

การพัฒนาระบบการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว
ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม
เพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

The development of network and management system of
tourism entrepreneurs on Buddhist and cultural tourist
promotions in ASEAN Community

ศ.ดร.วัชร งามจิตรเจริญ, ผศ.ดร.ณัฏฐิ์ ศรีดี, ผศ.ดร.ปัญญา คล้ายเดช

Prof.Dr.Watchara Ngamchitcharoen, Asst.Prof.Dr.Naddhira Sridee, Asst.Prof.Dr.Panya Klaydesh

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาระบบการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า

๑. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การส่งเสริมการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งมีการกำหนดนโยบายและกลไกให้มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว อันก่อให้เกิดการเชื่อมโยงและการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน และนำไปสู่การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

๒. การพัฒนาการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน มีการพัฒนาใน ๖ ประเด็น คือ ๑) การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการ ๒) การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศในราชอาณาจักร ๓) การพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและนานาชาติ ๔) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ๕) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีสำหรับเครือข่าย ๖) การสนองนโยบายของประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน

๓. การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน ยังมีศักยภาพสูง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาที่ยาวนาน มีที่พัก การคมนาคม และการสื่อสารที่เชื่อมโยงกัน

คำสำคัญ : พระพุทธศาสนา, ผู้ประกอบการท่องเที่ยว, การจัดการเครือข่าย

Abstract

This research aimed at studying the development of network and management system of tourism entrepreneurs on Buddhist and cultural tourist promotions in ASEAN Community. From the study, it is clear that

1) Tourism entrepreneurs on Buddhist and cultural tourist promotions in ASEAN have developed the tourist guides, tourist resources, promotion of knowledge to tourists, tourism marketing and zoning management for promotion of activities and advertisement of tourist resources, which lead to connection and development of tourist activities and lead to strategy plan of tourism.

2) The development of network management system of tourism entrepreneurs toward Buddhism and culture is found that 1) Development of quality of product and service, 2) development of outbound tourism management in Thailand, 3) creation of the tourism cooperation in ASEAN and international one, 4) development of tourism personnel, 5) building a good relation for tourism network, 6) response of ASEAN policy

3) Buddhism and culture in ASEAN community still have high latency. There are tourist resources with long background, accommodation, transportation, and connected communications.

Keywords : Buddhism, Tourism Entrepreneur, Network Management

บทนำ

“ประชาคมอาเซียน” (ASEAN Community) เกิดจากสมาคมแห่งประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of Southeast Asian Nations-ASEAN) หรือ “อาเซียน” โดยอาเซียนได้ถือกำเนิดจากการประกาศ “ปฏิญญากรุงเทพฯ” (Bangkok Declaration) มีประเทศสมาชิกเมื่อเริ่มก่อตั้ง ๕ ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และ สิงคโปร์ เมื่อปี ๒๕๑๐ เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ และการบริหาร กลุ่มอาเซียนได้มีการพัฒนาร่วมกันในหลายๆ ด้าน มีการประกาศปฏิญญาอีกหลายฉบับ เพื่อขยายความร่วมมือให้ใกล้ชิดและหลากหลายในหลายเรื่อง เช่น ปฏิญญาว่าด้วยเขตแห่งสันติภาพและความเป็นกลาง (Declaration on the Zone of Peace, Freedom and Neutrality) ปฏิญญาสมานฉันท์อาเซียน (Declaration of ASEAN Concord) เป็นต้น โดยมีการตกลงก่อตั้งสำนักเลขาธิการอาเซียนขึ้นที่กรุงจาการ์ตา อินโดนีเซีย ต่อมาอาเซียนได้ขยายวงสัมพันธภาพออกไปสู่ประเทศในภูมิภาคและมีเพิ่ม

สมาชิกขึ้นเป็น ๑๐ ประเทศ โดยมีประเทศเวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชาได้เข้าเป็นสมาชิกในภายหลัง ในเดือนธันวาคม ๒๕๔๐ ผู้นำอาเซียน ได้รับรองเอกสาร “วิสัยทัศน์อาเซียน ๒๐๒๐” กำหนดเป้าหมายหลัก ๔ ประการ เพื่อมุ่งพัฒนาอาเซียนไปสู่ “ประชาคมอาเซียน” (ASEAN Community) ให้เป็นผลสำเร็จ ภายในปี ๒๕๖๓ (ค.ศ. ๒๐๒๐) ซึ่งจะประกอบด้วย “เสาประชาคมหลักรวม ๓ เสา” ได้แก่

๑) **เสาหลักด้านการเมืองและความมั่นคงของภูมิภาคอาเซียน** มุ่งให้ประเทศในภูมิภาคอยู่ร่วมกันอย่างสันติ มีระบบแก้ไขความขัดแย้งระหว่างกันได้ด้วยดี มีเสถียรภาพอย่างรอบด้าน มีกรอบความร่วมมือเพื่อรับมือกับภัยคุกคามความมั่นคงทั้งรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้ประชาชนมีความปลอดภัยและมั่นคง โดยการสนับสนุนส่งเสริม สันติภาพ ความมั่นคง การปกครองแบบประชาธิปไตย การปกครองแบบธรรมาภิบาล การส่งเสริมให้บรรลุความเจริญร่วมกันในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ประชาคมเป็นภูมิภาคที่เปิดกว้าง มีพลวัต และยืดหยุ่นได้ในการตั้งรับภาวะผันผวนของเศรษฐกิจ มีหลักประกันที่จะทำให้เกิดสันติสุขในอาเซียน

๒) **เสาหลักทางด้านเศรษฐกิจ** มุ่งให้เกิดการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจ และการอำนวยความสะดวกในการติดต่อค้าขายระหว่างกัน อันจะทำให้ภูมิภาคมีความเจริญมั่งคั่ง และสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ได้เพื่อความอยู่ดีกินดีของประชาชนในประเทศอาเซียน โดยมุ่งให้เกิดการไหลเวียนอย่างเสรีของสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน การพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการลดปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางสังคมภายในปี ๒๐๒๐ ทำให้อาเซียนเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว (single market and production base) การให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศสมาชิกใหม่ของอาเซียนเพื่อลดช่องว่างการพัฒนา และช่วยให้ประเทศเหล่านี้เข้าร่วมกระบวนการรวมตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียน การส่งเสริมความร่วมมือในนโยบายการเงินและเศรษฐกิจมหภาค ตลาดการเงินและตลาดทุน การประกันภัยและภาษีอากร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม พัฒนาความร่วมมือด้านกฎหมาย การเกษตร พลังงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยการยกระดับการศึกษาและการพัฒนาฝีมือแรงงาน และด้าน “การท่องเที่ยว” เป็นต้น ซึ่งจะต้องมีการไหลเวียนของสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือทั่วทั้งภูมิภาคของประชาคมอาเซียน และมีสถานะการพัฒนาทางเศรษฐกิจในหมู่สมาชิกประชาคมที่เท่าเทียมกัน รวมทั้งเสริมสร้างเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ

๓) **เสาหลักทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน** เพื่อให้ประชาชนแต่ละประเทศอาเซียนอยู่ร่วมกันภายใต้แนวคิดสังคมที่เอื้ออาทร มีสวัสดิการทางสังคมที่ดี และมีความมั่นคงทางสังคม โดยจะมุ่งเน้นไปที่การทำให้เห็นความสำคัญของประชากรในอาเซียนและเป็นสัมพันธภาพระหว่างประชากรของชาติหนึ่งไปสู่ประชากรของอีกชาติหนึ่ง รัฐสภาของ ๑๐ ประเทศจะประสานร่วมมือกันในกิจกรรมต่างๆ สมาชิกของประชาสังคมของสมาชิกจะไปมาหาสู่กันแลกเปลี่ยนใกล้ชิดระหว่างบุคลากรด้านการศึกษา สถาบันต่างๆ และภาคธุรกิจภาคเอกชนในประเทศสมาชิก

เสาหลักทั้ง ๓ เสา นั้นจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและความมั่นคง โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจที่จะมีการพัฒนา ห่วงโซ่มูลค่าเพิ่มในภูมิภาค การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การเพิ่มอำนาจในการต่อรอง และการขยายตลาดอาเซียนที่มีประชากรประมาณ ๖๐๐ ล้านคน เพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนที่มีความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ในบรรดาเสาหลักทั้ง ๓ เสาหลักนั้น เสาหลักด้านเศรษฐกิจและเสาหลักทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและความร่วมมือด้านการบริการและการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่ากลุ่มประเทศในประชาคมอาเซียนจะมีความแตกต่างทั้งในด้านภาษา วัฒนธรรม วิถีชีวิต และศาสนา แต่ประเทศต่างๆ ยังคงมีจุดมุ่งหมายเดียวกันอันหนึ่ง คือ “การอยู่ร่วมกันอย่างสันติ” มีกระบวนการพัฒนาในมิติต่างๆ เช่น การศึกษา วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว เป็นต้น ที่จะเป็นสะพานเชื่อมโยงไปสู่การค้า การลงทุน การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการสร้างความเข้าใจระหว่างกันของประชาชนในประชาคมอาเซียนและนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน

ในมิติของการท่องเที่ยว พบว่า การรวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนในกลุ่มอาเซียนจำนวนมากโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ยังคงเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไป ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น รัสเซีย และกลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา ตามลำดับ^๑ ในขณะที่สถานการณ์การท่องเที่ยวของแต่ละประเทศในอาเซียนก็มีแนวโน้มที่สูงขึ้น ทำให้เห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญของการเรียนรู้ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคน และการเสริมสร้างจิตสำนึกร่วมทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมได้

สถานที่ท่องเที่ยวนั้นไม่ว่าจะตั้งอยู่ในประเทศใดก็มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้นั้น ต้องมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน องค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ ซึ่งลุนเบิร์ก (Lundberg) กล่าวว่า องค์ประกอบ การท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย

- ๑) ร้านอาหาร ชุมชน วัด สถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
- ๒) ที่พัก ประกอบด้วย โรงแรม รีสอร์ท คอนโดมิเนียม บ้านจัดสรร ฯลฯ
- ๓) การขนส่ง ประกอบด้วย รถยนต์ เครื่องบิน รถเช่า รถบัส รถไฟและเรือ
- ๔) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การศึกษาตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม และสถาบันการเงิน

^๑ กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติในปี ๒๕๕๔ และแนวโน้มปี ๒๕๕๕. (กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๕).

๕) การวิจัยทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประชากร พฤติกรรม จิตวิทยา การวิเคราะห์ ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์

๖) ส่วนราชการ ประกอบด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติ สำนักงานการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค และสำนักงานการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น

๗) นักการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแทนนำเที่ยว บริษัทนำเที่ยวและบริษัทนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

๘) สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย พิพิธภัณฑสถาน พิพิธภัณฑ์ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ

๙) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติ สถานที่ตั้งแคมป์ การแสดงดนตรี คอนเสิร์ต และโรงมหรสพ

๑๐) อื่นๆ ประกอบด้วย สถานีบริการ ศูนย์บริการ ร้านขายของ ร้านเสื้อผ้า การถ่ายภาพ และอุปกรณ์กีฬา^๒

ซึ่งจากองค์ประกอบดังกล่าวนี้ จะเห็นได้ว่า การที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีการดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยอันหนึ่งที่จะสร้างให้มีการพัฒนาได้นั้น คือ จะต้องมีการประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง อันได้แก่ เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว เจ้าของร้านอาหาร เจ้าของที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เจ้าของกิจการรถนำเที่ยว เจ้าของศูนย์บริการเกี่ยวกับท่องเที่ยว เช่น ร้ายขายของที่ระลึก ร้านถ่ายรูป ร้านนันทนาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นั้น เมื่อมีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ย่อมทำให้ประเทศมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลอันดีต่อเศรษฐกิจของประเทศได้ ซึ่ง กี, ขอย และมาเค็นส์ (Gee, Choy and Makens) ได้แบ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ ๓ กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

๑) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบิน บริษัทขนส่งต่างๆ ตัวแทนนำเที่ยว ร้านค้าปลีก เป็นต้น

๒) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและทางอ้อมต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจจัดนำเที่ยวธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์ การท่องเที่ยว ธุรกิจวิจัยตลาดและข้อมูลตลาดการท่องเที่ยว เป็นต้น

๓) หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่พัฒนาการท่องเที่ยวโดยทางตรงและทางอ้อมได้แก่ นักวางแผนและพัฒนา หน่วยงานของรัฐและเอกชน สถาบันการเงิน ธุรกิจก่อสร้าง สถาบันการศึกษา ชุมชนท้องถิ่น และสถาบันการฝึกอบรม เป็นต้น^๓

^๒ D.E.Lundberg (), **The Tourism Business**, 5th ed, (New York: Van Nostrand Reinhold, 1985).

^๓ C.Y.Gee; D.J.L.Choy, and J.C.Makens, **The Travel Industry**, 2nd ed, (New York: Van Nostrand Reinhold, 1984)

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจะต้องมีการบริหารจัดการเป็นกระบวนการที่ผู้บริหารใช้อำนาจตลอดจนทรัพยากรต่างๆ เช่น คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ หรือคาดว่าจะมีการจัดการดำเนินงาน...ไปสู่จุดหมายที่ต้องการ^๔ โดยมีการร่วมมือกันในการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมต่างได้รับความนิยมของประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ การที่ประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ความสนใจการเข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา และทางวัฒนธรรม เช่น ประเพณีเข้าพรรษา (ตักบาตรดอกไม้, แทนเทียนเข้าพรรษา) ประเพณีออกพรรษา (ตักบาตเทโว) ประเพณีไหว้พระธาตุ เป็นต้นนั้น สิ่งที่มีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวยั่งยืนต่อไปได้ ผู้ประกอบการย่อมมีส่วนสำคัญในกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว และการที่ผู้ประกอบการเพียงหน่วยเดียว หรือ กลุ่มเดียว ไม่อาจจะทำให้การประกอบการนั้นประสบความสำเร็จได้ แต่การที่ผู้ประกอบการทั้งหลายหันมาให้ความร่วมมือกันในการจัดการท่องเที่ยว โดยการมุ่งผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน และร่วมมือกันในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบย่อมจะทำให้การประกอบการท่องเที่ยวดำรงอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน ประกอบกับในอนาคตอันใกล้นี้ ประเทศไทยกับประชาคมอาเซียนจะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน อันจะมีผลทำให้ประชาชนทั่วทั้งประชาคมอาเซียนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นในขณะเดียวกันก็มีแนวโน้มที่จะออกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ในประชาคมอาเซียนเช่นเดียวกัน โดยจะมีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในกลุ่มประชาคมอาเซียนที่สำคัญในเชิงประวัติศาสตร์ร่วมของชนชาติในอาเซียนผ่านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในอดีต เช่น เส้นทางศาสนสถานสายมหายาน อาทิ บุโรพุทโธ นครวัด นครธม ปราสาทขอมในไทย และสายเถรวาท เช่น กลุ่มเจดีย์ในพม่า ไทย ลาว เป็นต้น ซึ่งเป็นเส้นทางประวัติศาสตร์ในอดีตที่จะนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกร่วมทางวัฒนธรรม โบราณคดี สถาปัตยกรรม ความเชื่อ รวมทั้งการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนเพื่อไปสู่การเข้าใจในความเป็นอารยธรรมร่วมกัน

ดังนั้น นักวิจัยจึงทำการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน เป็นการวิจัยเพื่อสร้างความเข้มแข็งเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผู้ประกอบการในประเทศอันเป็นการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนต่อไป

^๔ พระเทพปริยัติเมธี, ผศ.ดร. พุทธวิธีการบริหารจัดการทางรัฐประศาสนศาสตร์. วารสารมหาจุฬาลงกรณ ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน,๒๕๕๙) : ๔.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน
๒. เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน
๓. เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อมต่อนักท่องเที่ยวทั้งระดับบุคคลและระดับองค์กร ซึ่งประกอบการอยู่ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ จำนวน ๘๑ คน พระสงฆ์ พระเถระผู้ใหญ่ กรรมการผู้ดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม จำนวน ๔๐ รูป/คน ผู้ประกอบการนำเที่ยวภาคเอกชน และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ในการสัมมนา จำนวน ๕๐ คน และจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน ๒๐๐ คน โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ (Interviews) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการสัมมนาเชิงวิชาการเป็นเครื่องมือในการศึกษา แล้วนำข้อมูลที่ได้จากกระบวนการวิจัยมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน เช่น การแจกแจงความถี่ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (X) และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นต้น เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา แล้วทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ในเชิงคุณภาพ เพื่ออธิบายผลการวิจัยตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

๑. ผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนสามารถวิเคราะห์ได้ออกมาเป็น ๒ รูปแบบใหญ่ๆ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องตามรูปแบบที่ปรากฏ คือ ๑) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว และ ๒) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ความสะดวก ความพึงพอใจและการสร้างสัมพันธภาพ โดยรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการจัดการเพื่อการเรียนรู้และความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เป็นรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากบทบาท หน้าที่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นเจ้าของในฐานะที่เป็นหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น

ตัวแทนวัด/สถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ตัวแทนชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นักวิชาการ ผู้บริหารของ การท่องเที่ยวภาคีรัฐและภาคเอกชน โดยองค์กรและบุคคลเหล่านี้จะกำหนดรูปแบบและกิจกรรมการ ท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การส่งเสริมการเรียนรู้ การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและสังคม การพัฒนา กิจกรรมและเครือข่ายการท่องเที่ยวให้เกิดภาคีการจัดการ และเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น และรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและการสร้างสัมพันธภาพ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ การสร้างความสะดวก ความพึงพอใจและการสร้าง สัมพันธภาพนี้ ถือว่าเป็นบทบาท หน้าที่ และการส่งเสริมของผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ในฐานะผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยวและผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร บริษัทการบินและบริษัทขนส่งต่างๆ ผู้ประกอบการตัวแทน นำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจจัดนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจผลิต สิ่งพิมพ์การท่องเที่ยว เป็นต้น โดยกลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ ได้มีการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการ ท่องเที่ยวในมิติที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อการสร้างรายได้ การกระตุ้น การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ในการเดินทาง ที่พัก การสร้างความพึงพอใจ และการสร้างสัมพันธภาพเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่าย การท่องเที่ยวในระยะยาว

๒. การบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีพื้นฐานความรู้ การบริการกิจการของตนเอง สามารถสรรหาและฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรและมีระบบสิ่งจูงใจที่เหมาะสม ดำเนินการให้ถูกต้องและสอดคล้องกับกฎหมายและระเบียบข้อบังคับภาครัฐ ผู้ประกอบการมีวิธีการ การจัดการในหลายรูปแบบ มีอุปกรณ์ที่พร้อม มีการประชุมสัมพัทธ์ผ่านระบบสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่ยังไม่ถึงวิธีการแบบดั้งเดิมคือการส่งโบรชัวร์ ให้ลูกค้าโดยตรง โดยมีเป้าหมายเพื่อจะหาลูกค้าเข้ามา ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้มาก ไม่ดูถูก หลอกลวง สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า แบ่งระบบการบริหารจัดการต่างๆ ดังนี้

๑) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (Tourist Guide Development) มีการคัดเลือก บุคลากรที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่มค่า เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าและบริษัทให้มากที่สุดเพื่อให้ลูกค้า กลับมาใช้บริการซ้ำอีก มีการฝึกฝนให้เหมาะสมกับสภาพการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการ ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่ต้องมีความเข้าใจในพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมและ เข้าใจในกลุ่มลูกค้าด้วยโดยมุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกการให้บริการของบุคลากรเป็นสำคัญ

ดังนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ ควรมีจริยธรรมในการปฏิบัติงาน เช่น ยึดหลักศีลธรรมของสังคม คือ การยึดแนวทางหรือวิธีการบริหารจัดการของบริษัท โดยที่เมื่อนำไปปฏิบัติแล้วไม่มีสิ่งใดที่มีผลทางลบต่อศีลธรรมที่ตีสงามต่อสังคม การปฏิบัติด้วยจิตสำนึกในหน้าที่และความรับผิดชอบ คือ บริษัทมีวิธีการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน มีการสร้างแรงจูงใจให้พนักงาน การกำหนดภาระหน้าที่ที่จะต้องให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีหลักฐานและข้อเท็จจริงในเรื่องข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และเงื่อนไขการเดินทาง การต้อนรับและการกินอยู่ รวมทั้งควรให้ความเอาใจใส่ต่อความมั่นคงปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

๒) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) มีการบริหารจัดการสถานที่อย่างเป็นรูปธรรม โดยอาศัยภาครัฐและเอกชน และชุมชนร่วมกัน แต่ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเป็นระยะเวลานานแล้ว บทบาทของบุคลากรที่เกี่ยวข้องจึงมีหน้าที่เพียงดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด และให้ทรงคุณค่ามากที่สุด

๓) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) มีการจัดบริการที่เหมาะสมให้นักท่องเที่ยว โดยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดการพื้นที่ให้มีความสะอาด คำนึงถึงความสะอาดสบายและความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในด้านร้านอาหาร มีอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายและเหมาะสมกับฤดูกาลไว้ให้นักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นความสะอาดและปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว

๔) การจัดการพื้นที่ (Zoning) มีการจัดการพื้นที่สำหรับจัดสรรนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร และร้านของที่ระลึกไว้ในเขตบริเวณใกล้เคียงกัน

๕) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว มีวิธีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนผ่านเสียงตามสาย ติตป้ายประกาศ ส่วนการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ หรือ ทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของประชาชนทั่วไปที่มาเที่ยวแล้วรู้สึกประทับใจจึงแสดงความรู้สึกนั้นผ่านทางเครือข่ายทางสังคมออนไลน์

๖) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ มีบทบาท คือ การกำกับ ควบคุม ดูแลผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านคุณภาพการบริการท่องเที่ยว มาตรฐานการท่องเที่ยว โดยควบคุมและกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน

๗) ปัญหาอุปสรรค คือ ความไม่เข้าใจในกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว การไม่แสดงความเคารพยำเกรงต่อสถานที่ ข้อห้ามบางประการในพื้นที่ และมีปัญหาเกี่ยวกับจัดการพื้นที่จัดสรร ด้านสถานที่ขายของที่ระลึกและร้านอาหาร คือ การจัดพื้นที่ห่างไกลจากตัวแหล่งท่องเที่ยวมากเกินไป การที่มีร้านอาหารและของที่ระลึกมากเกินไป ทำให้มีลูกค้าน้อย ด้านบริษัทนำเที่ยว คือ บริษัทไม่สามารถแสวงหา

มีคฤหาสน์ที่มีบุคลิกภาพและความสามารถที่เหมาะสม และมีคู่แข่งที่เป็นบริษัทท่องเที่ยวที่ไม่มีใบอนุญาตมาขายทัวร์ราคาถูกตัดหน้า

๓. การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและ วัฒนธรรม เพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานทั้ง ภาครัฐและเอกชนเสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน ก่อให้เกิดความสามารถ ประสิทธิภาพ ความคล่องตัว และความคิดริเริ่ม และผลทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอยู่รอดและสามารถดำเนินธุรกิจ แข่งขันกับธุรกิจอื่นทั้งในระดับชาติและนานาชาติได้ โดยผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธ- ศาสนาและวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การสร้างเครือข่ายการทำงานเชิงบูรณาการในการพัฒนา และจัดการ การท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศอาเซียน ระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน โดยมีการสร้าง ให้เกิดกระบวนการขับเคลื่อนแบบเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพร่วมกันระหว่างภาครัฐ ทั้งส่วนกลางและ ส่วนท้องถิ่น หน่วยงานเอกชน และชุมชน หรือระหว่างชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน การศึกษาในประเด็นนี้จะชี้ให้เห็นถึงหลักการการทำงานแบบเครือข่าย ปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงถึงในการ สร้างเครือข่าย รวมถึงแนวทางโดยสังเขปในการสร้างเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีลักษณะการร่วมมือ ระหว่างเครือข่าย ๔ ลักษณะ คือ

๑) รูปแบบเครือข่ายในการกระจายข้อมูล (Information Dissemination) เป็นรูปแบบที่ ภาครัฐร่วมกับผู้ประกอบการตลอดจนถึงแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

๒) รูปแบบเครือข่ายการทำงานแบบเฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Ad Hoc) ในการ จัดการด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ

๓) รูปแบบเครือข่ายแบบตัวแทนการให้บริการ (Channel Partnership) เป็นรูปแบบที่ภาครัฐ ร่วมกับบริษัทเอกชนหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในฐานะตัวแทนภาครัฐ

๔) รูปแบบเครือข่ายภาคประชาสังคม (Civic Switchboard) ภาครัฐดำเนินการในลักษณะ เชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่างๆ รวมทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยอาศัยความกว้างขวางเป็นตัว เชื่อมโยงให้เกิดความร่วมมือกันขององค์กร ผู้ประกอบการ และประชาชนเพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคม

องค์กรประกอบเครือข่ายการท่องเที่ยวของบริษัทผู้ประกอบการที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยว นั้น โดยในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวนั้น จะประกอบไปด้วย

๑) ผู้จัดการด้านการท่องเที่ยว หรือ เรียกกันทั่วไปว่า ผู้นำทัวร์

๒) มีคฤหาสน์ หรือ ไกด์ โดยแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ มีคฤหาสน์ของบริษัทผู้ประกอบการ และ มีคฤหาสน์ท้องถิ่น

๓) ผู้ประกอบการพื้นที่ หรือ เรียกว่า Land Operator

การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวฯ ๑๑

สำหรับรูปแบบการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการนั้น จะการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันจะมีสมาคมผู้ประกอบการในประเทศไทยและเป็นฐานสำคัญในการเชื่อมโยงกับองค์กรการท่องเที่ยวอื่นในประเทศต่างๆ เช่น สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) เป็นบริษัทที่ให้บริการภายนอก (Outbound) สมาคมแอตต้า (ATTA) เป็นบริษัทที่ให้บริการภายใน(Inbound) ซึ่งทั้งสองสมาคมจะมีบทบาทในการไปจัดประชุมในประเทศต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเป็นเครือข่ายระหว่างกัน มีการจัดบูธแสดงสินค้าคือ นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว และแพ็คเกจการท่องเที่ยวในประเทศให้แก่ลูกค้าที่สนใจในงานประชุมต่างๆ ซึ่งจะมีการจัดการกันเป็นเครือข่ายค่อนข้างเหนียวแน่น มีการติดต่อระหว่างกันโดยใช้ระบบสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก

สำหรับวิธีการบริหารจัดการระหว่างเครือข่าย ผู้ประกอบการจะต้องมีเครือข่ายมากกว่า ๑ บริษัทในแต่ละประเทศ และมีกระบวนการ คือ มีการวางแผนการดำเนินการหาบริษัทที่มีประสิทธิภาพในการทำทัวร์ในประเทศนั้น หรือสอบถามหาบริษัทที่น่าเชื่อถือจากสมาคมผู้ประกอบการ ดำเนินการติดต่อผู้ประกอบการในพื้นที่โดยผ่านระบบสารสนเทศ จากนั้นแจ้งความประสงค์ในการท่องเที่ยว โดยแจ้งจำนวนวันระยะเวลาการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมที่พัก และความต้องการเพิ่มเติม และเมื่อมีการตอบกลับตามเงื่อนไข พร้อมแจ้งราคาค่าบริการแล้ว ผู้ประกอบการก็จะนำมาคำนวณค่าใช้จ่ายอื่นเพิ่มเติมแล้วนำเสนอราคาค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับลูกค้าที่ต้องการเดินทาง และอาจมีการปรับราคาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอีกครั้ง

ปัญหาอุปสรรคของการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม มีดังนี้

๑) จุดแข็ง การท่องเที่ยวในประเทศและอาเซียนมีศักยภาพสูงในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มีที่พัก การคมนาคม มีความโดดเด่นด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวมีความน่าสนใจในเชิงประวัติพระพุทธศาสนา

๒) จุดอ่อน แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมมีการจัดการภายในอย่างไม่เป็นระบบ เครือข่ายต่างๆ อาจมีการร่วมมือกันอย่างไม่เหนียวแน่นเพื่อการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมผู้ประกอบการ และเครือข่ายเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม

๓) โอกาส การท่องเที่ยวในแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียนได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว กระแสการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมมีเพิ่มมากขึ้น

๔) อุปสรรค การแข่งขันกันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากเดิม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆ ปัญหาขยะ ปัญหาจราจรรวมทั้งการแสดงตนไม่เหมาะสมภายในแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม

๔. การพัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาภูมิภาคประเทศอาเซียน ดังนั้น จึงต้องมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียนคือ มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความเชื่อมโยง มีความมั่นคงปลอดภัย มีคุณภาพการบริการที่ดี จึงนำไปสู่การกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อและยั่งยืน ประกอบด้วย ๓ ด้าน คือ ด้านการพัฒนาสินค้าบริการท่องเที่ยว ด้านการเพิ่มคุณภาพการให้บริการและทรัพยากรบุคคลในภูมิภาค และ ด้านการยกระดับและเร่งให้เกิดการอำนวยความสะดวกในการเดินทางและการเชื่อมโยงคมนาคมในอาเซียน โดยทำความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อขับเคลื่อนแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับอาเซียน โดยมีการจัดประชุมด้านการท่องเที่ยว (ASEAN Tourism Forum หรือ ATF) เป็นประจำทุกปี มีการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน ทั้งที่เป็นหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น โรงแรม รีสอร์ท สายการบิน มีการริเริ่มความร่วมมือจัดทำความตกลงตรวจลงตราเพียงครั้งเดียว (Single Visa) แต่ใช้เดินทางได้หลายประเทศ ตามข้อตกลงความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) ใน ๗ ด้าน ได้แก่ การเดินทางในอาเซียนและระหว่างประเทศ การขนส่งและขยายตลาดท่องเที่ยว คุณภาพการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและความมั่นคงของการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริม และการพัฒนาทรัพยากร ดังนั้น ในการพัฒนาการบริหารจัดการเชิงเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนนั้น จึงมีการพัฒนาใน ๖ ประเด็น คือ

๑) การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การดูแลความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว

๒) การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศในราชอาณาจักร โดยมีการประสานความร่วมมือระหว่างกันอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมในแง่ของวิธีการและแนวทางปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๓) การพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและนานาชาติ โดยการทำข้อตกลงระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง

๔) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยมีการพัฒนาทักษะฝีมือ สนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์ และผู้ประกอบการ ในด้านภาษาและอื่นๆ พร้อมกับผลักดันให้มีการประกาศเขตพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะที่ต้องมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้ให้บริการเพื่อเปิดโอกาสการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น

การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ๑๓

๕) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีสำหรับเครือข่าย โดยมีองค์ประกอบร่วมกันที่สำคัญ คือ ๑) มีการรับรู้ ๒) การมีวิสัยทัศน์ ๓) การมีผลประโยชน์ ๔) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง ๕) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน ๖) การพึ่งพิง และ ๗) การมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน ดังนั้น ในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนั้น ต้องคำนึงถึงความเป็นเพื่อนร่วมอาชีพกัน ไม่มีความแบ่งแยกกันและกัน ปรับทัศนคติเข้าหากัน ในฐานะเป็นพี่น้อง

๖) มีการสนองนโยบายของประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้ (๑) การสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่กลุ่มภาคีการพัฒนา โดยให้ทุกภาคส่วนมีความรู้และเข้าใจในเนื้อหาสาระสำคัญของแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นภาระและบทบาทของตนที่จะต้องสนับสนุนแผนการเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ (๒) เสริมสร้างศักยภาพเพื่อเตรียมความพร้อมของหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อบูรณาการและกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัด การดำเนินงานและมาตรการต่างๆ ให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกันในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับพื้นที่ถึงระดับชาติ (๓) การบูรณาการของหน่วยงานของรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนที่มีลักษณะเป็นองค์รวม (๔) มีการพัฒนารูปแบบระบบกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่มีอยู่ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

๑. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑) ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์ทิศทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่ประกอบด้วย ๓ ด้าน คือ ด้านการพัฒนาสินค้าบริการท่องเที่ยว ด้านการเพิ่มคุณภาพการให้บริการและทรัพยากรบุคคลในภูมิภาค และ ด้านการยกระดับและเร่งให้เกิดการอำนวยความสะดวกในการเดินทางและการเชื่อมโยงคมนาคมในอาเซียน โดยทำความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับอาเซียนร่วมกัน

๒) ภาครัฐและองค์กรการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาความตกลงการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) โดยเน้นความร่วมมือใน ๗ ด้าน ได้แก่ การอำนวยความสะดวกการเดินทางในอาเซียนและระหว่างประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งและขยายตลาดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคงของการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริมร่วมกัน และการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว

๒. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

- ๑) ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม โดยให้มีการจัดการภายในอย่างเป็นระบบ
- ๒) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและเครือข่ายต่างๆ ควรมีการร่วมมือกันอย่างเหนียวแน่นในการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม
- ๓) ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียนเพื่อให้ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น
- ๔) ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรอาศัยกระแสการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม สร้างกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. สรุปลสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติในปี ๒๕๕๔ และแนวโน้มปี ๒๕๕๕. กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๕.
- _____. แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.๒๕๕๔-๒๕๕๘. กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ม.ป.ป.
- เทพ พันประสิทธิ์ และคณะ “กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย และกัมพูชา กรณีศึกษา : จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ” รายงานการวิจัย สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) , ๒๕๔๗.
- พงศ์ศานต์ พิทักษ์มหาเกตุ. ชาวบ้านกับช่องทางประกอบธุรกิจท่องเที่ยวแนวคิดในการจัดตั้งสหกรณ์ บริการนำเที่ยวแนวอนุรักษ์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ปกเกล้า, ๒๕๓๘.
- พระเทพปริยัติเมธี, ผศ.ดร. พุทธิวิธการบริหารจัดการทางรัฐประศาสนศาสตร์. วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน, ๒๕๕๙) : ๔.
- พระมหาสุทิตย์ อาภากร (อบอูน). เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข, ๒๕๔๘.
- _____. รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร” รายงานการวิจัย เสนอสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวไทย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), ๒๕๕๒.
- สุรศักดิ์ พิมพ์เสน และคณะ ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนผู้ไท บ้านโพน. รายงานการวิจัย สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) , ๒๕๔๕.

การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ๑๕

อิทธิวัตร ศรีสมบัติ และคณะ. สายธารธรรมลุ่มแม่น้ำมูล : ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพุทธในกลุ่มจังหวัด
อีสานใต้. กรุงเทพมหานคร : รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๕๐.

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

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