



โอกาสและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา(วัด)ในยุคไทยแลนด์ 4.0 Opportunities and Limitations of Religion Tourism (Temple) in Thailand 4.0 era

บงกช เดชมิตร

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

18/18 ถนนเทพรัตน กม. 18 ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

Bongkot Detmit

Faculty of Liberal Art, Huachiew Chalermprakiet University

18/18 Bangna-Trad Highway (KM. 18), Bang Chalong, Bang Phli ,Samut Prakan, 10540

Email : Pookpong_b@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นบทความวิชาการ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสังเคราะห์โอกาสและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา(วัด)ในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพื่อนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคไทยแลนด์ 4.0 และสอดคล้องกับเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่โดดเด่นและมีคุณภาพระดับโลก จากการสังเคราะห์พบว่าการพัฒนาควรมุ่งเน้นดังนี้ 1) ควรจะต้องมีการจัดทำมาตรฐานของวัดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา 2) จัดทำคู่มือรวมการท่องเที่ยววัดเชื่อมโยงภายในจังหวัดเดียวกันเลือกวัดที่มีความสำคัญ มีอัตลักษณ์และโดดเด่น 3) วัดจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนตัวเองให้ทุกมิติ เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึง และเป็นที่ยอมรับ 4) รัฐบาลและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตลอดจนภาคีเครือข่ายควรให้ความสำคัญในการลงทุนพัฒนา ส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่และระบบโครงสร้างพื้นฐาน 5) ภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรร่วมมือกันสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้เชื่อมโยงอย่างเป็นองค์รวม ซึ่งการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมนั้น จะช่วยสร้างเม็ดเงินให้เพิ่มมากขึ้นและยังช่วยยกระดับจิตใจ ความรู้ และปัญญา

คำสำคัญ : โอกาสและข้อจำกัด, การท่องเที่ยวเชิงศาสนา, ไทยแลนด์ 4.0



Abstract

This article is an academic article aimed at synthesizing the opportunities and limitations of religious tourism (temple) in the Thailand 4.0 era in order to develop religious tourism in line with the needs of tourists in the Thailand 4.0 era and in accordance with The Unique, Thai identity and world-class quality. From the synthesis found that development should focus as follows: 1) There should be standardization of temples for religious tourism. 2) Establish a guidebook for temples related to tourism in each province. Choose temples that are important and outstanding. 3) Temples need to create opportunities for more access and make it known widely. 4) The government to focus on the using of IT to promote infrastructure, facilities, safety and utilities. 5) Government and private sectors should cooperate to create religious tourism. To have a sustainable and holistic connection to maintaining good health and quality of life both physically and mentally. Driving the religious tourism with technology, creativity, and innovation will help generate more money and will also enhance the mind, knowledge and wisdom.

Keywords : Opportunities and limitations, Religion Tourism, Thailand 4.0 era

บทนำ

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเองก็ทำรายได้เป็นจำนวนมหาศาลให้กับประเทศ อีกทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังหล่อเลี้ยงธุรกิจอีกหลายประเภทในประเทศอีกด้วย ซึ่งถือได้ว่าเป็นพลังขับเคลื่อนที่มีบทบาทชัดเจนต่อกลไกเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมากมาโดยตลอด จากรายงานระบุว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในปี 2560 ทำรายได้สูงสุดในทวีปเอเชีย โดยมีรายได้มากกว่า 57,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปีหรือคิดเป็นเม็ดเงิน 1.82 ล้านล้านบาท (Line today, 2019) สำหรับแนวโน้มการท่องเที่ยวปี 2562 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้นจากปีที่ผ่านมาด้วยจำนวน 41.1 ล้านคน เพิ่มขึ้น 7.5% ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้กว่า 2.21 ล้านล้านบาท เติบโตถึง 10% (BLT Bangkok, 2019) ด้วยเหตุผลนี้ภาครัฐจึงใช้การท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (2560) ที่กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพของด้านทำเลที่ตั้งในการ



เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทยมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อัญมณีไมตรีของคนไทย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 2) มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายที่สุดประเทศหนึ่งโดยมีทั้งจุดดำน้ำ หาดทราย เกาะน้อย สถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ หมู่บ้านชาวเขา สวนดอกไม้และจุดชมนกที่ยอดเขามรกตโลกจำนวนมาก พระราชวัง และวัดวาอารามอันงดงามและทรงคุณค่า (วิกิพีเดีย, 2562) และที่สำคัญถือว่าประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวอยู่อีกมาก โดยในปี พ.ศ. 2558 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้การท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่สุดด้านการท่องเที่ยวของโลกในการจัดอันดับระดับนานาชาติ เช่น กรุงเทพมหานคร ได้รับเลือกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุด ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2558 โดย Master Card (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2, 2560)

กอบกับปัจจุบันนี้ประเทศไทยอยู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่มุ่งเปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ปรับเปลี่ยนเป็น “ทำน้อย ได้มาก” ก็จะต้องเปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” และเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วย ภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมอย่างการเกษตรก็ต้องเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและใช้เทคโนโลยี เปลี่ยนจากรูปแบบบริการแบบเดิมซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่บริการที่มีมูลค่าสูง เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้และทักษะสูง ซึ่งโมเดลของไทยแลนด์ 4.0 คือ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เพื่อการขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน ต้องมีโครงสร้างด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมที่มีคุณภาพ มีอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ให้มากที่สุด เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงทุกภาคส่วนได้อย่างไม่สะดุด ซึ่งถือว่าเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายในการพัฒนาประเทศ สอดคล้องกับสถานการณ์สังคมปัจจุบัน และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยยังคงบทบาท การเป็นสาขาหลักในการรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาส่งเสริมความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนของประเทศไทย โดยผ่านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลกและสอดคล้องกับศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยบนเอกลักษณ์ของความเป็นไทยที่โดดเด่นและมีคุณภาพระดับโลก (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2, 2560)

อย่างไรก็ตามความต้องการการท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้ มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้นกว่าในอดีต นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น และมีการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวกันอย่างแพร่หลายเชื่อนักท่องเที่ยวในแต่ละมุมโลกเข้าหากัน (ณัฐพงศ์ เลิศวุฒิรักษ์, 2561) ทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตาม จากเดิมเคยเป็นการท่องเที่ยวแบบ Mass Tourism เปลี่ยนเป็นการท่องเที่ยวแบบ Niche Tourism (การท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่ม) โดยนักท่องเที่ยวมี



เป้าหมายเฉพาะเจาะจงมากกว่าเดิม (เอนก เหล่าธรรมทัศน์, 2560) มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางแต่ละครั้ง เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีชีวิต รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religion Tourism) เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงศาสนาหรือที่เราคุ้นหูกันว่า ทัวริสัฟพระทำบุญในวันสำคัญนั้นนับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่มที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย นักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเดินทางไปวัด หรือสถานที่ ศักดิ์สิทธิ์ เพื่อร่วมกิจกรรมทางศาสนา และการปฏิบัติธรรมตามคติความเชื่อที่ถือว่าการได้มาสักการะสถานที่ ศักดิ์สิทธิ์ ร่วมทำบุญ บริจาคทาน จะนำความเป็นสิริมงคลมาสู่ชีวิต และสร้างจิตใจที่ผ่องใสมาสู่ผู้ปฏิบัติ อีกทั้งวัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สะท้อนอารยธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น อันเป็นแหล่งรวมข้อมูลด้าน ประวัติศาสตร์ การศึกษา ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งเชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชน และการตั้งถิ่นฐานของชุมชนอีกด้วย เนื่องจากวัดเป็นศูนย์รวมจิตใจที่สำคัญของคนไทยตั้งแต่อดีตจนถึง ปัจจุบัน (พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, 2559) ในประเด็นนี้ถือเป็นข้อได้เปรียบของประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งกรมการท่องเที่ยว ได้ประเมินภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ตั้งแต่เดือนมกราคม - พฤษภาคม 2559 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเป็นจำนวน 14.16 ล้านคน และในจำนวนนี้มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเพื่อเยี่ยมชมศาสนสถานและปฏิบัติศาสนกิจเป็นจำนวน 6.62 ล้านคน (กรมการศาสนา, 2559)

เป็นที่ทราบกันดีว่าเมืองไทยเรานี้เป็น “เมืองพุทธ” คนไทยส่วนใหญ่ของประเทศ ร้อยละ 94 เปอร์เซนต์นับถือศาสนาพุทธนิกายเถรวาท และมีพุทธศาสนิกชนมากเป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากประเทศจีน ญี่ปุ่น และเวียดนาม ตามลำดับ (วิกิพีเดีย, 2562) ถ้าจะกล่าวถึง “วัด” ในมุมมองของคนไทยนั้น วัดจึงเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญเป็นเสมือนศูนย์รวมจิตใจเป็นที่ยึดเหนี่ยว คนไทยมีความผูกพัน กับวัดมาช้านาน ตั้งแต่สมัยอดีต และมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของชาวไทยพุทธ ในสมัยก่อนผู้มีฐานะมักนิยมสร้างวัด และตั้งชื่อวัดเป็นชื่อของตนเอง ด้วยความเชื่อที่ว่า การสร้างวัดจะได้บุญมากกว่าการบูรณะวัดเดิมที่มีอยู่แล้ว จากความเชื่อนี้ทำให้ทำให้มีวัดขึ้นมามากในประเทศไทย จนทำให้ปัจจุบัน วัดในประเทศไทยมีจำนวนมากกว่า 34,000 วัด (สุรศักดิ์ ศิลาวรรณา, 2550) นอกจากวัดจะเป็นศูนย์กลางเป็นแหล่งรวมจิตใจของพุทธศาสนิกชนชาวไทยแล้วนั้น วัดยังเป็นสถานที่ที่ใช้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ทางพระพุทธศาสนา อีกทั้งวัดยังเป็นศูนย์รวมแห่งศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อในพระพุทธศาสนา ศิลปะต่าง ๆ ที่แสดงออกมาในรูปแบบของพุทธศิลป์ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับความเชื่อในพระพุทธศาสนา ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ซึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดวัดขึ้น มาจากปัจจัย 3 อย่างคือ พระพุทธ พระธรรม และพระสงฆ์ กล่าวคือ วัดประกอบไปด้วย พระพุทธรูป ศาสนสถาน วิหาร เจดีย์ คัมภีร์ที่เป็นหลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้า และพระสงฆ์ที่ดำรงตนอยู่ในศีล เป็นต้น ปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้วัดมีความแตกต่างกับสถานที่อื่นๆ สิ่งต่างๆเหล่านี้รวมขึ้นมาเป็นวัด (สุรศักดิ์ ศิลาวรรณา, 2550) และนอกจากนี้จาก (รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ได้เผยข้อมูลว่ารูปแบบของ



การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและจิตใจ แบ่งได้ออกเป็น 2 รูปแบบ รูปแบบแรกการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อความสบายใจ ที่อาจใช้เวลาไม่มาก เน้นความสบายใจเป็นหลัก เช่น สวดมนต์ที่วัด สวดมนต์ข้ามปี เป็นต้น รวมถึงอาจมีศาสนพยานิคมเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ทัวริสท์ทัวร์ 9 วัน ,ทัวร์เดินทางสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ งานบุญ บั้งไฟพญานาค เป็นต้น ส่วนรูปแบบที่สอง คือ การเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนา เพื่อยกระดับจิตใจ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ลึกซึ้ง ไม่ฉาบฉวย เป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยยกระดับจิตใจให้ดียิ่งขึ้น อาจใช้เวลานาน 3-7 วัน หรือยาวนานกว่านั้น การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับศาสนาเน้นไปที่การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความสบายใจ เบิกบานใจแล้ว ยังตามมาด้วยการเกิดแห่งปัญญา ที่เรียกว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางอาจไปตามลำพัง หรือเป็นกลุ่มเพื่อไปนมัสการสิ่งที่เคารพในศาสนา (กรมการศาสนา, 2559)

ปัจจุบันจึงส่งผลให้วัดกลายเป็นสถานที่ที่มีพุทธศาสนิกชน เดินทางเข้ามาศึกษาหาความรู้จากหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา ผ่านองค์ประกอบต่างๆ ของวัด นอกจากนี้อีกบทบาทหนึ่งของวัดคือการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับศึกษาถึงเรื่องเล่าเรื่องราว ประวัติ ประเพณี สถาปัตยกรรมและพุทธศิลป์ต่างๆ ส่งผลให้แต่ละวัดนั้นสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่างศาสนา เดินทางมาหาความรู้และเที่ยวชมศิลปะความงามต่างๆ ภายในวัด ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวของไทยควรแสดงและคงไว้ ได้แก่ การอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมอันดีงาม ของประเทศไทยการให้ความสำคัญต่อความยั่งยืนของทรัพยากรท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2, 2560) ทั้งนี้วัดแต่ละแห่งจะได้รับความนิยมจนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงได้นั้น ขึ้นอยู่กับประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ความสำคัญของวัด ความเลื่อมใสศรัทธา ภาพลักษณ์ชื่อเสียง ตลอดจนความวิจิตรงดงามของงานศิลปกรรม จิตรกรรมต่างๆ ภายในวัด เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดารามรวมมหาวิหาร (สุรศักดิ์ ศิลาวรรณา, 2550) เป็นต้น ทั้งนี้ผู้เขียนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ โอกาสและข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (วัด) ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ทั้งในด้านมูลค่าและคุณค่าที่จะต้องพัฒนาควบคู่กันไป และควรเป็นการพัฒนาที่สามารถสร้างประโยชน์ในวงกว้างให้กับคนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มศักยภาพและความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาของประเทศไทยต่อไป

บทวิเคราะห์โอกาสของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา(วัด)ในยุคไทยแลนด์ 4.0

ผู้เขียนได้นำทฤษฎี 5A ของ Dickman, (1996) มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์โอกาสและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (วัด) ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ทฤษฎีประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) (2) ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) (3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenities) (4) ที่พัก (Accommodation) (5) กิจกรรมต่างๆ (Activities) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ออกมาดังนี้

1. ประเทศไทยในฐานะเป็นศูนย์กลางทางพุทธศาสนาของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นประเทศหนึ่งที่พร้อมด้วยสถาปัตยกรรม ทางพุทธศาสนาอันเก่าแก่งดงาม พระธรรมคำสั่งสอนที่ยังปรากฏมาอย่าง



ยาวนานกว่าสองพันปี และปุษนีบุคคล บุรพจารย์ต่างๆ ผู้ศึกษารมมะ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, (2559) ถือเป็นข้อได้เปรียบเป็นอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้ามาตามรอยศรัทธาและความเชื่อในดินแดนพุทธภูมิแห่งนี้

2. ในยุคไทยแลนด์ 4.0 นี้เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมทั้งระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยกระดับระบบขนส่งสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ พัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยว เพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2, 2560) ที่เร่งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับเส้นทางคมนาคมทาง อากาศ รวมถึงส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวภายในและระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางในการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย และเพิ่มอัตราการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบอย่างก้าวกระโดด อันจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้วยเช่นกัน อาทิ ทัวร์ไหว้พระ 9 วัดในกรุงเทพฯและปริมณฑลโดยรถโดยสารสาธารณะ (ทัวร์ไหว้พระของ ขสมก.) การล่องเรือไหว้พระ 9 วัดรอบเกาะเกร็ด บินไหว้พระต้นปีกับแอร์เอเชีย เป็นต้น

3. ในยุคไทยแลนด์ 4.0 นี้ โซเชียลมีเดียและสื่อออนไลน์มีส่วนสำคัญในการเติมเต็มและเพิ่มความสะดวกสบายตลอดการเดินทางของนักท่องเที่ยว และสนับสนุนการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับธุรกิจท้องถิ่น เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์สมัยใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับ BLT Bangkok (2016) กล่าวว่ามีการใช้เทคโนโลยีเพื่อแก้ปัญหาระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น รวมถึงเพื่อค้นหาคำตอบที่ต้องการในทันทีผ่านสมาร์ทโฟน และผู้เดินทางท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งคาดว่าจะใช้แอปพลิเคชันด้านการเดินทางบ่อยขึ้นเพื่อเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วยคำแนะนำและตัวช่วยทางลัด ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องที่ดีไม่ถึง เช่น การค้นหาตู้เอทีเอ็มที่ใกล้ที่สุด ค้นหาจุด WiFi Hotspot ค้นหาวิธีเที่ยวสถานที่สำคัญๆ โดยไม่ต้องรอคิวนาน เป็นต้น

4. ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยยังเน้นย้ำถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ทั้งคนชรา คนพิการ เช่น ห้องน้ำคนพิการ ทางลาดราวจับ ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2, 2560) เพื่อสร้างให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

5. ในปีพ.ศ. 2591 จะมีสัดส่วนผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อ ประชากรโลกเพิ่มเป็นร้อยละ 21 จากร้อยละ 12 ในปีพ.ศ. 2556 นักท่องเที่ยวสูงอายุใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า กลุ่มอื่นถึง 3 เท่า (แผนพัฒนาการ



ท่องเที่ยวฉบับที่ 2, 2560) ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นอย่างยิ่งเพราะกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

6. ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 (2560) ประเทศไทยได้มีการพัฒนาส่งเสริมสุขอนามัยและความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนามาตรฐานและระบบจัดการขยะและบำบัดน้ำเสีย โดยมีการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เช่น กล้องวงจรปิดตามวัดสำคัญ ๆ เป็นต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำตามวัด ห้องน้ำตามสถานีเติมน้ำมัน รวมถึงห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ

7. ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มุ่งเน้นประสบการณ์และให้ความสำคัญกับ ความรู้เชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (Experiential travelers with more sophisticated expectations) เน้นการแสวงหาประสบการณ์ที่มากกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมๆ ทัวไปโดยต้องการสัมผัสวิถีชีวิตผู้คนและประเพณีท้องถิ่นอย่างแท้จริง มากกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในปัจจุบันนี้ (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2, 2560) แสดงให้เห็นถึงข้อได้เปรียบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้อย่างชัดเจน เพราะวัดแต่ละแห่งจะมีเรื่องเล่า เรื่องราว (Story Telling) ที่น่าสนใจ มีประวัติความเป็นมา สถาปัตยกรรมอันวิจิตรงดงาม พุทธศิลป์ ตลอดจนภาพสะท้อนของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานั้นสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่เชิงลึกให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

บทวิเคราะห์ข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา(วัด)ในไทยแลนด์ 4.0

1. ในยุคปัจจุบันการพัฒนาประเทศมุ่งเน้นวัตถุนิยม นวัตกรรม เทคโนโลยีที่ก้าวล้ำทันสมัยเป็นตัวตั้ง ทำให้คนทั้งหลายห่างเหินจากวัด ซึ่งในอดีตวัดเป็น แหล่งเรียนรู้แหล่งการศึกษาของคนในยุคอดีต ขณะที่ปัจจุบันคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะนักเรียน นิสิต นักศึกษามักจะเลยมองไม่ใส่ใจกับการเข้าวัด ทำบุญ ไหว้พระ ฟังธรรม แม้แต่ในวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันเข้าพรรษา วันมาฆบูชา เป็นต้น แต่กลับมุ่งเน้นเพียงการบริโภคนิยมเป็นประการหลัก และใช้ห้างสรรพสินค้าเป็นแหล่งบันเทิงทำให้ผู้คนห่างไกลจากแหล่งธรรมะ คือ “วัด” อันเป็นผลมาจากระบบการศึกษาที่ใช้รูปแบบการพัฒนาตามแบบประเทศตะวันตก (คิวนิต อรรถวุฒิกุล นรินทร์ สังข์รักษา สมชาย ลักษณะนารักษ์, 2560)

2. ปัจจุบันความต้องการการท่องเที่ยวในเชิงศาสนามีปริมาณมาก แต่ผู้จัดไม่พอเพียงกับปริมาณความต้องการที่เกิดขึ้น และการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้รับได้จำนวนไม่มากนักต่อการเดินทางในแต่ละครั้ง จึงมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไม่ได้รับการตอบสนองแม้จะมีการพยายามผลักดันจากหน่วยงานต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งต่างทำไปในทิศทางของตน ไม่มีการประสานให้มีทิศทางที่สอดคล้อง และมีความสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในทรัพยากรที่มีอยู่ (บัญชา พงษ์พานิช, 2559)



3. ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงศาสนาถือเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niches Tourism) ซึ่งยังไม่อยู่ในวงกว้าง ไม่มีอะไรเป็นแรงบันดาลใจใหม่ ทั้งแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการเดินทาง ผู้เดินทางจึงเป็นกลุ่มคนเดิมๆ ที่นิยมเที่ยวในลักษณะนี้ อีกทั้งความที่ไม่มียาม และรูปแบบที่ชัดเจน ทำให้การท่องเที่ยวทางศาสนาและจิตใจ ไม่สามารถมีทิศทางในการพัฒนาได้อย่างชัดเจนและมั่นคงอย่างเป็นรูปธรรมถ้าเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวแบบอื่น (รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, 2559)

4. ประเทศไทยในปัจจุบันยังมีข้อจำกัดในด้านศักยภาพของบุคลากร ทางการท่องเที่ยวทั้งระบบ ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด อีกทั้งยังขาดความสามารถและความหลากหลายทางด้านภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ ที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

5. กลุ่มคนไม่มีศาสนา กำลังเป็นเทรนด์ใหม่ของกระแสโลก นับวันจะเพิ่มมากขึ้น โดยมีความเห็นวาทศาสนาไม่จำเป็นกับชีวิตทำให้คนงมงาย เสียเวลาเสียเงิน งมงายในพิธีกรรม ความเชื่อ ตั้งแต่เด็ก ทำให้แทบจะไม่เข้าวัดหรือสวดมนต์อีกเลย และนอกจากนี้องค์กรพิว (The Pew Forum on Religion & Public Life) เผยผลสำรวจ จำนวนคนไม่นับถือศาสนาทั่วโลกมีมากถึง 1,100 ล้านคน มากที่สุด คือ ประเทศจีน 700 ล้านคน รองลงมาประเทศญี่ปุ่น 72 ล้านคน และสหรัฐอเมริกา 51 ล้านคน (ไทยพีบีเอส, 2561) แม้ในไทยจะไม่มีสถิติที่แน่ชัดก็ถือว่าประเด็นนี้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเช่นเดียวกัน

องค์ความรู้ใหม่จากการสังเคราะห์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของประเทศไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0

1. ควรจะต้องมีการจัดทำมาตรฐานของวัดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาขึ้นมา เพื่อให้กลายเป็น High Value Services ต้องมีการรับรองมีการตรวจสอบให้มีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพ เช่น การบริการซื้อดอกไม้ธูปเทียนภายในวัด การถวายสังฆทาน การใส่ตู้บริจาคเงินเป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับโมเดลการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 ที่เน้นการบริหารจัดการและใช้เทคโนโลยี เปลี่ยนจากรูปแบบบริการแบบเดิมซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่บริการที่มีมูลค่าสูง

2. จัดทำคู่มือรวมการท่องเที่ยววัดเชื่อมโยงภายในจังหวัดเดียวกันเลือกวัดที่มีความสำคัญ และโดดเด่น หาความเชื่อมโยงโดยผ่านเรื่องเล่าประวัติความเป็นมาเข้าไว้ด้วยกัน ตลอดจนทำเส้นทางนำเที่ยวตัวอย่างประมาณ 3 – 4 เส้นทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเลือกเดินทางได้ตามความชื่นชอบได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น เส้นทางท่องเที่ยววัดดังตามรอยละคร, เส้นทางท่องเที่ยววัดสายปฏิบัติเจริญภาวนา, เส้นทางท่องเที่ยววัดตามหาวัตถุมงคลเครื่องรางของขลัง เป็นต้น โดยจัดทำผ่านแอปพลิเคชันหรือระบบคิวอาร์โค้ด เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วของนักท่องเที่ยว ทั้งเวอร์ชันภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ

3. วัดจำเป็นต้องมีการพัฒนา ปรับเปลี่ยนตัวเองให้ทุกมิติ เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงให้มากขึ้น และทำให้เป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง ด้าน เช่น ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงได้อย่าง



สะดวก ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงด้านการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ เน้นย้ำการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับวัด การประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเข้าถึงจุดเด่นอัตลักษณ์ จุดขาย เรื่องเล่า เรื่องราว (Story Telling) ประวัติศาสตร์ วิถีพุทธ ฯลฯ จึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงภาคีเครือข่ายจะต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับโมเดลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคนี้ที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วม ผลักดันไปพร้อม ๆ กัน สิ่งสำคัญที่สุด ต้องคิดให้มาก คิดให้จบ อ่านให้ขาด ต้องกล้าเปลี่ยนแปลง ทุกอย่างเปรียบเสมือนการเรียนรู้ ถ้าไม่เปลี่ยนแปลงก็เหมือนกับเราย่ำอยู่กับที่ (ธนากรกรุงเทพ, ม.ป.ป.)

4. รัฐบาลและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนภาคีเครือข่ายควรร่วมมือกันและให้ความสำคัญในการลงทุนพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่และการสื่อสารทางการท่องเที่ยว โดยผ่านช่องทางสังคมโซเชียลมีเดียหรือสื่อออนไลน์ รวมถึงวัดเองควรต้องเริ่มดำเนินการอย่างจริงจัง เช่นกัน อาทิ วัดควรจัดทำเฟสบุ๊คที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้รู้จัก และเกิดความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว วัดควรเพิ่มช่องทางการติดต่อทางไลน์ให้ญาติโยมติดต่อนัดหมาย ทำกิจกรรม จอกล่า จอมรุหรือแม้แต่ยิ้มของวัดได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น รวมถึงวัดแต่ละแห่งควรจัดให้มีจุดบริการ Free WiFi เพื่อตอบสนองรองรับและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเชิงศาสนาทั้งชาวไทยและต่างชาติ นอกจากนี้ควรจัดทำข้อมูลให้มีความหลากหลายทางด้านภาษา รวมถึงระบบโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ

5. ภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรร่วมมือกันสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ให้มีความเชื่อมโยงกับรักษาดูแลสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งกายและใจอย่างยั่งยืนและเป็นองค์รวม อาทิ การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism), การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism), การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism), การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเพิ่มทางเลือกใหม่ให้นักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ทั้งในด้านกิจกรรม เช่น การทำโยคะ การรับประทานพืช ผัก สมุนไพรท้องถิ่น และด้านประสบการณ์ความประทับใจที่แปลกใหม่ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มอัตราการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอันจะส่งผลดีกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ

บทสรุป

ประเทศไทยเป็นดินแดนที่พระพุทธศาสนาหยั่งรากลึกมาเนิ่นนาน ถือว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและจิตใจได้เป็นอย่างดีสูง จะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะมาท่องเที่ยวชมความงามของวัด ไหว้พระขอพร โดยทั้งนี้ประเทศไทยเองก็ต้องอาศัย



การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงศาสนาด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมมาช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพื่อให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และใช้ความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชนทุกฝ่ายอย่างจริงจัง พร้อมกับไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศาสนากระทบกับผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงศาสนา คู่มือการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และเพิ่มการนำแอปพลิเคชันหรือระบบคิวอาร์โค้ดมาใช้ เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ทั้งในรูปแบบภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ของวัดควรเพิ่มช่องทางให้มีความหลากหลาย เช่น เฟสบุ๊ก ยูทูบ ทวิตเตอร์ ฯลฯ ตลอดจนมีการส่งเสริมให้ความรู้กับบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพและมีความรู้ในด้านธรรมะกับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ รวมถึงการใช้สื่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว เชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนา(วัด)ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ในอนาคตนั้น จะสามารถช่วยสร้างทั้งเม็ดเงินในด้านการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้นและยังช่วยสร้างความเข้าใจตามวิถีพุทธ สร้างปัญญา ยกระดับจิตใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมากทั้งในด้านคุณค่าและมูลค่าที่เป็นประโยชน์อย่างเป็นองค์รวม สอดคล้องกับ ศิวินิต อรรถวณิชกุล นรินทร์ สังข์รักษา สมชาย ลักษณะนุกฤษณ์ กล่าวว่า ยุทธศาสตร์หนึ่งในการดึงดูดผู้คนให้หันกลับเข้ามาใช้วัดเป็นแหล่งเรียนรู้ คือการใช้การท่องเที่ยว นั่นคือ การท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religion Tourism) เพื่อหาความรู้ หาธรรมะแห่งชีวิต สร้างคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นนั่นเอง และนอกจากนี้จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทยยังช่วยสร้างมูลค่าและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างมากเพราะมีความเกี่ยวข้องกับการหารายได้และการจ้างงานของคนในประเทศเป็นจำนวนมาก

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา(วัด)ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันในทุกภาคส่วน มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ พัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ยึดมั่นในแก่นแท้และหลักธรรมคำสอน ส่งเสริมประโยชน์ต่อส่วนรวมเป็นสำคัญ เพื่อนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่มั่นคง และยั่งยืนสืบไป

บรรณานุกรม

- กรมการศาสนา. (2559). ร่วมสวดมนต์ข้ามปี 18 ล้านคน ททท.รุกหนักเที่ยวเชิงศาสนา. สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2562, เว็บไซต์: <http://www.dra.go.th/th/cmsdetail-17-19-1-2161.html>
- ณัฐพงศ์ เลิศวุฒิรักษ์. (2561). ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสมัยใหม่. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2562, เว็บไซต์: <https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/factors-affecting-chinese-tourist-behavior/>
- ไทยพีบีเอส. (2561). ผลสำรวจพบคนไม่นับถือศาสนาว่า 1,100 ล้านคนทั่วโลก. สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2562, เว็บไซต์: <https://news.thaipbs.or.th/content/269750>



ธนาคารกรุงเทพ. (ม.ป.ป). รู้จักกับ Thailand 4.0 แบบเข้าใจง่าย อ่านรอบเดียว เล่าได้เป็นช่องเป็นฉาก.

สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2562, เว็บไซต์: <http://www.bangkokbanksme.com/article/10053>

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรสแอนด์ ดีไซน์จำกัด.

บัญชา พงษ์พานิช. (2559). การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและจิตใจ. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2562, เว็บไซต์:

https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7789

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 (2560-2564). *สรุปสาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2*.

สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2562, เว็บไซต์:

https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article_20170509151402.pdf

พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. (2559). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมเกียนัน จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*. 10(21), มกราคม - เมษายน 2559.

รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. (2559). การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและจิตใจ. ฉบับที่ 4 เมษายน - มิถุนายน 2559. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562, เว็บไซต์:

https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7789

วิกิพีเดีย. (2562). การท่องเที่ยวในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2562, เว็บไซต์:

<https://th.wikipedia.org/wiki/การท่องเที่ยวในประเทศไทย>

ศิวินิต อรรถวุฒิกุล นรินทร์ สังข์รักษา สมชาย ลักษณะานุรักษ์. (2560). การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2560.

สุรศักดิ์ ศิลาวรรณา. (2550). การท่องเที่ยวและการเผยแพร่พระพุทธศาสนาบทบาทของวัดในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา วัดบวรนิเวศวิหารและวัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม. วิทยาลัยศาสนศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2562, เว็บไซต์:

http://service.nso.go.th/nso/g_data23/stat_23/toc_3/3.2.1-2.xls

เอนก เหล่าธรรมทัศน์. (2560). การสร้างเศรษฐกิจไทยสู่เศรษฐกิจแบบหลัณล่า หรือ หลัณล่าอีโคโนมี.

สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2562,

เว็บไซต์: <https://www.isranews.org/isranews/56567-eco26.html>

BLT Bangkok. (2016). เทรนท่องเที่ยวแห่งอนาคต. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2562, เว็บไซต์:

<https://www.bltbangkok.com>

BLT Bangkok. (2019). ท่องเที่ยวไทยบูมรับนทท. 38 ล้านคน กวาดรายได้เป็นอันดับ 4 ของโลก. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2562, เว็บไซต์: <http://www.bltbangkok.com/CoverStory/>



Dickman, S. (1996). Tourism: An Introductory Text. (2nd ed). Sydney: Hodder Education.

Line today. (2019). ท่องเที่ยวไทยทำรายได้พุ่งติดอันดับ 1 ของเอเชียที่ 4 ของโลก. สืบค้นเมื่อ 20

มิถุนายน 2562, เว็บไซต์: <https://today.line.me/th/pc/article/>