

แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2561 - 2564
กับการท่องเที่ยวเชิงพุทธ
THAI TOURISM STRATEGY 2017–2021 AND BUDDHIST TOURISM*

พระครูสุตธรรมภาณี, พระฮอนด้า วาตสโท

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

จตุภูมิ เขตจัตุรัส

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Phrakhru Sutadhambhani, Phrahonda Vatasatto

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Khonkaen Campus, Thailand

Jatuphum Ketchaturat

Faculty of Education, Khon Kaen University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: Samnuan_mcukk@hotmail.com

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยว นับว่าเป็นสิ่งที่สร้างประโยชน์แก่ประเทศชาติอย่างมาก ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงให้กระทรวงการท่องเที่ยว โดยกรมการท่องเที่ยว จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2561-2564) และข้อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทย ในระยะ 5 ปี ภายใต้วิสัยทัศน์ (Vision) ว่า “การท่องเที่ยวไทยมุ่งพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพชั้นนำของโลก ซึ่งส่งเสริมการปฏิรูปเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน” โดยประกอบด้วยยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ ทั้งนี้สามารถสรุปการพัฒนาการ

* ได้รับบทความ: 10 พ.ค. 2563

แก้ไขบทความ: 16 มิ.ย. 2563

ตอบรับตีพิมพ์: 30 มิ.ย. 2563

ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับกรมการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก 2. การเติบโตอย่างมีดุลยภาพ 3. การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย 4. การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และ กระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน และ 5. การพัฒนาอย่างยั่งยืน และการท่องเที่ยวไทยเชิงพุทธ คือการใช้สถานที่ทางพระพุทธศาสนาเป็นแหล่งส่งเสริมอีกทางหนึ่งด้วย

คำสำคัญ: แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา, การท่องเที่ยวไทย, การท่องเที่ยวเชิงพุทธ

Abstract

Tourism is considered to be a great benefit for the nation that can promote economy, social, culture, nature and environment. In order to promote tourism industry the ministry of tourism and sports with the department of tourism had created the tourism development plan 2nd version (2561 – 2564) which included the guideline for action and development plan face 5 under the vision “Thai tourism moving forward to develop Thailand to be the world leader in quality tourism” in order to promote economy, society and sustainability income The five strategies implemented were 1) developing tourist resource, goods and service 2) Infrastructure and facility development 3) tourism personnel development and community cooperation 4) create the balance of tourism and local market with Thai culture in order to promote trust and confidence. 5) The Collaborative management of tourism and international collaboration. In summary, the development of tourism strategy is significant because, 1) Thailand has many world leading attractions, 2) having balance growth, 3) with Thailand as the basic base, 4) enhancing the development of social and population wealth distribution and 5) sustainable development. The Buddhist tourism of Thailand is significant by using the Buddhist temples and location as the promotion theme.

Keywords: Strategies development plan, Thai Tourism, Buddhist Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยว นับว่าเป็นสิ่งที่สร้างประโยชน์แก่ประเทศชาติอย่างมาก ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้า คือ บริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวถือเป็นการพักผ่อนเพื่อคลายความตึงเครียด และได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายแตกต่างออกไป อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้ เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว (ฉันทิช วรรณณอม, 2552) รัฐบาลได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) โดย คณะรัฐมนตรี ได้มีมติเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2562 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงให้กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) และข้อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวระยะ 20 ปี และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทย ในระยะ 5 ปี ภายใต้วิสัยทัศน์ (Vision) ว่า “การท่องเที่ยวไทยมุ่งพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพชั้นนำของโลก ซึ่งส่งเสริมการปฏิรูปเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน” (กรมการท่องเที่ยว, 2561) เพื่อให้เป็นไปตามแผนพัฒนาดังกล่าว จึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระยะเวลา 4 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2561 - 2564 ขึ้น

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยฉบับนี้ มีทิศทางพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลของการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม

และสิ่งแวดล้อม ให้สังคมไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และชุมชนมีความเข้มแข็งทุกภาคส่วนมีจิตสำนึกในการพัฒนา โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรมในแผนปฏิบัติราชการซึ่งได้ส่งเสริมให้มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของประเทศมาสร้างคุณค่าทางสังคม และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2560) ซึ่งประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีทุนทางวัฒนธรรมอยู่มากและหลากหลายครอบคลุมอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอารยธรรมทางพระพุทธศาสนาที่มีอยู่คู่วิถีชีวิตของสังคมไทยมาเป็นเวลาอันยาวนานจึงเป็นโอกาสที่จะนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนออกมานำเสนอ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพื่อก่อให้เกิดอาชีพและรายได้แก่ชุมชน เป็นเครื่องมือในการพัฒนาทั้งในระดับชุมชนท้องถิ่นและระดับประเทศต่อไป

การท่องเที่ยวไทย

สถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย อาทิ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ โดยในปี พ.ศ. 2560 World Economic Forum : WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่อันดับที่ 32 จาก 137 ประเทศ สูงขึ้นจากอันดับของปีที่ผ่านมา โดยประเทศไทยมีคะแนนภาวะเศรษฐกิจมหภาคและโครงสร้างพื้นฐานที่ดีขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก ปี พ.ศ. 2559 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบทางตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย คิดเป็นมูลค่า 1.29 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) อีกทั้งมีการเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ต่อปีต่อเนื่องไปถึงปี พ.ศ. 2570 ซึ่งคาดว่า จะมีมูลค่าประมาณ 2.71 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยตรงได้มากขึ้น ความหลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว และจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกลับมาอีก

2. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องและตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปถือว่าเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนและอินเดียซึ่งมีพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าของที่ระลึก เสื้อผ้า และผลิตภัณฑ์จากยางพารา ทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วย การเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การเติบโตของประชากรกลุ่มชนชั้นกลางที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของเงิน (Value-for Money) และการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยว Generation-Y-และ Generation-Z-ที่ชอบการสื่อสารและใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

ความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

ด้วยแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยควรเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ และกำหนดแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังและสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ซึ่งจากการศึกษาวิเคราะห์จากแนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การพัฒนาแนวทางการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวอ่อนไหว
2. การพัฒนาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนเพื่อเพิ่มมูลค่า ให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และลดการแข่งขันในมิตราคา
3. การพัฒนาฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวเพื่อช่วยในการวางแผนการเดินทางและการตัดสินใจที่ถูกต้องของนักท่องเที่ยว
4. พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลในการอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว
5. พัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่สะดวกแก่การเข้าถึงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

6. พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในประเทศเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจาก แหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ตลอดจนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

7. พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลเพื่อรองรับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

8. ยกระดับการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

9. พัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศอินเดีย หรือ กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย เป็นต้น “เป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล”

ทิศทางเป้าหมายของกรมการท่องเที่ยวในอนาคต (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

ปี พ.ศ. 2561 – 2562 กรมการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ

1. การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการภายใน การปรับวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมร่วม พร้อมทั้งการเสริมสร้างสมรรถนะของบุคลากรกรมการท่องเที่ยว (Internal Reboost) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการ ดำเนินงานในปีต่อๆ ไป รวมถึงเพื่อให้กรมการท่องเที่ยวมีวัฒนธรรมและค่านิยมร่วมที่เหมาะสมกับพลวัตการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบัน และบุคลากรของกรมการท่องเที่ยวมีความรู้ความสามารถ ทักษะที่เป็นสากลและทันสมัย

2. การพัฒนาฐานงานดิจิทัล (Digital-Platform) ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของกรมการท่องเที่ยว และการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

3. การพัฒนา อัตลักษณ์และเรื่องราวของพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Identities and Local Stories) ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่มีทิศทางในการพัฒนาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นทรัพยากรเด่นของพื้นที่ ลดความทับซ้อนของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ เกิดการกระจายนักท่องเที่ยว และลดการแข่งขันในมิติของราคา อีกทั้งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีเรื่องราว (Story) ที่น่าสนใจสอดแทรกซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว

ปี พ.ศ. 2563 เมื่อกระบวนการทำงานและบุคลากรของกรมการท่องเที่ยวมีความพร้อม และกรมการท่องเที่ยวมีเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวจะมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรม

1. การสื่อสารบทบาทและการปรับภาพลักษณ์ของกรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการรับรู้บทบาทที่ถูกต้องและกรมการท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่กรมการท่องเที่ยวจะต้องร่วมงานด้วย (Reinforce-New Image) เนื่องด้วยการรับรู้บทบาทและภาพลักษณ์เป็นปัจจัยขั้นต้นที่สำคัญที่จะนำไปสู่การให้ความร่วมมือและความสำเร็จในการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

2. การพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Innovation) โดยดำเนินการร่วมกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ ผู้ประกอบการและผู้สนใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะสอดคล้องกับการเปิดตัวฐานงานดิจิทัลของกรมการท่องเที่ยว

3. การสร้างความเชื่อมั่น (Trust) ซึ่งมุ่งสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และสร้างความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการกรมการท่องเที่ยว

ปี พ.ศ. 2564 เมื่อภาคส่วนต่างๆ มีการรับรู้บทบาทของกรมการท่องเที่ยวที่ถูกต้องชัดเจนและกรมการท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งมีฐานข้อมูลสำคัญในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวจะมุ่งให้ความสำคัญกับ

1. การดำเนินงานเพื่อขยายเครือข่าย (Reconnected) เพื่อเป็นหน่วยงานสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

2. การเตรียมความพร้อมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยง (Tourism-Plus) โดยการจัดทำแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยว อันเกิดจากวิกฤตการณ์ต่างๆ หรือ การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของตลาดท่องเที่ยวโลก รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคต่างๆ

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยว

จากการรวบรวมและศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ อันได้แก่ สถานการณ์และแนวโน้มทางการท่องเที่ยว การศึกษาแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ การทบทวน วิเคราะห์วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ จุดอ่อน จุดแข็ง ของกรมการท่องเที่ยว (2561) สามารถสรุปได้ดังนี้

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวระดับโลก

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและมีการเติบโตสูงเป็นอันดับสอง สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาลทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจากรายงานประจำปีของ WTTC (2017) พบว่า ในปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวและการเดินทางสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ถึงร้อยละ 10.20-ของผลิตภัณฑ์มวลรวมเศรษฐกิจโลก และคาดการณ์ว่าจะมีสัดส่วนถึงร้อยละ 11.40-ของผลิตภัณฑ์มวลรวมเศรษฐกิจโลก ในปี พ.ศ.2570-ศักยภาพและความสำคัญของการท่องเที่ยวนี้สามารถสะท้อนให้เห็นได้จากการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมากถึงร้อยละ 9.60 ของการจ้างงานทั้งหมด UNWTO (2017) รายงานการเติบโตอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าระหว่างประเทศ เฉลี่ยช่วงปี พ.ศ..2548.–.2559 คิดเป็นร้อยละ 3.90 โดยในปี พ.ศ. 2559-มีนักท่องเที่ยวขาเข้าระหว่างประเทศจำนวน 1,235-ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 จำนวน 46 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.90 โดยทวีปที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้ามากที่สุด คือ ทวีปยุโรป มีจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าอยู่ที่ 603.70 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 49.90 ของจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าทั้งหมด ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก มีจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าอยู่ที่ 264 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ทวีปอเมริกา และทวีปแอฟริกา มีจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ที่ 192.70 ล้านคน และ 53.40 ล้านคน ตามลำดับ

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงอัตราการเติบโตเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าระหว่างปี พ.ศ. 2548–2559 พบว่า ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกมีการเติบโตเฉลี่ยสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50รองลงมาคือ ทวีปแอฟริกา คิดเป็นร้อยละ 4.70 ภูมิภาคตะวันออกกลาง คิดเป็นร้อยละ 4.30 ทวีปอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 3.70 และทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ ดังภาพประกอบที่ 1

	International tourist arrivals (million)							Market share (%)	Change (%)			Average a year (%)
	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016*		14/13	15/14	16*/15	
World	435	526	674	809	953	1,189	1,235	100	4.0	4.5	3.9	3.9
Advanced economies ¹	299	337	424	470	516	654	685	55.5	5.7	5.0	4.8	3.5
Emerging economies ²	136	189	250	339	437	536	550	44.5	2.1	4.0	2.7	4.5
By UNWTO regions:												
Europe	261.5	303.5	386.6	453.2	489.0	603.7	616.2	49.9	1.7	4.8	2.1	2.8
Northern Europe	28.7	36.4	44.8	59.9	62.8	75.4	80.2	6.5	5.3	6.5	6.4	2.7
Western Europe	108.6	112.2	139.7	141.7	154.4	181.4	181.5	14.7	2.2	3.5	0.0	2.3
Central/Eastern Europe	33.9	58.9	69.6	95.3	98.5	121.4	126.0	10.2	-9.1	5.4	3.8	2.6
Southern/Medit. Europe	90.3	96.0	132.6	156.4	173.3	225.5	228.5	18.5	6.9	4.9	1.3	3.5
-of which EU-28	230.1	266.0	330.5	367.9	384.3	477.8	500.1	40.5	4.7	5.3	4.7	2.8
Asia and the Pacific	55.9	82.1	110.4	154.1	208.1	284.0	308.4	25.0	6.1	5.4	8.6	6.5
North-East Asia	26.4	41.3	58.3	85.9	111.5	142.1	154.3	12.5	7.3	4.3	8.6	5.5
South-East Asia	21.2	28.5	36.3	49.0	70.5	104.2	113.2	9.2	2.9	7.4	8.6	7.9
Oceania	5.2	8.1	9.6	10.9	11.4	14.3	15.6	1.3	6.1	7.6	9.4	3.3
South Asia	3.2	4.2	6.1	8.3	14.7	23.4	25.3	2.0	12.9	2.3	7.8	10.7
Americas	92.8	108.9	128.2	133.3	150.1	192.7	199.3	16.1	8.5	5.9	3.5	3.7
North America	71.8	80.5	91.5	89.9	99.5	127.5	130.5	10.6	9.7	5.5	2.4	3.4
Caribbean	11.4	14.0	17.1	18.8	19.5	24.1	25.2	2.0	5.5	8.1	4.7	2.7
Central America	1.9	2.6	4.3	6.3	7.8	10.2	10.7	0.9	5.6	6.8	4.9	5.0
South America	7.7	11.7	15.3	18.3	23.2	30.8	32.8	2.7	7.1	5.9	6.6	5.4
Africa	14.8	18.7	26.2	34.8	50.4	53.4	57.8	4.7	0.6	-2.9	8.1	4.7
North Africa	8.4	7.3	10.2	13.9	19.7	18.0	18.6	1.5	-1.4	-12.0	3.5	2.7
Subsaharan Africa	6.4	11.5	16.0	20.9	30.7	35.4	39.2	3.2	1.9	2.4	10.5	5.9
Middle East	9.6	12.7	22.4	33.7	55.4	55.6	53.6	4.3	8.7	0.6	-3.7	4.3

ที่มา: UNWTO, 2017

ภาพประกอบที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าระหว่างประเทศในระดับโลกจำแนกตามทวีป

แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวขาออกระหว่างประเทศ ในช่วงปี พ.ศ.2548–2559 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวขาออกระหว่างประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลจาก UNWTO-(2017)-แสดงให้เห็นอัตราเติบโตเฉลี่ยในภาพรวมของจำนวนนักท่องเที่ยวขาออกระหว่างประเทศ ร้อยละ 3.90 ต่อปี โดยภูมิภาคที่ส่งออกนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 3 อันดับแรก ได้แก่ ทวีปยุโรป ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และทวีปอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 48.30 25.60 และ 17.00 ตามลำดับทั้งนี้ ระหว่างปี พ.ศ.2548–2559 พบว่า ภูมิภาคที่มีการเติบโตของนักท่องเที่ยวขาออกระหว่างประเทศเฉลี่ยต่อปีสูงที่สุด ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.80 ในขณะที่ทวีปยุโรป มีการเติบโตของนักท่องเที่ยวขาออกระหว่างประเทศเฉลี่ยต่อปีต่ำที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.50 ดังภาพประกอบที่ 2

Destinations	International tourist arrivals by region of origin (million)								Market share (%)	Change (%)			Average a year (%)
	1990	1995	2000	2005	2010	2014	2015	2016*		14/13	15/14	16*/15	
World	435	526	674	809	953	1,138	1,189	1,235	100	4.0	4.5	3.9	3.9
From:													
Europe	251.2	303.5	390.3	452.3	496.7	567.6	583.8	596.1	48.3	1.5	2.9	2.1	2.5
Asia and the Pacific	58.7	86.3	114.1	152.8	206.0	272.0	293.6	316.5	25.6	7.1	8.0	7.8	6.8
Americas	99.3	108.1	130.6	136.5	155.6	188.6	200.2	209.9	17.0	7.4	6.2	4.9	4.0
Middle East	8.2	8.5	12.8	21.4	33.5	37.6	37.4	34.8	2.8	5.7	-0.6	-6.9	4.5
Africa	9.8	11.5	14.9	19.3	28.3	34.4	36.0	39.2	3.2	7.3	4.7	9.0	6.6
Origin not specified ¹	7.4	8.1	11.0	26.8	33.0	37.8	38.5	38.8	3.1				
Same region	349.6	422.6	532.9	632.3	728.3	867.7	907.0	946.8	76.6	3.6	4.5	4.4	3.7
Other regions	77.7	95.3	129.9	149.9	191.8	232.3	244.0	249.7	20.2	6.0	5.0	2.3	4.7

ที่มา: UNWTO, 2017

ภาพประกอบที่ 2 จำนวนของนักท่องเที่ยวขอออกระหว่างประเทศจำแนกตามทวีปและภูมิภาค

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากที่สุด โดยจากสถิติของ WTTC (2017) แสดงให้เห็นว่า ในปี พ.ศ. 2559 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีมูลค่า 119.70 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็น ร้อยละ 4.70 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และคาดว่าจะเติบโตขึ้นอีก ร้อยละ 7.3 0 ใน ปี พ.ศ. 2560 จากข้อมูลของ The ASEAN Secretariat พบว่า ประเทศต้นทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในช่วงปี พ.ศ.2555-2557 มีนักท่องเที่ยวจากประเทศภายในภูมิภาคเดียวกันมากที่สุดรองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนสหภาพยุโรป ประเทศเกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ตามลำดับสะท้อนให้เห็นแนวโน้มของการพึ่งพาการท่องเที่ยวภายในภูมิภาค และการพึ่งพาตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของภูมิภาคอาเซียน

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก โดยในปี พ.ศ. 2559 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบทางตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย คิดเป็นมูลค่า 1.29 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และคาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2560 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 1.41 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อีกทั้งมีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ต่อปี

ต่อเนื่องไปถึงปี พ.ศ. 2570 ซึ่งจะทำให้ในปี พ.ศ. 2570 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีมูลค่าประมาณ 2.71 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก(รวมถึงภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้) ซึ่งเป็นภูมิภาคที่เศรษฐกิจมีการเติบโตโดยเฉลี่ยในระดับที่สูง ก่อให้เกิดชนชั้นกลางที่เริ่มที่จะแสวงหาการท่องเที่ยวเพื่อรับรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ โดยในภูมิภาคเอเชียตะวันออก รวมถึงประเทศไทยยังมีความได้เปรียบด้านราคาเมื่อเทียบกับทวีปยุโรปหรือทวีปอเมริกา จึงทำให้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จึงเป็นกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกจำนวน 23.93 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 68.56 จากนักท่องเที่ยวขาเข้าทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเฉพาะนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า มีจำนวน 9,590,000 คน คิดเป็นร้อยละ 27.48 จากนักท่องเที่ยวขาเข้าทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยขณะที่นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ซึ่งถือเป็นกลุ่มตลาด อันดับ 2 ของประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 5,556,200 คน หรือ คิดเป็นสัดส่วน 15.92 โดยในปี พ.ศ. 2560 จาก นักท่องเที่ยวขาเข้าจากทวีปยุโรปทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเติบโตร้อยละ 3.01 จาก ปี พ.ศ. 2559 อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับ การเติบโตของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก ถือว่าอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าค่อนข้างมากซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่นักท่องเที่ยวยุโรปมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยมาก ซึ่งในปี พ.ศ. 2559 มีเหตุการณ์ทางการเมืองหลายประการ ที่ทำให้รัฐบาลในหลายประเทศของยุโรปประกาศเตือนให้นักท่องเที่ยวเพิ่มความระมัดระวังด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยในช่วงเวลาดังกล่าวให้มากขึ้น และอีกส่วนหนึ่งมาจากการที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีพฤติกรรมเลือกที่จะท่องเที่ยวภายในภูมิภาคยุโรปเองมากขึ้น (ITB, 2016) เมื่อพิจารณาจำแนกรายประเทศ พบว่า ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวขาเข้าเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด คือ ประเทศจีน โดยมีอัตราการเติบโตในปี พ.ศ. 2558 คิดเป็นร้อยละ 71.63 ปี พ.ศ. 2559 คิดเป็นร้อยละ 13.91 และปี พ.ศ. 2560 คิดเป็นร้อยละ 9.84 ทำให้ในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด อยู่ที่ 9,966,500 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.56 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย สำหรับประเทศที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอันดับถัดมา คือ ประเทศมาเลเซีย

ประเทศลาว และประเทศเกาหลีใต้ โดยมีสัดส่วนคิดเป็น ร้อยละ 11.17 4.54 และ 4.31 ตามลำดับซึ่งสะท้อนว่าประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจากประเทศในทวีปเอเชียเป็นหลัก โดยเฉพาะ ประเทศจีนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ในช่วง พ.ศ. 2555 - 2560 ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเติบโตและการเพิ่มจำนวนของชนชั้นกลางในประเทศตลาดเกิดใหม่ (Emerging Countries) และการเพิ่มขึ้นของผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ (Euromonitor, 2017) ได้แก่ สายการบินต้นทุนต่ำซึ่งสอดคล้องกับความต้องการการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของไทย

แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2561 - 2564 ได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างสมดุลของการพัฒนาในมิติต่างๆ ตลอดจนให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการกับภาคส่วนต่างๆ ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์ทางการท่องเที่ยวของประเทศ คือ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”โดยประกอบด้วยยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

ทั้งนี้สามารถสรุปการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับกรมการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ด้วยการยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มุ่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

2. การเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยส่งเสริมคุณภาพการเติบโตของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้นการกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพ การเติบโตระหว่างช่วงเวลาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ที่มีศักยภาพ

3. การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชน ถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย สร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีแก่ประชาชน

4. การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และ กระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ แก่ประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นหนึ่งในกลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสร้างโอกาสเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ พัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคและเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

5. การพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทยคุณค่าดั้งเดิมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงพุทธ

การท่องเที่ยวเชิงพุทธ ปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมาก มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาว ต่างประเทศจำนวนมากนิยมเดินทางไปวัด เพื่อเที่ยวชมสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรมฝาผนังโบราณที่เป็นผลงานของบรรพบุรุษได้ฝากเอาไว้ตาม โบสถ์ วิหาร เสนาสนะสิ่งปลูกสร้าง ต่างๆ ที่ มีความวิจิตรสวยงามตระการตา ซึ่งมีการ

ผสมผสานกับหลักธรรมคำสอนและเล่าเรื่องราวต่างๆ ในทาง พระพุทธศาสนาอย่างกลมกลืน สะท้อนให้เห็นภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ สังคมและเศรษฐกิจของชุมชน นั้นๆ จากอดีตถึงปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาได้แพร่หลายไปในนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม จะใช้ช่วงเวลาวันหยุดตามเทศกาลประเพณี วันนักขัตฤกษ์ หรือวันสำคัญทาง ศาสนาจะมีการถือศีลปฏิบัติธรรม และประชาชนในท้องถิ่นบางส่วนได้เล็งเห็นผลประโยชน์จึงเริ่มมีการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้อง หรือเข้ามาใช้พื้นที่ของวัดในการประกอบอาชีพดังกล่าวมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

การท่องเที่ยวเชิงพุทธ (Buddhist tourism) จำแนกการท่องเที่ยวได้ดังต่อไปนี้

1. พระพุทธรูป หมายถึง สิ่งที่สร้างขึ้นเป็นตัวแทน หรือรูปเปรียบของพระพุทธเจ้า เรียกว่า พระพุทธรูป ภูมิปัญญา วัดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันเกี่ยวเนื่องกับพระพุทธรูปสำคัญ มีประวัติความเป็นมาอันยาวนานเป็นที่รู้จักของสาธารณะ มีพุทธลักษณะที่โดดเด่น น่าเคารพสักการะ เช่น พระพุทธชินราช พระพุทธสิหิงห์ พระพุทธโสธร พระพุทธรูปวัดไร่ขิง พระพุทธรูปหลวงพ่อดำ วัดบางพลีใหญ่ พระพุทธรูปหลวงพ่อบ้านแหลม หลวงพ่อพระใส เป็นต้น

2. ธาตุเจดีย์ หมายถึง ศาสนสถานอันเนื่องด้วยสถูปที่สร้างขึ้นเพื่อบรรจุพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้า (พระธรรมปิฎก, 2546) โดยมีประวัติที่เชื่อมโยงกับความเชื่อ ความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาในแต่ละชุมชน ซึ่งสามารถนำไปสู่การออกแบบและ การจัดการเที่ยว เช่น ทางภาคเหนือจะมีพระธาตุสำคัญได้แก่ พระธาตุดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ พระธาตุนครเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน พระธาตูลำปางหลวง จังหวัดลำปาง เป็นต้น ในภาคอีสาน ได้แก่ พระธาตุนม จังหวัดนครพนม พระธาตุขามแก่น จังหวัดขอนแก่น พระธาตุนาดูน จังหวัดมหาสารคาม ภาคกลางก็มีพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม ภาคใต้ก็มีพระบรมธาตุไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พระบรมธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น พระธาตุที่มีอยู่จำนวนมากในประเทศไทยล้วนเนื่องเกี่ยวกับ พระพุทธศาสนาส่วนหนึ่งถูกออกแบบเพื่อการท่องเที่ยวทั้งการไหว้ เพื่อให้เกิดความสวัสดิกับชีวิต และการดำรงชีวิต หรือกรณีการระลึกถึงเพื่อคุณธรรมภายในต่อการปฏิบัติตนเป็นชาวพุทธที่ดี เป็นต้น

3. สำนักปฏิบัติธรรม หมายถึง สถานที่ที่ถูกออกแบบให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการการศึกษา ปฏิบัติธรรมทางพระพุทธศาสนา เช่น การปฏิบัติแนวภวนาและบริกรรมในแนบอานาปานสติ ก็จะมีสำนัก ปฏิบัติธรรมในแบบดังกล่าว เช่น สวณโมกข์ การ

ปฏิบัติในแบบภวนา “ยุบหนอ-พองหนอ” ตามหลักสติปัฏฐาน ก็จะมีเครือข่ายสำนักปฏิบัติจำนวนมาก เช่น วัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี วัดพระธาตุศรีจอมทอง จังหวัด เชียงใหม่ วัดมหาธาตุฯ ท่าพระจันทร์ กรุงเทพมหานคร เป็นต้น หรือรูปแบบการปฏิบัติแบบ “สัมมาอรหัง” ในแบบวัดวัดปากน้ำ ภาษีเจริญ พร้อมเครือข่าย รวมไปถึงการปฏิบัติสติปัฏฐานในแนวพระป่าโดยเฉพาะศิษย์ หลวงปู่มั่น หลวงปู่บัว แห่งจังหวัดอุดรธานี หรือศิษย์หลวงพ่ocha สุภโท แห่งจังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น

4. พิธีกรรม/ประเพณีทางศาสนา หมายถึง กิจกรรมที่เนื่องด้วยพิธีกรรมความเชื่อทางพุทธศาสนา ที่ต้องการจะสื่อให้คนได้เรียนรู้คติธรรมที่แฝงมาในพิธีกรรมต่างๆ และประวัติความเป็นมาของพิธีกรรมโดยเชื่อมโยงถึงพระพุทธศาสนา เช่น ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีออกพรรษา ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง เป็นต้น

แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2561 – 2564 นี้ได้ส่งเสริมประเภทแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประเภทโบราณสถานโบราณวัตถุ และประเพณีวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม โดยการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชนของไทยที่มีจุดเด่นพิเศษคือการท่องเที่ยวเชิงพุทธซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้น และสิ่งที่ตามมากับการท่องเที่ยวแบบนี้คือ ประชาชนในท้องถิ่นได้มีอาชีพงานทำโดยการนำเอาวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาทำเป็นสินค้าจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนมีรายได้ คนก็จะไม่ต้องเดินทางไปทำงานต่างถิ่น สังคมครอบครัวก็อบอุ่น ลดปัญหาต่างๆ ได้มากมาย (จุฑาภรณ์ หินซุย และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์, 2557)

สรุป

การท่องเที่ยวนับว่าเป็นสิ่งที่สร้างประโยชน์แก่ประเทศชาติอย่างมาก ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงให้กระทรวงการท่องเที่ยว โดยกรมการท่องเที่ยว จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) และข้อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ โดยพัฒนาการ

ท่องเที่ยว ระยะ 20 ปี และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทย ในระยะ 5 ปี ภายใต้วิสัยทัศน์ (Vision) ว่า “การท่องเที่ยวไทยมุ่งพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพชั้นนำของโลก ซึ่งส่งเสริมการปฏิรูปเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้ได้อย่างยั่งยืน” โดยประกอบด้วยยุทธศาสตร์ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

ทั้งนี้สามารถสรุปการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับกรมการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก 2. การเติบโตอย่างมีคุณภาพ 3. การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย 4. การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และ กระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน 5. การพัฒนาอย่างยั่งยืน และปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงพุทธ เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้น มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเดินทางไปวัด เพื่อไปชมสถาปัตยกรรมของไทยที่ถ่ายทอดออกมาจากโบสถ์ วิหาร พระพุทธรูป ซึ่งเป็นพุทธศิลป์ที่ทรงคุณค่า และร่วมกิจกรรมทางศาสนา การปฏิบัติธรรม ดังจะเห็นได้จากการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาได้แพร่หลายไปในนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ซึ่งมักใช้เวลาวันหยุดเทศกาล โดยเฉพาะช่วงเทศกาลวันสำคัญทางศาสนาจะมีการถือศีลปฏิบัติธรรม และประชาชนในท้องถิ่นบางส่วนได้เล็งเห็นผลประโยชน์จึงเริ่มมีการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้อง หรือเข้ามาใช้พื้นที่ของวัดในการประกอบอาชีพดังกล่าวมากขึ้น จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 - 2564 ของกรมการท่องเที่ยว*. วิไอพี ก๊อปปีปริน.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2560). *แผนปฏิบัติการ 4 ปี กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (พ.ศ. 2561- 2564)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). *แนวทางการจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยว*.

กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จุฑาภรณ์ หินชุย และ สถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2557). *แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง*

พุทธ กรณีศึกษาวัดประชาคมวนาราม อำเภอสรีสมเด็จ จังหัดร้อยเอ็ด .

วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 10(1). 52-53.

ฉันทิช วรรณณอม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สามลดา.

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2546). *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลศัพท์*.

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.