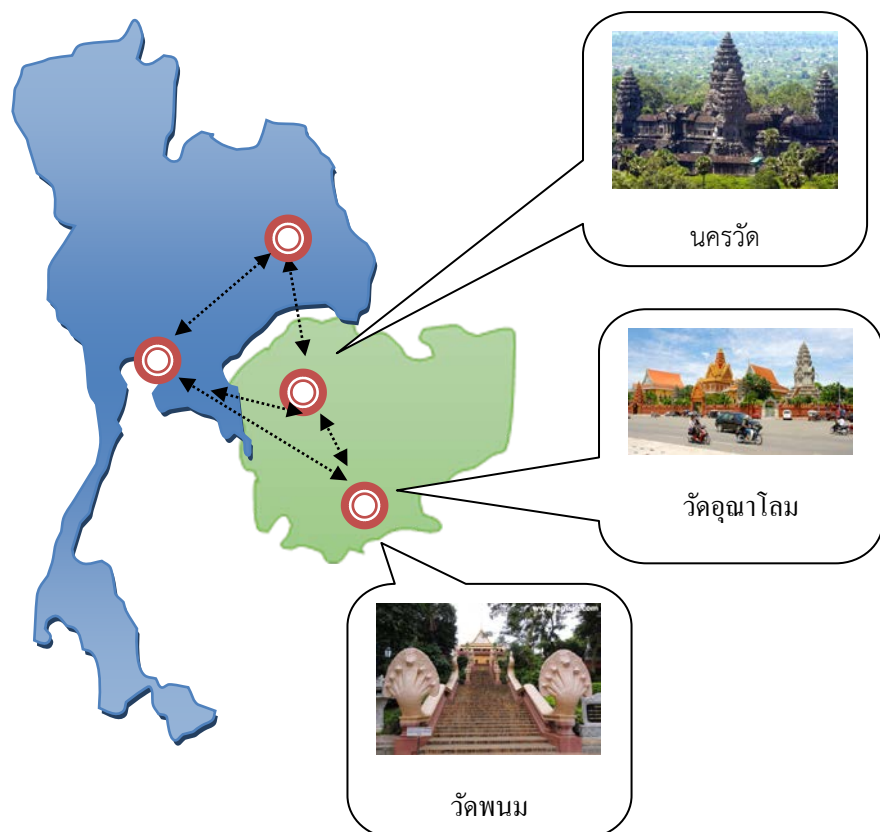
แผนภาพที่ 4.8 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของไทยและเมียนมาร์



²⁴ Ministry of Hotels and Tourism.

6) ไทย-กัมพูชา จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการระหว่าง 2 ประเทศได้สร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวกันอย่างแน่นแฟ้น อันเนื่องมาจาก ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมของชาวกัมพูชาจะสอดคล้องใกล้เคียงกับประเทศไทยเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ผู้สูงอายุจะเข้าวัดฟังธรรม เมื่อมีงานบุญตามประเพณี พุทธศาสนิกชนจะร่วมแรงช่วยเหลือจัดการงานอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ จะมีงานบุญประเพณีที่สำคัญทางพระพุทธศาสนาตามจันทรคติเช่นเดียวประเทศไทยเป็นวันหยุดราชการ ได้แก่ วันมาฆบูชา วันปีใหม่เขมร (Khmer New Year) ซึ่งตรงกับวันสงกรานต์จะหยุดราชการในวันที่ 14 – 16 เมษายนทุกปี วันวิสาขบูชา วันสารทเขมร (เรียกว่างานวันปรอจุมเบน , Pchum Ben day) โดยจะหยุดราชการ 3 และงานวันลอยกระทง (Water Festival) ซึ่งลักษณะการสร้างเครือข่ายดังแผนภาพ

แผนภาพที่ 4.9 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของไทยและกัมพูชา



7) ไทย-อินโดนีเซีย ในแง่ของการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมระหว่าง 2 ประเทศ จากการศึกษาพบว่า มีการสร้างเครือข่ายกันแบบหลวมๆ ซึ่งแตกต่างประเทศอาเซียนในกลุ่ม CLMVT ซึ่งมีรากฐานด้านศาสนาและวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงและสอดคล้องกัน สำหรับประเทศอินโดนีเซียนั้น ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะเป็นประเทศนับถือศาสนาอิสลาม แต่อดีตเคยมีพระพุทธศาสนาแบบมหายานเข้ามาประดิษฐานอยู่ พระพุทธศาสนาได้รุ่งเรืองมาก ประมาณพุทธศตวรรษที่ 12 มีโบราณสถานที่สำคัญ 2 แห่งในอินโดนีเซียคือ โบโรบูดูร์ หรือ บรมพุทโธ ตั้งอยู่ที่ราบเกตุ (kedu) ในภาคกลางของชวา ห่างจากเมืองยอกยาการ์ตา (Jogjagata) ในปัจจุบันทางเหนือประมาณ 40 กิโลเมตร และพระวิหารเมนดุต (Mendut) ซึ่งอยู่ห่างจาก โบโรบูดูร์ไปทางทิศตะวันออก 3 กิโลเมตร

ในขณะที่พระพุทธศาสนาตกอยู่ในภาวะเสื่อมโทรมตลอดระยะเวลาอันยาวนาน พุทธศาสนิกชนชาวอินโดนีเซียได้ใช้ความเสียสละอย่างสูงพิทักษ์รักษาพระพุทธศาสนาไว้มิให้สูญสิ้นไป โดยปราศจากการสนับสนุนจากภายนอกเท่าที่ควร ประเทศอินโดนีเซียปัจจุบันมีวัดพระพุทธศาสนาอยู่ประมาณ 150 วัด ในจำนวนนี้ 100 วัด เป็นวัดฝ่ายมหายาน อีก 50 วัดเป็นวัดฝ่ายหินยาน(เถรวาท) วัดเหล่านี้ส่วนใหญ่อยู่ในความดูแลของฝ่ายฆราวาส เพราะพระภิกษุมีจำนวนน้อย การปกครองดูแลพุทธศาสนิกชนขึ้นอยู่กับพุทธสมาคม ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในเมืองจาการ์ตา นครหลวงของอินโดนีเซีย และมีสมาชิก 6 แห่ง ตั้งอยู่ตามเมืองต่างๆ รวมมีสมาชิกทั้งสิ้นประมาณ 150,000 คน การฟื้นฟูพระพุทธศาสนาได้เริ่มขึ้นใหม่อีกครั้งเมื่อประมาณ 10 กว่าปีมานี้ เป็นการริเริ่มโดยพระสงฆ์ชาวลังกาและพระสงฆ์ชาวพื้นเมืองที่ได้รับการอุปสมบทไปจากวัดบวรนิเวศวิหารและวัดเบญจมบพิตรในประเทศไทย

สาเหตุที่สำคัญที่ทำให้ประเทศอินโดนีเซียยังคงรักษาสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา รวมถึงมีวัดทางพระพุทธศาสนาเพิ่มขึ้น สืบเนื่องมาจากการสร้างความร่วมมือระหว่างกันของผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ จนทำให้ประเทศอินโดนีเซียเห็นว่าเป็นแหล่งสำคัญในแง่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งมีการสร้างเครือข่ายตามแผนภาพ

แผนภาพที่ 4.10 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทาง
พระพุทธศาสนาของไทยและอินโดนีเซีย



8) ไทย-มาเลเซีย มาเลเซียเคยได้รับอิทธิพลของพระพุทธศาสนาในสมัยอาณาจักรศรีวิชัย แต่ต่อมาศาสนาอิสลามได้เข้ามาแพร่หลายอย่างกว้างขวางนับตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมาทำให้พุทธศาสนาหมดความสำคัญไป ในปัจจุบัน การนับถือพระพุทธศาสนาในมาเลเซียมีอยู่เฉพาะในบรรดาผู้ที่รับเชื้อสายมาจาก ชาวจีน ลังกา พม่า และไทย และมีวัดและสำนักสงฆ์ตั้งอยู่ในบางแห่ง เช่น ที่เมืองกัวลาลัมเปอร์และเมืองปีนัง มีวัดไทยที่กัวลาลัมเปอร์สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2503 ด้วยความร่วมมือระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลมาเลเซีย เรียกชื่อว่า วัดเชตวัน สร้างเป็นสถาปัตยกรรมแบบไทยสวยงามมาก และมีพระสงฆ์ไทยไปจำพรรษาอยู่ที่นี่

ในแง่ของการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประเทศมาเลเซียอาจไม่โดดเด่นเหมือนความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในประเทศอื่น แต่อย่างไรก็ตามแง่ของการท่องเที่ยว หากเป็นนักท่องเที่ยวชาวพุทธก็มีความปรารถนาที่ไปกราบไหว้นมัสการสถานสำคัญทางพระพุทธศาสนา ทำให้เกิดการเครือข่ายขึ้นแบบหลวมๆ เช่นกับประเทศอินโดนีเซีย

แผนภาพที่ 4.11 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทาง
พระพุทธศาสนาของไทยและมาเลเซีย



9) ไทย-สิงคโปร์ ในประเด็นที่ว่าด้วยการสร้างเครือข่ายได้การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการนั้น สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีประชากรหลายเชื้อชาติ ส่วนมากนับถือศาสนาอิสลาม คริสต์ และฮินดู และพระพุทธศาสนา นิิกายที่มีคนนับถือมากที่สุดในประเทศนี้ คือ พระพุทธศาสนา นิกายมหายาน ฉะนั้น การสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวจึงเน้นไปที่วัดมหายานเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวและสักการะมากกว่าวัดเถรวาท เนื่องจากชาวพุทธในสิงคโปร์ส่วนใหญ่เป็นชาวจีน อย่างไรก็ตาม ในกรอบการสร้างร่วมมือกัน ระหว่างผู้ประกอบการ กับ แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา มีลักษณะดังนี้ คือ

แผนภาพที่ 4.12 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยวทาง
พระพุทธศาสนาของไทยและสิงคโปร์



จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวทางศาสนาจะมุ่งเน้นความเคารพศรัทธาเป็นสำคัญ การพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวต้องมุ่งเน้นความศรัทธาของนักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์หรือผู้ประกอบการจะต้องนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว และสร้างให้นักท่องเที่ยวมีความศรัทธาในศาสนาเพิ่มพูนมากขึ้น ²⁵

²⁵ สัมภาษณ์ ขาดิชาย โพธิ์บัญชา, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท ธรรมจารีทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิ.ย.

4.4.4 การสร้างเครือข่ายกับภาคธุรกิจอื่นๆ นอกจากการสร้างเครือข่ายกับรัฐและส่วนงานอื่นๆ แล้ว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมยังต้องอาศัยการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม เช่น ธุรกิจด้านโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งในการสร้างเครือข่ายประเภทนี้ จะเป็นไปตามโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางนั้นๆ ตัวอย่างเช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ในประเทศพม่า เป็นต้น ที่ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ใช้บริการกับลูกค้า

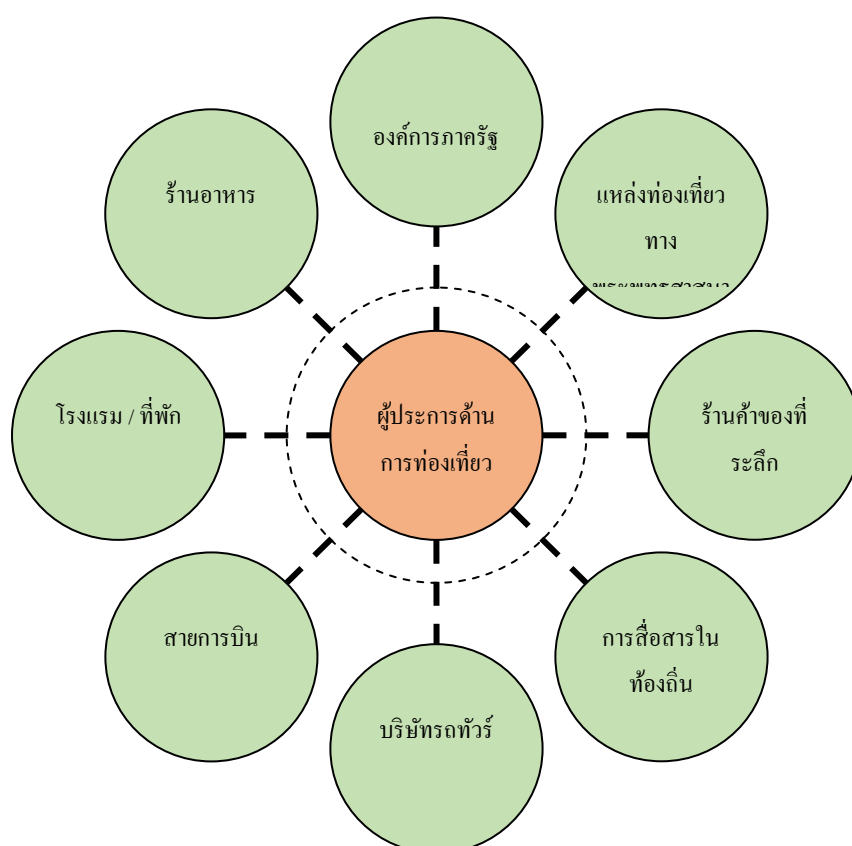
แผนภาพที่ 4.13 โปรแกรมการเดินทางที่แสดงถึงการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ

ทัวร์พม่า สักการะพระ 9 วัด	
พระพุทธไสยาสน์เจาทัตยี หรือ พระนอนตาหวาน นมัสการ พระหินอ่อน เป็นพระที่สร้างขึ้นจากหินอ่อนเพียงก้อนเดียวเท่านั้น ชม เจดีย์โบดาทาวน์ สร้างโดยทหารพม่ายเพื่อบรรจุพระบรมธาตุที่พระสงฆ์อินเดีย 8 รูป วัดบารมี วัดเก็บพระเกศาของพระพุทธเจ้า ชมความงดงามอร่ามตาสี่ทองที่ เจดีย์เขวตากองมหาเจดีย์ศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญของพม่า ขอพร นัตโบโบยี หรือ พระเทพทันใจ เทพเจ้าศักดิ์สิทธิ์ของชาวพม่าชมความสวยงามของ เจดีย์กลางน้ำ หรือ พระเจดีย์เยเลพญา ช้อปปิ้ง ตลาดสก๊อต	
วันที่หนึ่ง กรุงเทพฯ – ย่างกุ้ง – พระตาหวาน-วัดงาทัตจี-เจดีย์โบดาทาวน์-พระเทพทันใจ-เทพกระซิบ	
08.00 น.	คณะพร้อมกัน ณ อาคารผู้โดยสารขาออก ขึ้น ... ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เคาน์เตอร์ ... ของสายการบินพบเจ้าหน้าที่คอยให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกด้านสัมภาระและบัตรขึ้นเครื่อง
10.00 น.	ออกเดินทางสู่ กรุงย่างกุ้ง โดยเที่ยวบินที่ WE351 (บริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง)
10.55น.	เดินทางถึง สนามบินมิงกาลาดง กรุงย่างกุ้ง ผ่านพิธีการตรวจคนเข้าเมืองเป็นที่เรียบร้อยแล้ว (เวลาท้องถิ่นที่เมียนมาร์ ช้ากว่าประเทศไทยครึ่งชั่วโมง)
12.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน ณ ภัตตาคาร
14.00 น.	นำท่านสักการะ (วัดที่1) พระพุทธไสยาสน์เจาทัตยี หรือ พระนอนตาหวาน (วัดที่2)วัดงาทัตจี (Nga That Gyi) เป็นวัดที่สร้างขึ้นตั้งแต่สมัยเมื่อ 2,500 ปีก่อน เป็น 1 ใน 10 วัด ที่มีชื่อเสียงของพม่า (วัดที่3) เจดีย์โบดาทาวน์ จากนั้นนำท่านขอพร นัตโบโบยี หรือ พระเทพทันใจ เทพเจ้าศักดิ์สิทธิ์ของชาวพม่าและชาวไทย จากนั้นนำท่านข้ามฝั่งไปอีกฟากหนึ่งของถนน เพื่อสักการะเทพกระซิบ ซึ่งมีนามว่า “อะมาดอว์เมี่ยะ” ตามตำนานกล่าวว่า นางเป็นธิดาของพญานาค ที่เกิดศรัทธาในพุทธศาสนาอย่างแรงกล้า รักษาศีล ไม่ยอมกินเนื้อสัตว์จนเมื่อสิ้นชีวิตไปกลายเป็นนัต ซึ่งชาวพม่าเคารพกราบไหว้กันมานาน
18.00 น.	รับประทานอาหารเย็น ณ ภัตตาคาร

19.00 น.	นำท่านเข้าพักที่ UP TOWN HOTEL หรือระดับเทียบเท่า
วันที่สอง วัดบารมี – เจดีย์เวฬุวนาราม – เจดีย์มหาวิชัย-ตลาดสก๊อต – เจดีย์ชเวดากอง	
06.00 น.	รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารโรงแรม
08.00 น.	(วัดที่4) นมัสการวัดบารมี หรือ วัดพระบารมี วัดเก็บพระเกศาของพระพุทธเจ้า ที่เชื่อว่ายังมีชีวิตอยู่จริง (วัดที่5) นมัสการเจดีย์ชเวฬุวนาราม เป็นเจดีย์ที่มีความสวยงาม อายุเก่าแก่แห่งหนึ่งในเมืองย่างกุ้ง (วัดที่6) นมัสการเจดีย์มหาวิชัย (Maha Wizaya Pagoda) ตั้งอยู่แค่ข้างๆ เจดีย์ชเวดากอง เป็นเจดีย์ที่ถือได้ว่ามีความสวยงามมากที่สุด ในองค์เจดีย์มีภาพวาดของ 12 ราศี
12.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน ณ ภัตตาคาร
13.00 น.	นำท่านเที่ยวชม ตลาดโบโจ๊ก อองซาน หรือ ตลาดสก๊อต เป็นตลาดเก่าแก่ของชาวพม่า สร้างขึ้นโดยชาวสก๊อตในสมัยที่ยังเป็นอาณานิคมของอังกฤษ (วัดที่7) พระมหาเจดีย์ชเวดากอง พระเจดีย์ทองคำคู่บ้านคู่เมืองประเทศพม่าอายุกว่าสองพันห้าร้อยกว่าปี เจดีย์ทองแห่งเมืองดากอง หรือ ตะเกิง ชื่อเดิมของเมืองย่างกุ้ง มหาเจดีย์ที่ใหญ่ที่สุดในพม่า
18.00 น.	รับประทานอาหารเย็น ณ ภัตตาคาร
19.00 น.	นำท่านเข้าพักที่ UP TOWN HOTEL หรือระดับเทียบเท่า
วันที่ 3	วัดพระเชี้ยวแก้ว – พระหินอ่อน – ปางช้างเผือก - ท่าอากาศยานมิงกาลาดง – กรุงเทพฯ
06.00 น.	รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารโรงแรม
08.00 น.	นำท่านเดินทางสู่ (วัดที่8) วัดพระเชี้ยวแก้ว ที่ประเทศพม่าได้มาจากศรีลังกาส่วนนอกคือเมืองโคลัมโบ (ภาษาบาลีเรียกว่า กลุ่มพุนคร)เวลานั้นกษัตริย์โคลัมโบ คือ พระเจ้าธรรมปาละ ได้มอบพระเชี้ยวแก้วพร้อมพระธิดาให้แก่ กษัตริย์พม่า ชื่อ บุเรงนอง ประดิษฐานในวังเมืองหงสาวดี ประเทศพม่า พ.ศ.2106
12.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน ณ ภัตตาคาร
13.00 น.	จากนั้นนำท่านนมัสการ (วัดที่9) พระหินอ่อน เป็นพระที่สร้างขึ้นจากหินอ่อนเพียงก้อนเดียวเท่านั้น โดยใช้ช่างฝีมือดีที่สุดของประเทศพม่า ปัจจุบันชาวเมืองย่างกุ้ง นิยมมากราบขอพรกันมากมาย นำท่านชม ปางช้างเผือก ซึ่งในประเทศไทยไม่มีให้เห็นแล้วในปัจจุบัน
	ออกเดินทางกลับสู่ กรุงเทพมหานคร โดยเที่ยวบินที่ WE352 (บริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง)
	เดินทางถึง ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อาคารผู้โดยสารขาเข้าโดยสวัสดิภาพ

จากตาราง โปรแกรมท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมข้างต้น แสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับภาคส่วนต่างๆ อันประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านสินค้าที่ระลึก บริษัทเดินรถ รวมทั้งระหว่างผู้ประกอบการ ด้วยกันเอง ซึ่งในประเด็นนี้ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการสร้างเครือข่าย ดังนี้

แผนภาพ 4.14 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการกับภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



สำหรับการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยว จาก AEC มาในประเทศไทย นั้น สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน²⁶ คือ

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวมาจากพม่า ลาว กัมพูชา กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นแสงสี ความทันสมัย การช้อปปิ้ง การท่องเที่ยวซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ แต่จุดท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่สำคัญคือ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือวัดพระแก้วมรกต รองมาคือ

²⁶ สัมภาษณ์ ฉัตรริน เทียนธรรม, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท เอ็น.ซี.ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน

พระนครศรีอยุธยา เมืองมรดกโลก แต่ถ้าหาวิธีการระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ดีแล้ว ก็สามารถที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาอื่นๆ ได้อีกมากขึ้น เช่น แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ดูอลังการ หรูหรา ที่แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวที่เขามีจำนวนมากแล้ว

2) กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นมุสลิม แต่ก็ยังมีบางส่วนที่นับถือพระพุทธศาสนา ส่วนใหญ่จะเข้ามาไหว้พระในประเทศไทย ที่หลากหลาย เช่น เที่ยววัดที่เป็นโบราณสถาน จึงถึงวัดสมัยใหม่ กระจายพื้นที่ตั้งแต่ภาคใต้จรดภาคเหนือ ทั้งไปท่องเที่ยวตามวัดที่มีพุทธสถาน แม้กระทั่งไปวัดที่มีพระสงฆ์ที่เป็นที่นับถือของประชาชนจำนวนมาก(พระเกจิ) เพื่อไปเช่าวัตถุมงคล โดยมุ่งเน้นความศักดิ์สิทธิ์ของตัวบุคคลเป็นสำคัญ และกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นลูกค้าที่มีทุนทรัพย์สูง

3) กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศอินโดนีเซีย อาจจะไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา แต่ควรมุ่งเน้นสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป เช่น สถานที่พักผ่อน สถานบันเทิง ทะเล และสถานที่ทางธรรมชาติ เป็นต้น

4.4.5 องค์ประกอบและรูปแบบเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยว องค์ประกอบเครือข่ายการท่องเที่ยวของบริษัทผู้ประกอบการที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวนั้น โดยในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวนั้น จะประกอบไปด้วย

1) ผู้จัดการด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่จะมีหน้าที่ในการบริหารจัดการในการดำเนินการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ที่จะเป็นผู้บริหารจัดการติดต่อประสานงานทั้งหมด ตลอดการเดินทางการท่องเที่ยว เรียกกันทั่วไปว่า ผู้นำทัวร์

2) มัคคุเทศก์ หรือ ไกด์ หมายถึง ผู้ให้การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวที่จะต้องมีความเชี่ยวชาญและชำนาญในพื้นที่นั้นๆ พร้อมกับเป็นผู้นำในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยที่มัคคุเทศก์นั้น จะต้องมีความรู้ในการประกอบวิชาชีพอย่างถูกต้องตามที่องค์การภาครัฐ (ทั้งรัฐบาลไทยและรัฐบาลของประเทศที่ไปท่องเที่ยวนั้นๆ)กำหนด โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) มัคคุเทศก์ของบริษัทผู้ประกอบการ ที่จะมีหน้าที่ในการติดต่อไปการทริปปกรการท่องเที่ยวตลอดเวลา ทั้งนี้ มัคคุเทศก์นั้นอาจเป็นผู้จัดการด้านการท่องเที่ยวในขณะเดียวกันก็ได้ 2) มัคคุเทศก์ท้องถิ่น จะเป็นผู้ให้การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ ในกรณีที่มัคคุเทศก์ของผู้ประกอบการไม่มีความชำนาญหรือยังไม่เข้าใจในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ อย่างแท้จริง ทั้งนี้ในกรณีที่มัคคุเทศก์ท้องถิ่นบรรยายเป็นภาษาท้องถิ่น หรือเป็นภาษาอังกฤษที่นักท่องเที่ยวไม่เข้าใจ มัคคุเทศก์ของบริษัทผู้ประกอบการอาจจะเป็นผู้แปลบรรยายให้นักท่องเที่ยวอีกต่อหนึ่งก็ได้

3) ผู้ประกอบการพื้นที่ หรือ เรียกว่า Land Operator หมายถึง ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ ที่มีหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการจัดหา รถยนต์ โรงแรมที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ตามที่ตกลงไว้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเอาไว้

แล้ว โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวนั้นต้องมีความเชี่ยวชาญและชำนาญในพื้นที่และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงพุทธ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นต้น²⁷

รูปแบบการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการนั้น จะการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน จะมีสมาคมผู้ประกอบการในประเทศไทยและเป็นฐานสำคัญในการเชื่อมโยงกับองค์กรการท่องเที่ยวอื่นในประเทศต่างๆ เช่น สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) เป็นบริษัทที่ให้บริการภายนอก (Outbound) สมาคมแอตต้า (ATTA) เป็นบริษัทที่ให้บริการภายใน(Inbound) ซึ่งทั้งสองสมาคมจะมีบทบาทในการไปจัดประชุมในประเทศต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเป็นเครือข่ายระหว่างกัน มีการจัดบูธแสดงสินค้าคือ นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว และแพคเกจการท่องเที่ยวในประเทศให้กับลูกค้าที่สนใจในงานประชมนั้นๆ ซึ่งจะมีการจัดการกันเป็นเครือข่ายค่อนข้างเหนียวแน่น มีการติดต่อระหว่างกันโดยใช้ระบบสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก

สำหรับวิธีการบริหารจัดการระหว่างเครือข่าย ผู้ประกอบการจะต้องมีเครือข่ายมากกว่า 1 บริษัทในแต่ละประเทศ เพื่อเปรียบเทียบราคาที่ดีที่สุด และมีกระบวนการ คือ โดยมีวางแผนการดำเนินการหาบริษัทที่มีประสิทธิภาพในการทำทัวร์ในประเทศนั้น หรือสอบถามหาบริษัทที่น่าเชื่อถือจากสมาคมผู้ประกอบการ ดำเนินการติดต่อผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยผ่านระบบสารสนเทศ จากนั้นแจ้งความประสงค์ในการท่องเที่ยว โดยแจ้งจำนวนวัน ระยะเวลาการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมที่พัก และความต้องการเพิ่มเติม และเมื่อมีการตอบกลับตามเงื่อนไข พร้อมแจ้งราคาค่าบริการแล้ว ผู้ประกอบการก็จะนำมาคำนวณค่าใช้จ่ายอื่นเพิ่มเติมแล้วนำเสนอราคาค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับลูกค้าที่ต้องการเดินทาง และอาจมีการปรับราคาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอีกครั้งก็ได้ ในกรณีที่ไปท่องเที่ยวที่บริษัทเคยจัดไปท่องเที่ยวแล้ว ผู้ประกอบการอาจมีวงกำหนดการไว้หลายๆ เส้นทางกับหลายๆบริษัทในพื้นที่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเชี่ยวชาญความชำนาญของบริษัทในพื้นที่เป็นสำคัญ โดยพิจารณาเลือกบริษัทที่คุณภาพการให้บริการและราคาที่เหมาะสมกับลูกค้าเป็นสำคัญ และมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด²⁸ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า รูปแบบการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยว เป็นสร้างเครือข่ายแบบทวิภาคี กล่าวคือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน เมื่อตกลงด้านความร่วมมือแล้ว ผู้ประกอบการในประเทศนั้นๆ จะดำเนินการติดต่อเชื่อมโยงกับเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทเดินรถ โรงแรม ภัตตาคาร หรือ ร้านอาหาร ร้านสินค้าที่ระลึก รวมทั้งติดต่อไปยังสถานที่ทางพระพุทธศาสนาหรือแหล่งทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมการเดินทาง โดยมีวิธีการดังนี้ คือ

²⁷ สัมภาษณ์, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท อีรวดี ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน 2559

²⁸ สัมภาษณ์ ฉัตรริน เทียนธรรม, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท เอ็น.ซี.ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน

1) การประสานงาน จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการใช้การประสานงานเป็นเครื่องมือในการสร้างเครือข่าย เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า บุคลากรในหน่วยงาน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเอื้อต่อการประสานงานเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยว มีทัศนคติที่ดีต่อการ ประสานงานเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยว

2) ลักษณะการประสานงาน หน่วยงานอาศัยความเข้าใจ การตกลงร่วมกัน การสร้างบรรยากาศในการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย เพื่อให้การประสานงานเครือข่ายประสบผลสำเร็จ และผู้ประกอบการเป็นสื่อกลางที่จะเชื่อมบุคคลต่างๆภายในหรือระหว่างหน่วยงานให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีการตกลงกับเครือข่ายในการกำหนดขอบเขตเวลาในการประสานงานกำหนดจังหวะเวลาที่เหมาะสม และการประสานงานที่ไม่ซ้ำซ้อนกัน

3) หลักการประสานงาน ผู้ประกอบการมี บุคลากรที่ให้ความช่วยเหลือและมีน้ำใจในการประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยว เพราะหากขาดความร่วมมือในขั้นตอนการประสานงานระดับใดระดับหนึ่งจะส่งผลกระทบต่อกระทบกระเทือนต่อภาพรวมการดำเนินงาน ผู้ประกอบการมีการประสานงานทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อให้การประสานงานประสบผลสำเร็จ มีการประสานงานเครือข่ายให้ปราศจากข้อขัดแย้ง เหลื่อมล้ำหรือซ้ำซ้อนกัน การจัดวางส่วนงานต่างๆให้สอดคล้องกัน สมดุลกันกับเวลาที่เหมาะสมในการประสานงาน

4) รูปแบบการประสานงาน โดยปกติแล้ว ผู้ประกอบการมีการประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ มีการประสานงานเครือข่ายท่องเที่ยวในระดับนโยบาย และระดับปฏิบัติการ เพื่อให้ความสำเร็จในการดำเนินงาน

5) เทคนิคและวิธีการ ผู้ประกอบการมีการติดต่อประสานงาน เครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการใช้วิธีการประสานงานเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ และผู้ประกอบการมีการพัฒนาบุคลากรด้านการประสานงาน เพื่อความสำเร็จของในการดำเนินงาน เมื่อลงไปดูในรายละเอียด ผู้ประกอบการอาจจะต้องทราบภูมิหลังของลูกค้าพอสมควร เพื่อนำข้อมูลนั้นมาจัดหาบุคลากร(มัคคุเทศก์)หรือผู้ประกอบการในพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าชุดนั้นๆ ด้วย²⁹

6) กิจกรรมด้านการประสานงาน ผู้ประกอบการมีการสร้างบรรยากาศความเป็นมิตรในการประสานงานกับหน่วยงานเครือข่ายการท่องเที่ยว มีการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานเครือข่ายและหน่วยงานมีการให้ความช่วยเหลือ เกื้อกูล และบริการบุคลากรในหน่วยงานเครือข่ายการท่องเที่ยวด้วยความเป็นมิตรและกระตือรือร้น และหน่วยงานมีการสนับสนุนและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานเครือข่ายการท่องเที่ยวตามสมควร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ด้วยการมอบของที่ระลึกให้กับหน่วยงานเครือข่ายการท่องเที่ยวเนื่องในโอกาสพิเศษ

²⁹ สัมภาษณ์, ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท อีรวดี ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน 2559

ต่างๆ มีการจัดประชุมประจำปีเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น และควรมีกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ด้วยการพบปะกับหน่วยงานเครือข่ายด้วยตนเอง

4.5 แนวทางการพัฒนานโยบายการจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน

ในส่วนนี้จักกล่าวถึงแนวทางการพัฒนานโยบายการจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับลูกค้า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจึงได้พยายามพัฒนาระบบการบริหารจัดการเพื่อให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านกลุ่ม ASEAN และมีศักยภาพเพียงพอในการใช้ประโยชน์จากการเปิดเขตเศรษฐกิจอาเซียนทั้งในมิติของการเข้าไปลงทุนหรือร่วมลงทุนกับนักธุรกิจในกลุ่ม ASEAN หรือการสนับสนุนการให้มีการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับนักธุรกิจในกลุ่ม ASEAN ให้มากขึ้น จะเน้นส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มภาคเอกชนในสาขาวิชาชีพและรายพื้นที่ที่มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นนอกจากนี้จะดำเนินการผลักดันให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินการยังไม่ถูกต้องตามกฎหมายในหลายลักษณะ ได้มีโอกาสเข้ามาสู่ระบบที่ถูกต้องให้มากขึ้น

4.5.1 การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว คือผู้ที่ทำหน้าที่นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่ท้องถิ่นของตน และให้คำอธิบายแนะนำเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ ทั้งนี้ เนื่องจากในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ นั้น จำเป็นต้องมีผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับเส้นทาง ตลอดจนมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในท้องถิ่น หรือสถานที่นั้น ๆ เป็นอย่างดี สามารถอำนวยความสะดวก ปลอดภัย และให้ความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวได้ จะต้องมีการพัฒนาตนเองตลอดเวลา โดยผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจะมีการตอบข้อซักถามนักท่องเที่ยว และแจกแบบสอบถามถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง และหลังเสร็จสิ้นการเดินทางก็จะมี การแจกแบบสอบถามอีก เพื่อเก็บข้อมูลต่างๆ ไว้พัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ

1. อำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยวที่อยู่ในความดูแลและรับผิดชอบนักท่องเที่ยวของตน
2. อธิบายนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามที่ระบุไว้ในรายการ โดยให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นสอดแทรกไปด้วย รวมทั้งการอธิบาย เรื่องราวต่างๆ ที่น่าสนใจขณะเดินทางอยู่ในยานพาหนะ
3. การดูแลความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง

4.5.2 การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกในโลกรายงานว่า การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวโลกเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นร้อยละ 25.4³⁰

4.5.3 การพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและนานาชาติ การท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาของกลุ่มประเทศอาเซียน จึงทำให้สาขาการท่องเที่ยวถูกจัดเป็น 1 ใน 12 สาขาเร่งรัดในการพัฒนาภายในภูมิภาคอาเซียนและถือเป็นหนึ่งในความร่วมมือที่สำคัญ ดังนั้น จึงมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2554 - 2558 (ASEAN Tourism Strategic Plan 2011 - 2015 : ATSP) ขึ้น³¹

จากความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างองค์กรด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียน ความสำคัญในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้เพื่อสนับสนุนเป้าหมายของประชาคมอาเซียน และยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกร่วมกัน จุดเน้นที่สำคัญของแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน (ATSP) นี้มีความมุ่งหวังว่า จะต้องเป็นแผนที่มีชีวิต (Living Document) คือ เป็นแผนที่มีความยืดหยุ่นและจะต้องได้รับการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต เพื่อที่จะให้มีความสอดคล้องกับประเด็นการพัฒนาที่สำคัญของประเทศสมาชิกและภูมิภาคอยู่เสมอ

วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน (ATSP) เป็นการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน ระหว่างปี พ.ศ. 2554 - 2558 ที่จะนำมาสู่การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน ดังนี้

ในปี 2558 อาเซียนรองรับจำนวน ผู้มาเยี่ยมเยือนที่เพิ่มมากขึ้นด้วยสินค้าด้าน การท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เป็นเอกลักษณ์ด้วยการเชื่อมโยงภายในภูมิภาคที่มีความสะดวก ด้วยสภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและมั่นคง ด้วยคุณภาพการบริการที่ดีในขณะเดียวกัน จะส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีและโอกาสของประชาชนให้มากขึ้น จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบด้วยการประสานการทำงานร่วมกับภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

ทิศทางยุทธศาสตร์ทิศทางแห่งความยั่งยืน การกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์หลักเป็นการกำหนดทิศทางภายใต้วิสัยทัศน์ที่ได้ตกลงร่วมกัน ในช่วงกระบวนการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน (ATSP) ที่เป็นพื้นฐานสำหรับ การพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคที่สามารถแข่งขันได้และมีความยั่งยืน ทิศทางยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาด้าน การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ

³⁰ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560. 2558 หน้า 6

³¹ โดย มติชน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

และยั่งยืน ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาสินค้าบริการท่องเที่ยว เชิงประสบการณ์ของภูมิภาคและวางยุทธศาสตร์ด้าน การลงทุนและการตลาดที่สร้างสรรค์ ด้านการเพิ่มคุณภาพการให้บริการและทรัพยากรบุคคลในภูมิภาค และสุดท้ายด้านการยกระดับและเร่งให้เกิดการอำนวยความสะดวก ในการเดินทางและการเชื่อมโยงคมนาคมในอาเซียน ซึ่งทิศทางยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ด้านดังกล่าว ถือเป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคที่มีการดำเนินงานและกิจกรรมภายในของแต่ละด้าน ที่ครบถ้วนและครอบคลุมในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

ความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อขับเคลื่อนแผนการพัฒนาด้านท่องเที่ยวร่วมกับอาเซียน โดยมีการจัดประชุมด้านการท่องเที่ยว (ASEAN Tourism Forum หรือ ATF) เป็นประจำทุกปีในเดือนมกราคมโดยจะหมุนเวียนจัดในประเทศสมาชิก ซึ่งนับเป็นการประชุมด้านการท่องเที่ยวที่ยิ่งใหญ่และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากโดยหน่วยงาน ที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน โรงแรม รีสอร์ท สายการบิน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำความรู้จักและเจรจาธุรกิจด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้ริเริ่มความร่วมมือจัดทำความตกลงตรวจลงตราเพียงครั้งเดียว (Single Visa) แต่ใช้เดินทางได้หลายประเทศ

นอกจากนี้ ความตกลงด้านการท่องเที่ยวยังได้ขยายไปยังประเทศอาเซียน +3 คือ ประเทศเกาหลี ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น เข้ามาร่วมมือและส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างองค์กร ได้มีการลงนามในความตกลงด้าน การท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อส่งเสริมให้อาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว โดยเน้นความร่วมมือใน 7 ด้าน ได้แก่ การอำนวยความสะดวกการเดินทางในอาเซียนและระหว่างประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งและขยายตลาดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคง ของการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริมร่วมกัน และการพัฒนาทรัพยากร

4.5.4 พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภายในองค์กร เพื่อให้สามารถรองรับการแข่งขันจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะมีการอนุญาตให้เคลื่อนย้ายแรงงานมีฝีมือได้โดยเสรีโดยพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวร่วมกับกระทรวงแรงงานประกอบกับจะเร่งผลักดันให้มีการเทียบโอนคุณวุฒิวิชาชีพของบุคลากรให้เข้าสู่การศึกษาในระบบได้นอกจากนี้จะสนับสนุนให้มีการส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์ในหลายภาษาที่เป็นความต้องการของประเทศรวมทั้งผลักดันให้มีการประกาศเขตพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะที่ต้องมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้ให้บริการเพื่อเปิดโอกาสการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับบุคลากรในต่างจังหวัด คุณลักษณะที่เหมาะสมของการเป็นผู้นำเที่ยว ดังนี้

1. มีบุคลิกดีมัคคุเทศก์ควรมีรูปร่างหน้าตาดี มีสุขภาพดี แข็งแรง และมีความเป็นผู้นำ มีน้ำเสียงไพเราะ พูดจาออกเสียงได้ชัดเจน ต้องหมั่นรักษาร่างกายให้สะอาดและเรียบร้อย

2. มีความรู้ดีมีคุณศาสตร์ต้องมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดจนความรู้พื้นฐานในด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศชาติและของท้องถิ่น ควรเป็นผู้ที่หมั่นแสวงหาความรู้ต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา

3. มีมนุษยสัมพันธ์ดีมีคุณศาสตร์ควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถเข้ากับนักท่องเที่ยวได้โดยไม่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ไว้วางใจ

4. มีจิตวิญญาณของความเป็นผู้นำเที่ยว คุณลักษณะนี้ถือเป็นเรื่องสำคัญมากจะต้องมีใจรักในอาชีพมีคุณศาสตร์ด้วยจิตวิญญาณของความเป็นผู้นำเที่ยวก็คล้ายคลึงกับจิตวิญญาณของความเป็นครู

4.5.5 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีสำหรับเครือข่าย ในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1) การรับรู้ร่วมกัน (Common Perception) นับได้ว่า เป็นหัวใจสำคัญของความเป็นเครือข่าย ทำให้เครือข่ายขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่อง การรับรู้ที่สำคัญ เช่น เหตุผลการเข้าร่วมกันเป็นเครือข่าย ปัญหาและวัตถุประสงค์หลักของการสร้างเครือข่าย เป็นต้น ซึ่งการรับรู้ร่วมกันของสมาชิกในเครือข่าวนั้นจะเกิดขึ้นมาได้ก็ต้องมีการสื่อสารที่ดีในเครือข่าย เช่น มีการประชุมร่วมกัน มีการระดมความคิดเพื่อให้สมาชิกมีความเข้าใจปัญหาและร่วมกันแก้ไขปัญหา ส่งผลให้เครือข่ายเกิดความรู้สึกในดำเนินกิจกรรมสำคัญร่วมกัน เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น

2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) เมื่อเครือข่ายมีการรับรู้ร่วมกันแล้ว ย่อมก่อให้เกิดการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน อันเป็นการมองภาพของจุดมุ่งหมายเครือข่ายการท่องเที่ยวในอนาคตร่วมกันระหว่างสมาชิกในเครือข่าย เกิดความเป็นเอกภาพในการขับเคลื่อน ช่วยบรรเทาความขัดแย้งทางมุมมองและทางความคิดของสมาชิกให้ลดลง จึงนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะต้องสร้างให้มีขึ้น เพื่อสร้างความก้าวหน้าในการดำเนินการเครือข่าย

3) การมีผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Benefits) คำว่า ผลประโยชน์ร่วมกัน หมายถึงผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินและที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น การที่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่าย ก็เพื่อให้สมาชิกของเครือข่าวนั้น มีผลประโยชน์คือ กำไรที่เป็นตัวเงิน กล่าวคือ สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น มีงานทำเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังได้รับผลประโยชน์ที่ไม่ใช่ตัวเงินด้วย เช่น เกียรติยศ การยอมรับ นับถือ ความก้าวหน้า ความภาคภูมิใจ เป็นต้น

4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (All Stakeholders Participation) การรับรู้ การสร้างวิสัยทัศน์ และการมีผลประโยชน์ร่วมกันนั้น เป็นสาระสำคัญของการมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่าย อันเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย เพราะกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายในเครือข่าย (all stakeholders in network) ย่อมเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ร่วมคิดร่วมตัดสินใจและร่วมลงมือกระทำอย่างแข็งขันดังนั้นสถานะ

ของสมาชิกในเครือข่ายจึงควรเป็นไปในลักษณะของความเท่าเทียมกัน (equal status) ในฐานะของ "หุ้นส่วน (partner)" ของเครือข่ายซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในแนวนอน (horizontal relationship) ที่เท่าเทียมกันแทนความสัมพันธ์ในแนวตั้ง (vertical relationship) เช่น การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสามารถสร้างความสมานฉันท์อันดีระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันระหว่างผู้ประกอบการกับท้องถิ่น และระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานของรัฐ การร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำ จึงต้องสร้างความเท่าเทียม ความยอมรับในฐานะหุ้นส่วนของเครือข่ายผู้ประกอบการ จึงทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

5) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) การรวมตัวกันเป็นเครือข่าย จำเป็นต้องมีการเสริมสร้างเพื่อค้ำจุนซึ่งกันและกัน เช่น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องให้การสนับสนุนสมาชิกผู้ประกอบการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึก ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ในอันที่จะให้การดำเนินการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเหล่านั้นได้รับการส่งเสริมและคงอยู่ต่อไปได้ เพราะในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเหล่านั้น ก็ได้ชื่อว่า เป็นผู้ชักจูง ชักนำ แนะนำให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีการส่งเสริมการประกอบการของกันและกันทำให้ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นนำไปสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น

6) การพึ่งพิงร่วมกัน (Interdependence) นอกจากการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายจะเป็นมีส่วนช่วยทำให้เกิดการเสริมสร้างซึ่งกันและกันแล้ว ยังเป็นการสร้างความพึ่งพิงซึ่งกันและกันด้วย จะเห็นได้จากการที่สมาชิกแต่ละหน่วยจะดำรงอยู่ได้ก็ต้องการพึ่งพิงกันและกัน เพราะสมาชิกแต่ละหน่วยจะมีความเชื่อมโยงธุรกิจถึงกันเป็นเครือข่าย การที่สมาชิกหน่วยใดหน่วยหนึ่งขาดหายไปย่อมก่อให้เกิดความเดือดร้อน เช่น การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการพึ่งพาอาศัยในความชำนาญเฉพาะด้านของสมาชิกในเครือข่าย ที่สมาชิกอื่นมีอาจทำได้ อันจะส่งผลให้สมาชิกต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันโดยอัตโนมัติ เช่น แหล่งท่องเที่ยว จำเป็นต้องพึ่งมัคคุเทศก์ที่จะนำทางนักท่องเที่ยวเข้ามาสู่แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

7) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) การสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ นับเป็นการสร้างการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนให้ต่อกันและกัน กล่าวคือ ยิ่งสมาชิกมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กันมากเท่าใด ยิ่งทำให้เกิดความผูกพัน และการเชื่อมโยงที่แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เกิดการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้น ซึ่งมีผลต่อความเข้มแข็งของเครือข่าย

ดังนั้น ในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนั้น ต้องคำนึงถึงความเป็นเพื่อนร่วมอาชีพกัน ไม่มีความแบ่งแยกกันและกัน ปรับทัศนคติเข้าหากัน ในฐานะเป็นพี่น้อง สมาชิกในเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว จึงมีการดำเนินการกรรมร่วมกัน โดยมีการประชุม พบปะ พูดคุยกันอยู่เสมอ เช่น มีการจัดตั้งชมรมเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการ

ท่องเที่ยว การจัดประชุมเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว อันเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันหรือมีกิจกรรมประชุมสัมมนาร่วมกันเป็นต้นซึ่งผลของการปฏิสัมพันธ์นี้ต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเครือข่ายตามมาด้วย คุณลักษณะประการแรก ในการสร้างเครือข่าย คือ การสร้างความเป็นเพื่อนร่วมอาชีพกัน ไม่มีความแบ่งแยกกันและกัน ปรับทัศนคติเข้าหากัน ในฐานะเป็นพี่น้อง³²

4.5.6 การสนองนโยบายของประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน กลไกของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ต้องสอดคล้องกับนโยบายของรัฐในกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียน ซึ่งแต่ละประเทศมีนโยบายแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในระดับต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาศัยความรู้ความเข้าใจในยุทธศาสตร์และแนวทางปฏิบัติ ตลอดจนการให้ความร่วมมือในการดำเนินการรวมทั้งการติดตามประเมินผลจากภาคีการพัฒนาโดยมีแนวทางดังต่อไปนี้

1) การสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่กลุ่มภาคีการพัฒนา โดยให้ทุกภาคส่วนมีความรู้และเข้าใจในเนื้อหาสาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นภาระและบทบาทของตนที่จะต้องสนับสนุนแผนการเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ พร้อมทั้งรณรงค์ให้ส่วนการปกครองต่างๆ ใช้แผนยุทธศาสตร์และแนวทางของรัฐ ถือเป็นการกำหนดนโยบายการพัฒนา พื้นฟู และกระตุ้นการท่องเที่ยวของประเทศ

2) เสริมสร้างศักยภาพเพื่อเตรียมความพร้อมของหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อบูรณาการและกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัดการดำเนินงานและมาตรการต่างๆ ให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกันในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับพื้นที่ถึงระดับชาติ

3) การบูรณาการของหน่วยงานของรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนที่มีลักษณะเป็นองค์รวม และสามารถแปลงแผนพัฒนาไปสู่การปฏิบัติระดับแผนงาน/โครงการให้สำเร็จผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานของรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำเป็นต้องจัดทำแผนงาน/โครงการเชิงบูรณาการเข้าด้วยกัน รวมถึงการปรับปรุงกลไกการดำเนินงานและการเตรียมบุคลากรให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีแนวทางดังนี้ 1) ส่งเสริม สนับสนุน บทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีพัฒนา เช่น ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัยและพัฒนา ชุมชนประชาชนท้องถิ่น 2) สนับสนุนการจัดทำและใช้แผนระดับต่างๆ ที่สอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

³² สัมภาษณ์, ฉัตรตริน ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว บริษัท เอ็น.ซี. ทัวร์ จำกัด วันที่ 6 มิถุนายน 2559

4) ใช้กลไกคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัด / กลุ่มจังหวัด สนับสนุนการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดเพื่อให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ประสานการดำเนินงาน วางแผนและจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาพื้นที่เขตท่องเที่ยวอย่างมีเอกภาพ โดยดำเนินการคือ การใช้กลไกกระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติงาน การใช้กลไกกระบวนการ แผนชุมชน สร้างการบูรณาการและความเชื่อมโยงกับแผนท้องถิ่นและแผนระดับต่างๆ การสนับสนุนให้มีกลไกที่ปรึกษาภาคประชาชน เพื่อการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับพื้นที่ โดยสนับสนุนการจัดตั้งกลไกที่ปรึกษาภาคประชาชนในระดับปฏิบัติการในพื้นที่ตั้งแต่ระดับจังหวัด อำเภอ และท้องถิ่น โดยเฉพาะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน ในทุกระดับ

5) พัฒนารูปแบบระบบกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ที่มีอยู่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวการพัฒนาทักษะ ด้านการบริหารการตลาด หรือการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการดูแลรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและการส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในท้องถิ่น รวมทั้งเป็นแหล่งเงินทุนให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินแผนงาน/โครงการด้านพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงภาคธุรกิจที่ประสงค์จะดำเนินกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินงานของกองทุนควรมีความยืดหยุ่นในการระดมทุนจากแหล่งต่างๆ และมีระบบเงินทุนหมุนเวียน เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ส่งเสริมสถาบันการเงินต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนการลงทุนและการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นเพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้นำแนวทางดำเนินการแปลงเป็นแผนงาน/โครงการได้อย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับกระบวนการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนตามหลักการดังกล่าว สามารถสรุปรูปแบบและกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนได้ 4 รูปแบบดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมให้เป็นมรดกโลกและเป้าหมายของนักเดินทางระดับนานาชาติ มุ่งเน้นการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทย อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนมหาเถรสมาคม พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่การเรียนรู้ในลักษณะพิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้ประจำวัด ให้มีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติ และการพัฒนาพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมให้มีการจัดภูมิทัศน์และสถานที่ที่ได้มาตรฐาน มีการจัดแบ่งพื้นที่สำหรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กิจกรรมการท่องเที่ยวและพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาให้ชัดเจน ในส่วนของการพัฒนาบุคลากรสนับสนุนการดำเนินการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

ควรพัฒนาทั้งภาษาของผู้ให้บริการ คุณภาพของการบริการ และการเอาใจใส่นักท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการให้ข้อมูลด้านคุณค่าทางประวัติศาสตร์ พุทธศิลป์และข้อมูลเฉพาะด้านทางพระพุทธศาสนาให้ได้ ท้ายที่สุดคือการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ที่มีความยั่งยืน มุ่งเน้นการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในระยะยาว เป็นเครือข่ายของหน่วยงานที่มีการบูรณาการการทำงานที่มีความเข้าใจ ระเบียบ วัฒนธรรมขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและบริการข่าวสารที่มีความรวดเร็วและสม่ำเสมอ เพราะจะสามารถช่วยเชื่อมต่อให้นักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ

2. การพัฒนาการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของอาเซียน มุ่งเน้นการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ให้คำนึงถึงบทบาทและผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับสังคมไทยร่วมด้วย ดังนั้นกระบวนการพัฒนาในส่วนนี้จึงจะส่งเสริมให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้ โดยมีขั้นตอนของการดำเนินงานคือประการที่หนึ่งพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประเทศไทย ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับมหานครและระดับภูมิภาค โดยกำหนดให้หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวพัฒนากรอบนโยบาย ยุทธศาสตร์และความร่วมมือในการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมเพื่อการรองรับการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมร่วมกัน ประการต่อมาคือการพัฒนาการให้บริการทั้งคุณภาพของการบริการ ความตรงเวลาของระยะเวลาการบริการ ความพร้อมของบุคลากร ตลอดจนสถานที่ของจุดเชื่อมต่อการขนส่งต่างๆ นอกจากนี้การส่งเสริมให้เอกชนในท้องถิ่น ได้พัฒนาที่พักรให้ได้มาตรฐานทั้งความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกและความสะอาดร่วมด้วย

3. การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยมีกระบวนการที่สำคัญในการผลักดันให้ประสบความสำเร็จทั้งสิ้น 4 ขั้นตอนกล่าวคือขั้นตอนที่หนึ่งระดมเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในพื้นที่ ขั้นตอนที่สองคือการพัฒนากิจกรรมและสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นขึ้น ขั้นตอนที่สามคือการพัฒนาการบริการนั้นถือ และขั้นตอนที่สี่คือการดึงดูดให้เครือข่ายภาคเอกชนภายในเข้ามาลงทุนเพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืนร่วมกัน

4. การพัฒนาข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ มุ่งเน้นการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีความสำคัญอย่างมากต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง นอกจากนี้การที่สามารถยกระดับการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศและการอำนวยความสะดวกด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเรียนรู้และท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทั้งนี้องค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนา

ข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์มีหลายประการ อาทิ การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการอธิบายแนวทางการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เหมาะสม การเดินทางและสถานที่พัก ตลอดจนข้อมูลความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศต้องอิงอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งควรพัฒนาการให้บริการที่ครอบคลุมภาษาของกลุ่มเป้าหมาย

4.6 ปัญหา อุปสรรคของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ในประชาคมอาเซียน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา อุปสรรคในการทำงานด้านการท่องเที่ยวหลายประการ ดังนี้

1. ปัญหาการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค จากการศึกษาพบว่า กลุ่มประชาคมอาเซียนยังขาดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ร่วมกัน ถึงแม้ว่าจะมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน (ATSP) แต่ก็ยังขาดการสื่อสารเพื่อนำแผนไปสู่การปฏิบัติ รวมทั้งแผนการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศก็ยังขาดความยืดหยุ่นและควรจะต้องมีการปรับแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและให้มีความสอดคล้องกับประเด็นการพัฒนาประเทศสมาชิกและภูมิภาค
2. การกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์แห่งความยั่งยืนของการท่องเที่ยว พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคเพื่อสามารถแข่งขันได้และมีความยั่งยืนนั้น ยังมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะการเดินทางและการเชื่อมโยงคมนาคมในอาเซียน
3. ปัญหาความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน เพื่อขับเคลื่อนแผนการพัฒนาด้านท่องเที่ยวร่วมกับอาเซียนยังไม่มีอย่างต่อเนื่อง
4. ปัญหาการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวยังไม่สามารถจัดการเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยว ไม่มีการเชื่อมโยงกันในระหว่างกลุ่มประชาคมอาเซียน
5. ปัญหาการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภายในองค์กร เพื่อให้สามารถรองรับการแข่งขันจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น พบว่า หลายประเทศยังไม่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาบุคลากรที่ดีพอทำให้เกิดปัญหาการขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการไม่ค่อยส่งเสริมอาชีพมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นต้น
6. ปัญหาด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ที่ยังขาดระบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เพียงพอ รวมทั้งการคำนึงถึงประโยชน์และรายได้มากเกินไป ทำให้มีการแข่งขันกันเอง ผลที่ตามคือ ระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพลดลง

7. ปัญหาข้อกฎหมายระหว่างประเทศ เช่น การให้เข้าประเทศ ถึงแม้ว่าในประชาคมอาเซียนจะอนุญาตให้ประชาชนในอาเซียนเดินทางเข้าประเทศโดยไม่ต้องมีวีซ่า แต่ในทางปฏิบัติในบางประเทศยังมีความล่าช้า ทำให้เป็นปัญหาต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน

นอกจากนี้ยังปัญหา อุปสรรคของการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวอีกหลายประการ ที่จะต้องมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และจุดที่ควรพัฒนาในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมก็ไม่ได้ประสบความสำเร็จทั้งหมดเลยทีเดียว ในขณะเดียวกัน จากเก็บศึกษาพบว่า จากสภาพความเป็นจริงของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศภูมิภาคอาเซียนมีปัญหาและอุปสรรคในการสร้างเครือข่ายเช่นเดียวกันกับองค์กรอื่นๆ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นการวิเคราะห์ด้วยหลัก SWOT ANALYSIS ได้ดังนี้คือ

ตาราง 4.4 แสดงถึงจุดอ่อนจุดแข็งด้านการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในอาเซียน

Strength	Weakness
1. มีศักยภาพสูงในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มีที่พักราคาเหมาะสม 2. มีความโดดเด่นด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม 3. เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว 4. มีความน่าสนใจในเชิงประวัติศาสตร์นาพระพุทธศาสนา	1. แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมมีการจัดการภายในอย่างไม่เป็นระบบ 2. เครือข่ายต่างๆ อาจมีการร่วมมือกันอย่างไม่เหนียวแน่นในการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม 3. ผู้ประกอบการ และเครือข่ายเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม
Opportunity	Threat
1. การท่องเที่ยวในแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียนได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ 2. ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว 3. ได้รับนิยมนจากกระแสการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม	1. การแข่งขันกันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากเดิม 2. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆ ปัญหาขยะ ปัญหาจราจร รวมทั้งการแสดงตนไม่เหมาะสมภายในแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

4.7 สรุปและการวิเคราะห์เครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

สรุปและการวิเคราะห์เครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนพบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประชาคมอาเซียนยังมีรูปแบบและกระบวนการดำเนินการที่มีความหลากหลาย แต่มีเป้าหมายเพื่อการสร้างรายได้ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าทุกฝ่ายจะรับรู้การท่องเที่ยวเป็นรายได้ของแต่ละประเทศ แต่ก็ยังไม่สามารถสร้างเส้นทางที่เชื่อมโยงกับประชาคมอาเซียนได้ ทั้งในมิติของการเดินทางเข้าประเทศของนักท่องเที่ยว การจัดการด้านกฎหมาย การจัดการเพื่อการเรียนรู้ การกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว เป็นต้น ด้วยเหตุผลที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในภาพรวมซึ่งจำเป็นต้องอาศัยระเบียบ ข้อปฏิบัติและการดำเนินการของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวที่จะอำนวยความสะดวก การสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- 1) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนนั้น มีรูปแบบและกระบวนการที่เกี่ยวข้องใหญ่ 2 ประการ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็นเสมือนเจ้าของที่ใกล้ชิดและองค์กรภาครัฐการดำเนินการได้มีการพัฒนากระบวนการเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการดูแลผลประโยชน์ทางธุรกิจของคนในท้องถิ่น ส่งเสริมการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทการท่องเที่ยว และการแก้ปัญหาความไม่เท่าเทียมด้านสัดส่วนของรายได้ระหว่างคนต่างถิ่นและคนในพื้นที่ได้ และรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ การสร้างความสะดวก ความพึงพอใจและการสร้างสัมพันธ์ภาพ ซึ่งถือว่าเป็นบทบาท หน้าที่และการส่งเสริมของผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรง รูปแบบการดำเนินการดังกล่าว เพื่อให้เกิดความมั่นคง ยั่งยืนของการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีการประสานงานสร้างแผนยุทธศาสตร์ กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน

- 2) การพัฒนาระบบการจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนนั้นมีความเกี่ยวข้องกับ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (Tourist Guide Development) การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) การส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว (Tourist) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) การจัดการพื้นที่ (Zoning) เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการกำหนดนโยบายและกลไกของฝ่ายต่างๆ ให้มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

3) การสร้างและความสัมพันธ์ของเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการรับรู้ร่วมกัน (Common Perception) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) การมีผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Benefits) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (All Stakeholders Participation) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) การพึ่งพิงร่วมกัน (Interdependence) และการการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) ของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งนับว่าเป็นการสร้างการปฏิสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงและการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน

4) แนวทางการพัฒนานโยบายและศักยภาพของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน จะต้องคำนึงถึงนโยบายและทิศทางการพัฒนาในประชาคมอาเซียน การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวร่วมกัน การกำหนดมาตรการทางกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในขณะเดียวกันก็ควรมีการพัฒนาศักยภาพ คุณภาพของการท่องเที่ยว รวมทั้งบุคลากรการท่องเที่ยวในภาพรวม

5) ปัญหา อุปสรรคและโอกาสของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน พบว่า ยังมีโอกาสในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวอีกมาก เนื่องจากนโยบายของภาครัฐเปิดโอกาสให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว การมี Social media และเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมทั้งการมีกิจกรรมคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วและเชื่อมต่อกันมากขึ้น จึงทำให้เกิดโอกาสในการสร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการในประชาคมอาเซียนได้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเครือข่ายและการบริหารจัดการของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน” เกิดขึ้นจากความสนใจจากการเปิดประชาคมอาเซียนที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกัน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการจะมีส่วนทำให้สามารถพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้ดำรงอยู่ต่อไป โดยการมุ่งผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว การสร้างร่วมมือกันในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบย่อมจะทำให้การประกอบการท่องเที่ยวดำรงอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับการเชื่อมโยงเข้าสู่ประชาคมอาเซียน การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน
- 2) เพื่อศึกษาระบบการจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน
- 3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเครือข่ายผู้ประกอบการกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน
- 4) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนานโยบายการจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหาสาระสำคัญประกอบด้วย 1) การศึกษาระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประเทศไทย โดยเป็นการศึกษาสภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในปัจจุบันในด้านวิวัฒนาการ รูปแบบ วิธีการการบริหารจัดการแบบดั้งเดิม ตลอดจนถึงการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการโดยภาพรวม 2) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน โดยเป็นการศึกษาการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาไปสู่รูปแบบการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และแนวทางการเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน และ 3) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน โดยการนำผลการศึกษารูปแบบ

วิธีการบริหารจัดการ และการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวมาบูรณาการสู่การพัฒนาเป็นระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการ ในลักษณะรูปแบบ วิธีการบริหารจัดการเครือข่าย

ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ของกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนในลักษณะของประเทศที่มีความเชื่อมโยงกับหลักฐานทางโบราณคดี วิถีทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมร่วมในอดีตที่เคยเป็นเส้นทางอารยธรรมและการค้าขายของประชาชนในอาเซียน ซึ่งกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในปัจจุบันใน 6 ประเทศ คือ

1) ประเทศกัมพูชา กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ปราสาทพนมคันทัน ปราสาทบายัน ซึ่งเป็นกลุ่มปราสาทพระพุทธศาสนานิกายมหายานในเขตจังหวัดเสียมเรียบ

2) ประเทศลาว กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ปราสาทวัดภู พระธาตุหลวง พระธาตุอิงฮัง ซึ่งอยู่ในเขตเวียงจันทน์และแขวงจำปาสัก

3) ประเทศเมียร์มาร์ กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาเจดีย์ชเวดากอง ในเขตกรุงย่างกุ้ง และวัดมหาชัยมุนี ในเขตมัณฑเลย์

4) ประเทศมาเลเซีย กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ วัดไชยมังคลาราม รัฐปีนัง และแหล่งโบราณคดีบูจิงวัลเลย์ รัฐเคดาห์

5) ประเทศอินโดนีเซีย กำหนดการศึกษาพื้นที่การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี/แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ เจดีย์ บุโรพุทโธ จันทิเมนดุต ที่ตั้งอยู่ในเขตตอนกลางของเกาะชวาและยกจากการ์ตา

6) ประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ตามความสำคัญของการวิจัยที่เชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ เช่น เป็นจังหวัดที่มีสนามบินที่มีความเชื่อมโยงสู่ประเทศในเขตประชาคมอาเซียน กลุ่มจังหวัดที่มีพื้นที่ชายแดนติดอาเซียน กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย อุบลราชธานี เป็นต้น

โดยกำหนดประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยวและผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบินและบริษัทขนส่งต่างๆ ผู้ประกอบการตัวแทนนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก เป็นต้น และ 2) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและทางอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจจذبนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว เป็นต้น รวมทั้งตัวแทน

หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่พัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงและทางอ้อม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยว เช่น วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาทั้งในเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยเป็นการศึกษาเพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงเครือข่าย, การท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ตลอดจนถึงข้อมูลเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงลึกจากพระสงฆ์ พระเถระผู้ใหญ่ กรรมการผู้ดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ผู้ประกอบการประเภทต่างๆ คือ มัคคุเทศก์, ที่พัก, ร้านอาหาร, การขนส่ง, ของที่ระลึก, บริษัทนำเที่ยว, เจ้าของหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการประชุมสัมมนาในเชิงวิชาการ เพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี โดยเป็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจสินค้าที่ระลึก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจบริการที่พัก ธุรกิจขนส่ง เป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยว เป็นเจ้าของหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว เป็นบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการไม่ต่ำกว่า 5 ปี และไม่เคยเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว

สำหรับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.69$, $S.D. = 0.69$) เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการเครือข่ายด้านองค์ประกอบของเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($x = 3.67$, $S.D. = 0.70$) และด้านการสร้างและพัฒนาเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($x = 3.72$, $S.D. = 0.49$) โดยในด้านองค์ประกอบของเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า เครือข่ายมีการสร้างวิสัยทัศน์ สร้างความรู้และสร้างมุมมองให้ความช่วยเหลือ มีส่วนร่วม ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ในเชิงแลกเปลี่ยนในด้านการเรียนรู้, การลงทุน, การเพาะบ่มและการรักษาสัมพันธภาพ การในดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน ในทิศทางเดียวกัน จนทำให้เครือข่ายมีผลประโยชน์และก่อให้เกิดการเกื้อหนุนพึ่งพากันทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และในด้านการสร้างและการพัฒนาเครือข่าย พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่า การสร้าง

และพัฒนาเครือข่ายก่อให้เกิดการเรียนรู้ในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว มีกิจกรรมสำหรับสมาชิกได้เชื่อมโยง สืบทอดความเป็นเครือข่ายที่ยั่งยืน อันเป็นช่องทางในการทำงานร่วมกัน เช่น สร้างระบบการส่งต่องาน และสร้างเว็บไซต์เพื่อเชื่อมโยงเครือข่าย สร้างความเข้าใจเป้าหมายว่าจะก่อให้เกิดความสำเร็จการรวมตัวกัน พร้อมสนับสนุนสมาชิกที่ต้องการความช่วยเหลือธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้สามารถดูแลตนเองได้ มีกิจกรรมที่มีผลประโยชน์และประสพผลสำเร็จรวมกัน ย่อมก่อให้เกิดการเพาะบ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และเติบโตอย่างมั่นคง ทำให้สมาชิกทำงานอย่างเต็มศักยภาพเต็มความชำนาญที่มีอยู่ ส่งผลทำให้เกิดการลงทุน สื่อสาร ทำงาน และยอมรับในความแตกต่างทั้งในรูปแบบและวัฒนธรรมองค์กรร่วมกันในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

5.1.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนสามารถวิเคราะห์ได้ออกมาเป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ โดยมีกิจกรรมการที่เกี่ยวข้องตามรูปแบบที่ปรากฏ คือ 1) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว และ 2) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ความสะดวก ความพึงพอใจและการสร้างสัมพันธภาพ โดยรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เป็นรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวนี้เกิดขึ้นจากบทบาท หน้าที่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นเจ้าของในฐานะที่เป็นหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ตัวแทนวัด/สถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ตัวแทนชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นักวิชาการ ผู้บริหารของการท่องเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชน เช่น องค์กรการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยองค์กรและบุคคลเหล่านี้จะกำหนดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การส่งเสริมการเรียนรู้ การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนและสังคม การพัฒนากิจกรรมและเครือข่ายการท่องเที่ยวให้เกิดภาคีการจัดการ และเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น และรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและการสร้างสัมพันธภาพ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ การสร้างความสะดวก ความพึงพอใจและการสร้างสัมพันธภาพนี้ ถือว่าเป็นบทบาท หน้าที่ และการส่งเสริมของผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยวและผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบินและบริษัทขนส่งต่างๆ ผู้ประกอบการตัวแทนนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจจูงนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว เป็นต้น โดยกลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ ได้มีการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวในมิติที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อการสร้างรายได้ การกระตุ้นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ที่พัก การสร้างความพึงพอใจ และการสร้างสัมพันธภาพเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวในระยะยาว

5.1.3 การบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีพื้นฐานความรู้การบริการกิจการของตนเอง สามารถสรรหาและฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรและมีระบบสิ่งจูงใจที่เหมาะสม ดำเนินการให้ถูกต้องและสอดคล้องกับกฎหมายและระเบียบข้อบังคับภาครัฐ ผู้ประกอบการมีวิธีการจัดการในหลายรูปแบบ มีอุปกรณ์ที่พร้อม มีการประชุมสัมพันธผ่านระบบสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่ยังไม่ถึงวิธีการแบบดั้งเดิมคือการส่งโบว์ชัวร์ให้ลูกค้าโดยตรง โดยมีเป้าหมายเพื่อจะหาลูกค้าเข้ามา ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุด คือ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้มาก ไม่ถูกหลอกลวง สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า แบ่งระบบการบริหารจัดการต่างๆ ดังนี้

1) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (Tourist Guide Development) ประกอบด้วยผู้จัดการด้านการนำเที่ยวและผู้นำเที่ยวต้องมีการคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่มค่านั้น เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าและบริษัทให้มากที่สุดเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก จึงต้องผ่านการฝึกฝนให้เหมาะสมกับภาพการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่ต้องมีความเข้าใจในพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมและเข้าใจในกลุ่มลูกค้าด้วยโดยมุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกการให้บริการของบุคลากรเป็นสำคัญ

2) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นนั้น เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยแต่ละสถานที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากว่าเป็นระบบจัดการโดยอาศัยภาครัฐและเอกชน และชุมชนร่วมกัน ซึ่งทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเป็นระยะเวลานานแล้ว บทบาทของบุคลากรที่เกี่ยวข้องจึงมีหน้าที่เพียงดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด และให้ทรงคุณค่ามากที่สุด

3) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เจ้าของหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ได้จัดบริการที่เหมาะสมให้กับนักท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยมีการด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีการจัดการพื้นที่ให้มีความสะอาด คำนึงถึงความสะดวกสบาย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ด้านร้านอาหาร มีอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายและเหมาะสมกับฤดูกาลไว้ให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นความสะอาดและปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

4) การจัดการพื้นที่ (Zoning) แหล่งท่องเที่ยวหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้มีการจัดการพื้นที่ (Zoning) จัดพื้นที่สำหรับจอดรถนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร และร้านของที่ระลึกไว้ในเขตบริเวณใกล้เคียงกัน

5) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีวิธีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนผ่านเสียงตามสาย ติดป้ายประกาศ ส่วนผ่านทางเว็บไซต์ หรือ ทาง Social Media โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของประชาชนทั่วไป ที่มาเที่ยวแล้วรู้สึกประทับใจจึงแสดงความรู้สึกนั้นผ่านทางเครือข่ายทางสังคมออนไลน์

6) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐ มีบทบาทคือการกำกับ ควบคุม ดูแลผู้ประกอบการท่องเที่ยวในด้านคุณภาพการบริการท่องเที่ยว มาตรฐานการท่องเที่ยว โดยควบคุมและกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน

7) ปัญหาอุปสรรคด้านพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ความไม่เข้าใจในกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว การไม่แสดงความเคารพยำเกรงต่อสถานที่ ข้อห้ามบางประการในพื้นที่ และมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดการพื้นที่จอดรถ ด้านสถานที่ขายของที่ระลึกและร้านอาหาร คือ การจัดพื้นที่ห่างไกลจากตัวแหล่งท่องเที่ยวมากเกินไป การที่มีร้านอาหารและของที่ระลึกมากเกินไป ทำให้มีลูกค้าน้อย ด้านบริษัทนำเที่ยว คือ บริษัทไม่สามารถแสวงหามัคคุเทศก์ที่มีบุคลิกภาพและความสามารถที่เหมาะสม และมีคู่แข่งที่เป็นบริษัทท่องเที่ยวที่ไม่มีใบอนุญาตมาขายทัวร์ราคาถูกตัดหน้า

5.1.4 การเสริมสร้างจริยธรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ ผู้ประกอบการจึงควรมีจริยธรรม ในการปฏิบัติงาน เช่น ยึดหลักศีลธรรมของสังคม คือ การยึดแนวทางหรือวิธีการบริหารจัดการของบริษัท โดยที่เมื่อนำไปปฏิบัติแล้วไม่มีสิ่งใดที่มีผลทางลบต่อศีลธรรมที่ดั่งมาต่อสังคม การปฏิบัติด้วยจิตสำนึกในหน้าที่และความรับผิดชอบ คือ บริษัทมีวิธีการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน มีการสร้างแรงจูงใจให้พนักงาน การกำหนดภาระหน้าที่ที่จะต้องให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีหลักฐานและซื่อสัตย์ในเรื่องข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และเงื่อนไขการเดินทาง การต้อนรับและการกินอยู่ รวมทั้งควรให้ความเอาใจใส่ต่อความมั่นคงปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

5.1.5 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน จากศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน ก่อให้เกิดความสามารถ ประสิทธิภาพ ความคล่องตัว และความคิดริเริ่มดีกว่า และผลทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอยู่รอดและสามารถดำเนินธุรกิจแข่งขันกับธุรกิจอื่นทั้งในระดับชาติและนานาชาติได้ โดยผู้ประกอบการด้านการ

ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การสร้างเครือข่ายการทำงานเชิงบูรณาการในการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศอาเซียน ระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน โดยมีการสร้างให้เกิดกระบวนการขับเคลื่อนแบบเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมกันระหว่างภาครัฐ ทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น หน่วยงานเอกชน และชุมชน หรือระหว่างชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนการศึกษาในประเด็นนี้จะชี้ให้เห็นถึงหลักการทำงานแบบเครือข่าย ปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงถึงในการสร้างเครือข่าย รวมถึงแนวทางโดยสังเขปในการสร้างเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีลักษณะการร่วมมือระหว่างเครือข่าย 4 ลักษณะ คือ 1) รูปแบบเครือข่ายในการกระจายข้อมูล (Information Dissemination) เป็นรูปแบบที่ภาครัฐร่วมกับผู้ประกอบการตลอดจนถึงแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม 2) รูปแบบเครือข่ายการทำงานแบบเฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Ad Hoc) ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ 3) รูปแบบเครือข่ายแบบตัวแทนการให้บริการ (Channel Partnership) เป็นรูปแบบที่ภาครัฐร่วมกับบริษัทเอกชน หรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในฐานะตัวแทนภาครัฐ และ 4) รูปแบบเครือข่ายภาคประชาสังคม (Civic Switchboard) ภาครัฐดำเนินการในลักษณะเชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่างๆ รวมทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยอาศัยความกว้างขวางเป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดความร่วมมือกันขององค์กร ผู้ประกอบการ ประชาชนเพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคม

5.1.6 องค์กรประกอบและรูปแบบการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ องค์กรประกอบเครือข่ายการท่องเที่ยวของบริษัทผู้ประกอบการที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวนั้น โดยในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวนั้น จะประกอบไปด้วย 1) ผู้จัดการด้านการท่องเที่ยว หรือ เรียกกันทั่วไปว่า ผู้นำทัวร์ 2) มัคคุเทศก์ หรือ ไกด์ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ มัคคุเทศก์ของบริษัทผู้ประกอบการ และมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 3) ผู้ประกอบการพื้นที่ หรือ เรียกว่า Land Operator สำหรับรูปแบบการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการนั้น จะการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันจะมีสมาคมผู้ประกอบการในประเทศไทยและเป็นฐานสำคัญในการเชื่อมโยงกับองค์กรการท่องเที่ยวอื่นในประเทศต่างๆ เช่น สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) เป็นบริษัทที่ให้บริการภายนอก (Outbound) สมาคมแอตต้า (ATTA) เป็นบริษัทที่ให้บริการภายใน(Inbound) ซึ่งทั้งสองสมาคมจะมีบทบาทในการไปจัดประชุมในประเทศต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเป็นเครือข่ายระหว่างกัน มีการจัดบูธแสดงสินค้าคือ นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวและแพคเกจการท่องเที่ยวในประเทศให้กับลูกค้าที่สนใจในงานประชุมต่างๆ ซึ่งจะมีการจัดการกันเป็นเครือข่ายค่อนข้างเหนียวแน่น มีการติดต่อระหว่างกันโดยใช้ระบบสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก

สำหรับวิธีการบริหารจัดการระหว่างเครือข่าย ผู้ประกอบการจะต้องมีเครือข่ายมากกว่า 1 บริษัทในแต่ละประเทศ และมีกระบวนการ คือ มีวางแผนการดำเนินการหาบริษัทที่มีประสิทธิภาพในการทำทัวร์ในประเทศนั้น หรือสอบถามหาบริษัทที่น่าเชื่อถือจากสมาคมผู้ประกอบการ ดำเนินการติดต่อผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยผ่านระบบสารสนเทศ จากนั้นแจ้งความประสงค์ในการท่องเที่ยว โดยแจ้งจำนวนวัน ระยะเวลาการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมที่พัก และความต้องการเพิ่มเติม และเมื่อมีการตอบกลับตามเงื่อนไข พร้อมแจ้งราคาค่าบริการแล้ว ผู้ประกอบการก็จะนำมาคำนวณค่าใช้จ่ายอื่นเพิ่มเติมแล้วนำเสนอราคาค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับลูกค้าที่ต้องการเดินทาง และอาจมีการปรับราคาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอีกครั้ง

5.1.7 จากการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค ของการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม มีดังนี้

1) จุดแข็ง การท่องเที่ยวในประเทศและอาเซียนมีศักยภาพสูงในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีที่พัก การคมนาคม มีความโดดเด่นด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวมีความน่าสนใจในเชิงประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนา

2) จุดอ่อน แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมมีการจัดการภายในอย่างไม่เป็นระบบ เครือข่ายต่างๆ อาจมีการร่วมมือกันอย่างไม่เหนียวแน่นเพื่อการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมผู้ประกอบการ และเครือข่ายเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม

3) โอกาส การท่องเที่ยวในแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียนได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว กระแสการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมมีเพิ่มมากขึ้น

4) อุปสรรค การแข่งขันกันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากเดิม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆ ปัญหาขยะ ปัญหาจราจร รวมทั้งการแสดงตนไม่เหมาะสมภายในแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

5.18 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียนการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาภูมิภาคอาเซียน ดังนั้น จึงมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียนขึ้น ด้วยเหตุที่อาเซียนมีสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เป็นเอกลักษณ์ด้วยการเชื่อมโยงภายในภูมิภาคที่มีความสะดวก ด้วยสภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและมั่นคง ด้วยคุณภาพการบริการที่ดีในขณะเดียวกัน

จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการทำงานร่วมกับภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์ทิศทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งทิศทางการยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อและยั่งยืน ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาสินค้าบริการท่องเที่ยว ด้านการเพิ่มคุณภาพการให้บริการและทรัพยากรบุคคลในภูมิภาค และ ด้านการยกระดับและเร่งให้เกิดการอำนวยความสะดวก ในการเดินทางและการเชื่อมโยงคมนาคมในอาเซียน โดยทำความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อขับเคลื่อนแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับอาเซียน โดยมีการจัดประชุมด้านการท่องเที่ยว (ASEAN Tourism Forum หรือ ATF) เป็นประจำทุกปี เพื่อให้ผู้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน เช่น โรงแรม รีสอร์ท สายการบิน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำความรู้จักและเจรจาธุรกิจด้านการท่องเที่ยว อันเป็นการริเริ่มความร่วมมือจัดทำความตกลงตรวจลงตราเพียงครั้งเดียว (Single Visa) แต่ใช้เดินทางได้หลายประเทศ ซึ่งข้อตกลงการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) นั้นเน้นความร่วมมือใน 7 ด้าน ได้แก่ การอำนวยความสะดวกการเดินทางในอาเซียนและระหว่างประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งและขยายตลาดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคง ของการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริมร่วมกัน และการพัฒนาทรัพยากร ดังนั้น ในการพัฒนาการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนนั้น จึงมีการพัฒนาใน 6 ประเด็น คือ

- 1) การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง การดูแลความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว
- 2) การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศในราชอาณาจักร โดยมีการประสานร่วมมือระหว่างกันอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมในแง่ของวิธีการและแนวทางปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- 3) การพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและนานาชาติ โดยการทำข้อตกลงระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง
- 4) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภายในองค์กรให้สามารถรองรับการแข่งขันจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีการพัฒนาทักษะฝีมือ สนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์ และผู้ประกอบการ ในด้านภาษาและอื่นๆ พร้อมกับผลักดันให้มีการประกาศเขตพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะที่ต้องมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้ให้บริการเพื่อเปิดโอกาสการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น

5) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีสำหรับเครือข่าย โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) มีการรับรู้ร่วมกัน (Common Perception) 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) 3) การมีผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Benefits) 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (All Stakeholders Participation) 5) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) 6) การพึ่งพิงร่วมกัน (Interdependence) 7) การมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) ดังนั้น ในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนั้น ต้องคำนึงถึงความเป็นเพื่อนร่วมอาชีพกัน ไม่มีความแบ่งแยกกันและกัน ปรับทัศนคติเข้าหากัน ในฐานะเป็นพี่น้อง

6) มีการสนองนโยบายของประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้

- 1) การสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่กลุ่มภาคีการพัฒนา โดยให้ทุกภาคส่วนมีความรู้และเข้าใจในเนื้อหาสาระสำคัญของแผนการพัฒนการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นภาระและบทบาทของตนที่จะต้องสนับสนุนแผนการเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ
- 2) เสริมสร้างศักยภาพเพื่อเตรียมความพร้อมของหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อบูรณาการและกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดการดำเนินงานและมาตรการต่างๆ ให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกันในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับพื้นที่ถึงระดับชาติ
- 3) การบูรณาการของหน่วยงานของรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนที่มีลักษณะเป็นองค์รวม
- 4) มีการพัฒนารูปแบบระบบกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่มีอยู่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

5.2 ข้อเสนอแนะ

ในเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ทิศทางแห่งความยั่งยืนที่ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาสินค้าบริการท่องเที่ยว ด้านการเพิ่มคุณภาพการให้บริการและทรัพยากรบุคคลในภูมิภาค และ ด้านการยกระดับและเร่งให้เกิดการอำนวยความสะดวกในการเดินทางและการเชื่อมโยงคมนาคมในอาเซียน โดยทำความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อขับเคลื่อนแผนการพัฒนาด้านท่องเที่ยวร่วมกับอาเซียนร่วมกัน เช่น

(1) การเชื่อมโยงภูมิศาสตร์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว โดยอาศัยความรู้ทางภูมิวัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนาในอดีตให้เข้ามาเชื่อมโยงเพื่อกำหนดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม และให้มีการศึกษาเส้นทางและพัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงทั่วอาเซียน เช่น ไทย-ลาว เมียนมา- กัมพูชา เป็นต้น

(2) การพัฒนาเครือข่ายเส้นทางทางหลวงอาเซียน พัฒนาถนนที่ยังไม่ได้มาตรฐานระดับ 1 จัดทำป้ายบอกทาง สร้างสะพานเชื่อมต่อระหว่างประเทศ รวมทั้งขยายเส้นทางไปสู่จีนและอินเดียซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรและนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง

(3) การพัฒนาโครงการเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟสายคุนหมิง-สิงคโปร์ ที่เป็นหัวใจสำคัญของการกระเจายนักท่องเที่ยวจากจีนลงมาในภูมิภาคโดยเฉพาะการสร้างเส้นทางรถไฟสองสายคือ สายตะวันออกผ่านไทยกัมพูชาและเวียดนาม มีทางย่อยแยกเชื่อมระหว่างสปป.ลาว และเวียดนาม สายที่สองคือ สายตะวันตก ผ่านไทยและเมียนมา

(4) การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงเส้นทางในประเทศอย่างเป็นองค์รวมและมีประสิทธิภาพ โดยมีการเชื่อมโยงเส้นทางตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

(5) การจัดระบบการขนส่งในรูปแบบที่เชื่อมต่อเพื่อให้อาเซียนเป็นศูนย์กลางการขนส่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ซึ่งจะต้องเร่งดำเนินการ East-West Corridor (EWEC) ให้สำเร็จโดยการสร้างจุดเชื่อม ที่ยังขาดหายไปเมียนมา และพัฒนาท่าเทียบเรือที่ย่างกุ้ง และเมืองดานัง การส่งเสริม Mekong-India Economic Corridor (MIEC) การสร้างสะพานแม่น้ำโขงในกัมพูชา การสร้างท่าเรือทะเลน้ำลึก Dawei ในเมียนมา

(6) การสร้างความเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่ง กับ “เส้นทางสายไหมใหม่ภายใต้ศตวรรษที่ 21” (The New Silk Road) ของประเทศจีน โดยการพัฒนาเส้นทางคมนาคม และเส้นทางได้แก่ Silk Road Economic Belt ซึ่งเป็นเส้นทางสายไหมทางบก

2. ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์ทิศทางแห่งความยั่งยืนที่ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาสินค้าบริการท่องเที่ยว ด้านการเพิ่มคุณภาพการให้บริการและทรัพยากรบุคคลในภูมิภาค และ ด้านการยกระดับและเร่งให้เกิดการอำนวยความสะดวก ในการเดินทางและการเชื่อมโยงคมนาคมในอาเซียน โดยทำความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อขับเคลื่อนแผนการพัฒนาด้านท่องเที่ยวร่วมกับอาเซียนร่วมกัน

3. ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาความตกลงการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) โดยเน้นความร่วมมือใน 7 ด้าน ได้แก่ การอำนวยความสะดวกการเดินทางในอาเซียนและระหว่างประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งและขยายตลาดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคง ของการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริมร่วมกัน และการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว

4. ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง การดูแลความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว

5. ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภายในองค์กรให้สามารถรองรับการแข่งขันจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีการพัฒนาทักษะฝีมือสนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์ และผู้ประกอบการ ในด้านภาษาและอื่นๆ พร้อมกันผลักดันให้มีการประกาศเขตพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะที่ต้องมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้ให้บริการเพื่อเปิดโอกาสการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเพื่อปรับปรุงปัญหาในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เชิงปฏิบัติการ

1. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมโดยให้มีการจัดการภายในอย่างเป็นระบบ

2. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและเครือข่ายต่างๆ ควรมีการร่วมมือกันอย่างเหนียวแน่นในการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

3. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรสร้างมาตรฐานในการบริหารโดยมีจิตสำนึกมากขึ้น

4. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียนเพื่อให้ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น

5. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรอาศัยกระแสการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว

6. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) เช่น พัฒนาข้อมูลเชิงลึกและงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศ พัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบาย และการบริหารจัดการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ภาครับและผู้ประกอบการในการใช้ ICT และ Social Media ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้า การเข้าถึง และการขยายตลาด

7. การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจบริการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียนในด้านข้อมูลและข่าวสารการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทักษะด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ (ICT)

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน

พ.ศ.2554-2558. กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. 2540. **วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร: โครงการ
วิถีทรรศน์ บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. 2537. **ปณิกะบทความทางวิชาการท่องเที่ยว เล่ม 2**. เชียงใหม่ :

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. 2539. **พฤติกรรมกรท่องเที่ยวภายในประเทศของ**

นักท่องเที่ยวชาวไทย. กรุงเทพมหานคร : รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประสงค์ เอี่ยมอนันต์. 2543. “การดูแลรักษาโบราณสถานและสภาพแวดล้อม.” เอกสารประกอบ
การสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในวัด.” กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปรีชา แดงโรจน์. 2544. **อุตสาหกรรมกรท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยรังสิต.

ภราเดช พยัคฆวิเชียร. 2539. **พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร :

กรท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต).2538. **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**.

(พิมพ์ครั้งที่ 6) กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

_____. 2546. **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลศัพท์**. กรุงเทพมหานคร :

โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (อบอู่). 2548. **เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ**.

กรุงเทพมหานคร : โครงการเสริมสร้างกรเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

พระมหาสุทิตย์ อบอู่. 2542. “กรท่องเที่ยวแนวพุทธ” ใน **จุลสารกรท่องเที่ยว** ปีที่ 18 เล่มที่ 1
ม.ค.-มี.ค 42.

_____. 2552. **รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร**

รายงานการวิจัย เสนอ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวไทย และสำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย (สกว.)

พระภวานาวิสุทธิคุณ (เสริมชัย ชยมงคโล). 2550. **พระพุทธศาสนา ศาสนาประจำชาติไทย**

(Buddhism as the State Religion). กรุงเทพมหานคร :

โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พงศ์ศานต์ พิทักษ์มหาเกตุ. 2538. **ชาวบ้านกับช่องทางประกอบธุรกิจท่องเที่ยวแนวคิดในการจัดตั้งสหกรณ์บริการนำเที่ยวแนวอนุรักษ์แห่งประเทศไทย.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ปกเกล้า.

พิสิฐ เจริญวงศ์. 2542. **การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม.** กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

พุทธทาสภิกขุ. 2524. **มาฆบูชาเทศนา.** กรุงเทพมหานคร: ธรรมทานมูลนิธิ.

_____. 2533. **หลักธรรมสำคัญในพระพุทธศาสนา.** กรุงเทพมหานคร: แสงธรรม.

_____. 2537. **พุทธทาส : สอนโมกขพลาราม กำลังแห่งการหลุดพ้น.** กรุงเทพมหานคร: หจก. ภาพพิมพ์.

_____. 2541. **มรดกที่ขอฟากไว้.** กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภา.

เทพ พันประสิทธิ์ และคณะ 2547. “กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย และกัมพูชา กรณีศึกษา : จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ” สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. 2538. “Ecotourism : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.” ใน จุลสารการท่องเที่ยว ปีที่ 14 เล่ม 3 (กรกฎาคม-กันยายน 2538).

วรินทร์ ไถยวงศ์. 2547. **การริเริ่มนวัตกรรมการเรียนรู้ เครือข่ายการเรียนรู้.** กรุงเทพมหานคร : รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์, องค์การโอโซนแห่งประเทศไทย.

วิจารณ์ พานิช. 2546. **การจัดการความรู้.** กรุงเทพมหานคร : เอกสารทางวิชาการ สถาบันการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.).

วศิน อินทสระ. 2548. **พุทธวิธีในการสอน.** กรุงเทพมหานคร : สภาการศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.

วรรณา วงษ์พานิช. 2539. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2536. **โครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ.** กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม. 2541. **การพัฒนาการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม.** กรุงเทพมหานคร :

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2549. **คู่มือประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2549. **คู่มือประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.** กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2535. แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ.

กรุงเทพมหานคร : พันนี้พับลิชชิง.

สัจจา บรรจงศิริ, รศ.ดร. และคณะ. 2556, การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนด้านการเกษตร

ในเขตอีสานใต้. รายงานการวิจัย,สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2542. ทฤษฎีสังคมวิทยา : การสร้าง การประเมินค่า และการใช้

ประโยชน์. (พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิริลักษณ์ ยิ้มประสาทพร. 2548. กระบวนทัศน์ใหม่กับการเรียนรู้ ของชุมชน.

กรุงเทพมหานคร : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

สีลาภรณ์ นาคทรรพ. 2539. ตัวชี้วัดสำหรับงานพัฒนาชนบท : ประสพการณ์จากนักพัฒนา.

กรุงเทพมหานคร : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.

สุพัตรา ขาดปัญญาชัย. 2549. การเรียนรู้ แนวคิด ความหมายและบทเรียนในสังคมไทย.

กรุงเทพมหานคร : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

สุรศักดิ์ พิมพ์เสน และคณะ 2545. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนผู้ไท บ้านโนน.

สนับสนุน โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ศรีพร สมบุญธรรม 2537. Lynda Thorn ; Alister Mathieson and Geoffrey Wall. การ

ประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ไศรยา หอมชื่น. 2539. ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศไทยของตัวแทน

Tour Operater ในอเมริกา. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ศูนย์วิจัยป่าไม้, คณะวนศาสตร์. 2538. โครงการศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ

: กรณีภาคใต้. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

องค์การเผยแผ่วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร. 2543. วิชาการเทศนา. กรุงเทพมหานคร :

โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

อิทธิวัตร ศรีสมบัติ และคณะ. 2550. สายธารธรรมลุ่มแม่น้ำมูล : ศักยภาพการท่องเที่ยว

เชิงพุทธในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ . กรุงเทพมหานคร : รายงานการวิจัย

มหาวิทยาลัยมหิดล.

อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ. 2548. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.

World Tourism Organization (WTO) อ้างถึงใน ศรีญาวารากุลวิทย์. 2546.

ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. โรงพิมพ์เฟื่องฟ้าพรินต์ พระนครศรีอยุธยา :

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสุกกรี.

วิทยานิพนธ์

- กฤษณะ เดชาสุรักษ์ชน. 2552. “พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างชาติที่มีต่อ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร.” **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหามบัณฑิต** สาขาศาสนากาตรลลาต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาศรึนครนทรวิโรฒ.
- จันดารักษ์ แสงกาญจนวนิช. 2534. “ซึตความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภท โบราณสถาน ศึษาเฉพาะกรณีวัดพระศรึรัตนศาสดาราม.” **วิทยานิพนธ์ปริญญา มหามบัณฑิต** สาขาสึงแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิตล.
- จึราวดี อุ่นวงศ์. 2539. “การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว : กรณีศึษาเกาะฟึฟี่ จัังหวัดกระบี่.” **วิทยานิพนธ์ปริญญามหามบัณฑิต** ภาควิชาการ วางแผนภาคและเมือ่ง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจริญศรึ จวนสง. 2552. “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาไหว้พระ 9 วัดในจัังหวัดพระนครศรึอยุธยา.” **วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหามบัณฑิต** สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรึอยุธยา
- ปรัชญึ เหลือ่งประเสริฐ. 2538. “การมีส่วนร่วมของประชาชน ในการวางแผนปรับปรุง สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ : กรณีศึษาสะพานข้ามแม่น้ำแคว จัังหวัดกาญจนบุรี.” สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์. 2551 “ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จัังหวัดอ่างทอง.” **วิทยานิพนธ์ ปริญญา บริหารธุรกิจมหามบัณฑิต** สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ราชภัฏพระนครศรึอยุธยา.
- สุรศักดิ์ ศึลาวรรณ. 2550. “การท่องเที่ยวและการเผยแพร่พระพุทศาสนา : บทบาทของวัดใน เขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึษาวัดบวรนิเวศวิหารและวัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม.” **วิทยานิพนธ์ปริญญามหามบัณฑิต** สาขาศาสนาเปรียบเทียบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิตล.
- อรพิน บุญแย้ม. 2544. “การศึษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้ามาเที่ยวในวัดพระศรึสรรเพชญ์.” **วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหามบัณฑิต** สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรึอยุธยา.

English

- A.Javier Trevino, George C, 2006, *Homans : History, Theory, and Method*, (Oxford : Charles Tilly. Boulder, Paradigm Publishers.
- Boo Elizabeth.1990. **Ecotourism: The Potentials and Pitfalls.** Vol 1 and 2. world Wildlife Fund. Washington, D.C.
- _____. 1991. **“Making Ecotourism Sustainable: Recommendations for Planning, Development, and Management.”** in *Nature Tourism Managing for the Environment*. Island Press, Washington, D.C.
- Cassata, Mart B and Molefi K. Asnte.1979. **Mass Communication.** New York: Macmillan Publishing Co,Inc;
- Castells Manuel.1998. **The Rise of the Network Society.** Oxford, UK. Blackwell Publishers.
- Cohen Erik.1996. **Thai Tourism Hill Tribes, Islands and Open-Ended Prostitution.** Bangkok: White Lotus Co., Ltd. The Hebrew University of Jerusalem.
- Coltman, MM. 1989. *Tourism Marketing*. New York : Van Nostrand Reinhold.
- David K. Berlo.1960. **The Process of Communication.** New York : Holt, Rinetart and Wiston, Inc.,
- Davidson, Rob. (1995). *Tourism*. 2nd.ed. Singapore. Longman: Group Limited.p2
- Dominick, Joseph R.1993. **The Dynamics of Communication.** Fourth Edtion, Mc Graw Hill, Inc : New York,.
- Elaine Dundon. 2002. **The Seeds of Innovation : Cultivating the Synergy that Fosters New Ideas.** New York : American Management Association, USA.
- Kathleen Lingle. 1993. ***The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*,** New York: Van Nostrand Reinhold.
- Inskeep, E. 1991. **Tourism Planning : An Integrated and Sustainable Development Approach.** New York: Van Nostrand Reinhold.
- Lundberg, D.E. 1985. **The Tourism Business.** 5th ed. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Gee, C.Y.; Choy, D.J.L. and Makens, J.C. 1984. **The Travel Industry.** 2nd ed. New York: Van Nostrand Reinhold.

- Marshall Goldsmith, Editor.2001. **Leading for Innovation : Organization for Results.**
New York : Jossey- Bass Publishing, USA.
- Mcintosh, R.W.; Goeldner, C.R.; & Ritchi, Jr.B. 1995. ***Tourism: Principle, Practices, and Philosophies.*** New York: John Wiley & Sons.
- Mieczkowski Zbigniew.1995. **Environmental Issues of Tourism and Recreation.**
University Press of America, Inc. Lanham Maryland, U.S.A.
- Mill, Robert Christie. 1990. ***Tourism The International Business.*** New Jersey:
Prentice Hall.Pond,
- Preece Noel.1995. “Discovery Ecotourism: Sustainable Tourism in Outback Australia.”
in **Sustainable Tourism An Australian Perspective.** Chatswood Australia.
- Peter M. Senge.1990. **The Fifth Discipline : The Art and Practice of the Learning Organization.** MIT Sloan School of Management, Cambridge
Massachusetts, USA..
- Robert B. Tucker.2002. **Driving Growth Through Innovation.** San Francisco,
Berrett-Koehler Publishing, USA.
- Richard Ryel and Tom Grasse.1991. “Marketing Ecotourism: Attracting the Elusive Ecotourist.” in **Nature Tourism Managing for the Environment.** Island Press, Washington, D.C.
- Whelan Tensie.1991. “Ecotourism and Its Role in Sustainable Development.” in **Nature Tourism Managing for the Environment.** Island Press, Washington, D.C.
- Everett Rogers. 1995. **Diffusion of Innovations.** USA. University of New Mexico.

เว็บไซต์

<http://www.creativeculturethailand.com/detail-page.php?sub>)

<http://www.buddhadasa.org/html/life-work/dhammadana/dream.html>)

<http://www.bunditasa.com>

<http://www.monkchat.net>

<http://www.dhamma4u.com>

<http://www.dhammadakaya.org/>

<http://www.buddhadasa.org/html/life-work/suanmokkh.html>

<http://www.watsuandok.org/>
<http://www.thatphanom.com/>
<http://www.bia.or.th/>
<http://www.jariyatam.com>
<http://www.jariyatamnews.com>
<http://www.dhammatoyou.com>
<http://www.siladhamma.com>
<http://www.watpaknamubon.com>
<http://masterplan.andamanecotourism.com/>
<http://www.osmsouth-w.moi.go.th/file-data/933207.pdf>
[http://www.parliament.go.th/ewtadmin/
ewt/parliament_parcy/download/article/article_20150519104137.pdf](http://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/download/article/article_20150519104137.pdf)