

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยว

นายสุวิทย์ ดุลละนันท์

หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง
การบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 4
สถาบันพระปกเกล้า

พ.ศ.2548

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า

สถาบันพระปกเกล้า

เอกสารรายงานวิชาการส่วนบุคคล เรื่อง การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทย

อาจารย์ที่ปรึกษา

รศ.ดร.สมภพ มานะรังสรรค์

อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาประกาศนียบัตรชั้นสูง หลักสูตรการบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 4

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมภพ มานะรังสรรค์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ศาสตราจารย์ ดร.วิษณุ เครืองาม)

ประธานคณะกรรมการ

หลักสูตรการบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำกรณีศึกษาเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์และมีเนื้อหาสาระครบถ้วน อันอาจนำไปใช้ประโยชน์ได้ เนื่องจากความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลจาก สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นสำคัญ ประกอบกับการได้รับข้อปรึกษาแนะนำในการจัดทำทั้งในเชิงทิศทางและในเชิงวิชาการจาก รศ.ดร.สมภพ มานะรังสรรค์ อาจารย์ที่ปรึกษา เป็นอย่างดี ผู้จัดทำจึงสามารถจัดทำกรณีศึกษาอย่างมีกรอบทิศทางและมีความเป็นวิชาการ ตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง “การบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน” สถาบันพระปกเกล้า จนเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาที่สมบูรณ์และส่งผลให้ผู้จัดทำสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรนี้ ดังนั้นผู้จัดทำจึงขอกราบขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ตามที่กล่าว และขอขอบพระคุณคณะอาจารย์และเจ้าหน้าที่ของสถาบันพระปกเกล้าที่ส่งเสริม ชี้นำ ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการจัดทำมาด้วยดีตลอด หากกรณีศึกษานี้ได้นำไปใช้และเกิดประโยชน์โดยส่วนรวมก็ขอให้อันนิสงส์นั้นเกิดแก่ท่านที่ให้ความอนุเคราะห์และสถาบันพระปกเกล้าด้วย

นายสุวิทย์ คุลยะนันท์ (2180)

หลักสูตรการบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 4

สถาบันพระปกเกล้า

มิถุนายน 2548

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 : บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	5
1.3 แนวทางการศึกษา	6
1.4 วิธีการศึกษา	6
1.5 ขอบเขตการศึกษา	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 : ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการแข่งขันและการท่องเที่ยว	8
2.1 กรอบแนวคิดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ	8
2.2 พัฒนาการของระบบเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ กับปัจจัยขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขัน	16
2.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในการแข่งขัน	18
2.4 แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน	21
2.5 การท่องเที่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม	25
2.6 ทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์	28
2.7 แนวคิดและรูปแบบของการท่องเที่ยว	30
บทที่ 3 : การศึกษาและการประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยว	36
3.1 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวโลก	36
3.2 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวไทย	39
3.3 สถานการณ์การแข่งขันของการท่องเที่ยวไทย	49
3.4 สภาพปัญหาอุปสรรคการท่องเที่ยวไทย	52

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วโลก	37
ตารางที่ 2	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2541 - 2546	42
ตารางที่ 3	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 10 อันดับแรกที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองไทย ปี 2541 - 2547	43
ตารางที่ 4	จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2541 - 2545	44
ตารางที่ 5	จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ปี 2541 - 2546	46
ตารางที่ 6	ตัวอย่างการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	48

สารบัญภาพ

	หน้า	
ภาพที่ 1	The Competitiveness Paradigm	10
ภาพที่ 2	Diamond Model	12
ภาพที่ 3	องค์ประกอบของคลัสเตอร์	13
ภาพที่ 4	แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster map)	16
ภาพที่ 5	การเปรียบเทียบระดับขั้นพัฒนาการเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยปัจจัยพื้นฐานกับการลงทุน และนวัตกรรมตามแนวคิดของ Professor Michael E. Porter	18
ภาพที่ 6	ลำดับความต้องการของมนุษย์ (Marlow's Hierarchy of Needs)	29
ภาพที่ 7	รายได้จากนักท่องเที่ยวแยกตามประเภทการใช้จ่าย (เฉพาะชาวต่างชาติ)	45
ภาพที่ 8	สรุปการวิเคราะห์คุณภาพของปัจจัยแวดล้อมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย	69

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจโลกในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ก่อให้เกิดผลกระทบและส่งผลให้มีการแข่งขันในด้านต่างๆ ในระดับสากลสูงขึ้น ดังนั้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศจึงเป็นกลยุทธ์อันสำคัญยิ่งที่จะขับเคลื่อนประเทศไปสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน โดยควรพิจารณาว่าขณะนี้ประเทศอยู่ที่จุดใด มีจุดอ่อนและจุดแข็งในเรื่องใดบ้าง จากนั้นจึงเลือกแข่งขันในเรื่องที่ประเทศมีศักยภาพและความได้เปรียบเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับภูมิภาคและในเวทีโลก ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเปิด (Opened Economy) ซึ่งต้องแข่งขันกับนานาประเทศ แต่สถานการณ์ทางการแข่งขันของไทยในเวทีโลกปัจจุบันทั้งทางด้านการผลิต การค้า และการลงทุนอยู่ในสถานะค่อนข้างต่ำ และในบางส่วนมีแนวโน้มที่ถดถอย เพราะฉะนั้นคงหนีไม่พ้นที่จะต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเช่นกัน ประกอบกับในเศรษฐกิจช่วงระหว่างปี 2534-2545 ในระยะแรกของช่วงนี้เศรษฐกิจไทยมีอัตราการขยายตัวสูงสุดด้วยตัวเลขสองหลัก อันเป็นผลที่เกิดจากการขยายตัวของการลงทุนและการท่องเที่ยว และช่วงระยะเวลานี้เป็นช่วงที่รัฐบาลได้เปิดเสรีทางการเงินจนมีการไหลเข้าของเงินจากต่างประเทศจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศ ภาคเอกชนมีการกู้ยืมจำนวนสูงเพื่อไปลงทุนขยายกำลังการผลิต โดยเฉพาะภาคอสังหาริมทรัพย์ อย่างไรก็ตามเนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนคงที่ทำให้การลงทุนส่วนใหญ่ลงไปในกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพหรือผลผลิตแก่ระบบเศรษฐกิจหรือเน้นการเก็งกำไร และทำให้เกิดการกู้ยืมเงินเกินความสามารถจ่ายคืน ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์เศรษฐกิจขยายตัวแบบฟองสบู่ การเจริญเติบโตของภาคอุตสาหกรรมเริ่มชะลอตัว การขาดดุลการค้าเริ่มเป็นปัญหาเกิดการโจมตีค่าเงินบาทจากนักเก็งกำไรค่าเงินต่างประเทศ จนในที่สุดรัฐบาลได้แก้ปัญหาด้วยการปล่อยค่าเงินลอยตัว และเกิดวิกฤติเศรษฐกิจอย่างรุนแรงอีกครั้งในปี 2540 รัฐบาลจึงได้พยายามแก้ไขปัญหาค่าเงินและกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้ขยายตัวและกลับมามีเสถียรภาพดีขึ้นตามลำดับ ตั้งแต่ปี 2542-2545 แม้ว่าเศรษฐกิจจะยังขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง แต่เป็นการขยายตัวที่มีอัตราค่าลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากในช่วงปลายปี 2543-2544 เศรษฐกิจโลกชะลอตัวจนส่งผลกระทบต่อประเทศไทย ทำให้การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนระยะสั้นทั้งเรื่องหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ หนี้สาธารณะ ปัญหาการว่างงาน และกำลังการผลิตส่วนเกินอยู่ในระดับสูงมีข้อจำกัดมากขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความอ่อนไหวของเศรษฐกิจไทยต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกค่อนข้างมาก

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าวส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศเป็นจักรกลสำคัญในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ (Engine of Growth) ที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานการผลิตที่มีความเข้มแข็ง

เพียงพอ ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องมีความพยายามที่จะขับเคลื่อนและพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้ขยายตัว และมีความมั่นคงมากขึ้น แต่นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจที่ผ่านมาไม่ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ที่จะเสริมสร้างความเข้มแข็งและขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาวอย่างเป็นทางการที่จะสามารถกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องจนเกิดการพัฒนายั่งยืนได้ รัฐบาลจึงกำหนดกลยุทธ์ของการพัฒนา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจที่เป็นฐานราก เศรษฐกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนในอนาคต ซึ่งจำต้องอาศัยพื้นฐานของการดำเนินนโยบายในระดับเศรษฐกิจมหภาค การดำเนินกิจการทาง ภาคเอกชนระดับจุลภาค รวมทั้งพฤติกรรมการใช้จ่ายในระดับปัจเจกบุคคลที่สามารถสนับสนุนให้การ ขยายตัวของเศรษฐกิจมีคุณภาพ โดยมีการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยการผลิตเป็นปัจจัยกระตุ้นการ ขยายตัวที่สำคัญ เศรษฐกิจมีเสถียรภาพภายใต้การบริหารจัดการเศรษฐกิจมหภาคที่มีประสิทธิภาพ มีการ ประสานนโยบายการเงินและการคลังที่เหมาะสม ใช้อำนาจต่อการดำเนินนโยบายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิต สนับสนุนการเชื่อมโยงระบบการผลิตอย่างครบวงจร และเพิ่มมูลค่าเพิ่ม (Value - added) ในขณะที่เดียวกันก็มีการประสานระหว่างนโยบายทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเหมาะสม เพื่อสนับสนุน ให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นควบคู่ไปกับการกระจายรายได้และการแก้ไขปัญหาความยากจน

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น และกรอบการค้า การลงทุนภายใต้ข้อตกลงของกลุ่มเศรษฐกิจการค้าต่างๆ ตลอดจนกระแสการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ ในประเทศต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่มีความชัดเจนและมีการ ดำเนินการในเชิงรุกมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงในทิศทางดังกล่าว จะเป็นเงื่อนไขสำคัญทำให้การดำเนิน นโยบายเศรษฐกิจในระยะต่อไปมีความยั่งยืนมากขึ้นและท้าทายมากขึ้น ส่งผลให้มีการกำหนดบทบาท นโยบายเศรษฐกิจมหภาคของภาครัฐที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้นให้ฟื้นตัว เต็มที่และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการสร้างเสริมความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนให้มีบทบาทใน การขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนั้นการสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศจากการส่งออก และการท่องเที่ยวยังมีความจำเป็นที่จะช่วยสนับสนุนให้เศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างสมดุล ทั้งจากเศรษฐกิจที่ พึ่งพิงความต้องการภายในและภายนอกประเทศ สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนเป็นประเด็นที่สำคัญ อีกประการหนึ่งในการบริหารจัดการเศรษฐกิจมหภาคที่มีประสิทธิภาพที่เป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้าง เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับระบบเศรษฐกิจให้สามารถขยายตัวได้ในระดับที่ เหมาะสมและมีความมั่นคง พร้อมทั้งช่วยสนับสนุนให้เศรษฐกิจที่หลุดพ้นจากภาวะวิกฤติมาได้ระดับ หนึ่งมีการขยายตัวได้มากขึ้นและเข้าสู่การฟื้นตัวอย่างยั่งยืนมีคุณภาพต่อไป

อย่างไรก็ดีความพยายามในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของรัฐบาลตั้งแต่ปี 2541 ที่เน้นการบริหารนโยบายเศรษฐกิจมหภาค ทำให้เสถียรภาพของเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้นตามลำดับจนอยู่ ในระดับที่สร้างความมั่นใจให้กับประชาชนและนักลงทุนได้มากขึ้น อัตราเงินเฟ้ออยู่ใน ระดับต่ำ ค่าเงินบาทมีเสถียรภาพ ดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุล แม้ว่าจะเป็นการเกินดุลเนื่องจากเศรษฐกิจ

ยังขยายตัวเพียงช้าๆ ก็ตาม แต่นับว่าเป็นเงื่อนไขที่ไม่สร้างข้อจำกัดต่อการดำเนินนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ การสำรองเงินตราต่างประเทศของทางการให้เพิ่มขึ้น การลดภาระหนี้ต่างประเทศระยะสั้น และการสร้างความเข้มแข็งของสถาบันการเงิน ดังนั้นเศรษฐกิจจึงมีเสถียรภาพมากขึ้นจนเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้รัฐบาลสามารถดำเนินนโยบายการเงินและการคลังที่ผ่อนคลายขึ้นตามลำดับ จนเป็นโอกาสที่ดีในการกระตุ้นเศรษฐกิจตามนโยบายด้านต่างๆ ได้มากขึ้น โดยเฉพาะนโยบายในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในด้านอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมและรายสาขา ด้วยการทบทวนการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลกที่มีผลกระทบและเป็นประเด็นท้าทายต่อประเทศไทย รวมทั้งสำรวจสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในเวทีโลก เพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Position) และกลยุทธ์การแข่งขันด้านต่างๆ ที่เหมาะสม ซึ่งเป็นการปฏิรูประบบเศรษฐกิจเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจที่มีสมรรถนะสูง (High Performance Economy) มีลักษณะสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

- 1) ระบบเศรษฐกิจที่รวดเร็วทันต่อการเปลี่ยนแปลง
- 2) การสร้างธรรมาภิบาลทั้งภาครัฐและภาคเอกชน
- 3) โครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพ
- 4) การบริหารนโยบายเศรษฐกิจที่ดี
- 5) ทูตทางสังคมที่มีคุณภาพ

โดยต้องกำหนดเป้าหมายหลัก 3 ประการ คือ การเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของโลก การกำหนดตำแหน่งเชิงสาขาที่มีศักยภาพเพื่อสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก เช่น การท่องเที่ยว ศูนย์กลางแฟชั่น คริวของโลก เป็นต้น และการเพิ่มผลผลิตโดยภาครัฐจะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน ซึ่งรัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ทั่วโลก จึงได้กำหนดให้เป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.) เพื่อทำหน้าที่กำหนดกรอบ ทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับภาพรวมและระดับสาขา ผลักดันยุทธศาสตร์ให้เกิดผลทางปฏิบัติ รวมทั้งกำกับดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย และทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรม 5 กลุ่มที่มีความสำคัญในเชิงยุทธศาสตร์ตามนโยบายของรัฐบาล ได้แก่ 1) กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 2) กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ 3) กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น 4) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร 5) กลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพียงสาขาเดียว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสาขาหลักที่รัฐบาลมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้เติบโตอย่างยั่งยืนในช่วง พ.ศ. 2547-2551 โดยให้มีความสำคัญต่อเป้าหมายทางเศรษฐกิจของรัฐบาลให้บรรลุผลและใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ และมีเป้าประสงค์ให้ประเทศไทยเป็นมหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) ที่สามารถกระจายรายได้และสร้างโอกาสพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง ซึ่งต้องจัดทำแผนปฏิบัติการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่มีความเป็นไปได้สูงมีความเหมาะสม และสามารถตรวจสอบได้ อีกทั้งต้องมีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้เร็วตามสถานการณ์ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว

มากต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ฉะนั้นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จึงต้องได้รับการผลักดันให้เกิดเป็นรูปธรรม

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยในระดับโลก ทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว นอกจากนี้กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยนับเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศที่สามารถสร้างรายได้หลักเป็นจำนวนมหาศาล ทั้งในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ระดับรากหญ้า อีกทั้งยังเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นตัวเชื่อมโยงและประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักอาศัย ธุรกิจการเงิน อุตสาหกรรมการผลิตของที่ระลึก และธุรกิจ MICE เป็นต้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของประเทศอย่างเต็มศักยภาพแล้ว การท่องเที่ยวยังเป็นสาขาการผลิตที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ให้มีการขยายตัวตามไปด้วย แม้ธุรกิจนำเที่ยวจะเป็นตัวเชื่อมโยงที่สำคัญที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หากแต่เป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการขนาดเล็กเป็นจำนวนมาก มีการแข่งขันรุนแรงด้านราคา ขาดการควบคุมมาตรฐาน ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบแก่ธุรกิจอื่นๆ ในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เช่นกัน จึงเป็นประเด็นท้าทายอีกประเด็นหนึ่งที่ต้องจัดการแก้ไข แต่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็มีปัจจัยสำคัญที่เป็นทรัพยากรพื้นฐาน (Basic resources) ที่สามารถส่งผลต่อการขยายตัวได้ดี เช่น การมีที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม เป็นเขตภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้นจำนวนมากและหลากหลาย ตลอดจนมีวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีที่น่าสนใจ และประชากรมีเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่อ่อนน้อมและเป็นมิตรในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ตลอดทศวรรษที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่การขยายตัวดังกล่าวกลับอยู่บนพื้นฐานและพึ่งพิงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างฟุ่มเฟือยและขาดการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพดีดั้งเดิมและไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม การท่องเที่ยวของไทยจึงมีแนวโน้มที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพต่ำลง ราคาถูกลง ไม่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำ ไม่มีความแปลกใหม่และความหลากหลายเพิ่มเติม ตลอดจนไม่มีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยไม่คำนึงถึงการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนในระยะยาว และขาดการวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่เป็นระบบอย่างมีบูรณาการที่แท้จริง ทำให้ไม่สามารถนำแผนไปปฏิบัติอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องให้เกิดผลสัมฤทธิ์ได้อย่างครบวงจร ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศต้องประสบปัญหาในเชิงคุณภาพ ก่อให้เกิดการใช้ต้นทุนในการจัดการเพิ่มสูงขึ้น จนความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวของไทยได้กลายเป็นจุดอ่อนในระยะยาว (Our strength has become our weakness) ดังนั้นเพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถคงอัตราการเติบโตที่สูงเช่นนี้และก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ประเทศไทยจำเป็นต้องคำนึงถึงประเด็นสำคัญ (Critical Issues) ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน

นอกจากปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ตลอดจนสถานการณ์หรือวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลกระทบได้โดยตรงเนื่องจาก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความอ่อนไหว (Sensitive) ต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ เช่น สงคราม การก่อความไม่สงบ ความสับสนทางการเมือง โรคระบาด ภัยธรรมชาติ ความไม่มั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สินค้าและบริการที่ลอกหลวง เป็นต้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีแผนรองรับวิกฤตการณ์ (Crisis Planning) เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด เพื่อมิให้เกิดความตื่นตระหนกในอุตสาหกรรมและเพื่อป้องกันผู้ประกอบการฉวยโอกาสในด้านราคา ซึ่งไม่เป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมในระยะยาว จึงนับเป็นความท้าทายอย่างยิ่งอีกประการหนึ่งที่จะต้องมีการวาง ยุทธศาสตร์ในระยะปานกลาง เพื่อเตรียมการรองรับให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยสามารถปรับตัวและเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้ และยังคงสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของกระแสเศรษฐกิจโลกที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) ซึ่งขึ้นอยู่กับทุนทางทรัพยากรมนุษย์ ไม่ขึ้นอยู่กับทุนทางการเงินอีกต่อไป ดังนั้นการพัฒนา และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นที่ควรศึกษา เพื่อหาแนวทางพัฒนาให้มีความเป็นสากลที่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างเหมาะสมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการศึกษาค้นคว้านี้คือ

1.2.1 เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและสถานภาพของการท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน

โดยจะศึกษา ประเมิน และวิเคราะห์กระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ สถานภาพและแนวโน้มของการท่องเที่ยวตลอดจนสภาพปัญหาอุปสรรคการท่องเที่ยวไทย ทั้งในระดับมหภาค (Macro) และระดับจุลภาค (Micro) ที่มีผลกระทบต่อการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย การศึกษาและวิเคราะห์นี้จะอาศัยองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในปัจจุบันและแนวโน้มสถานการณ์โลกมาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ

1.2.2 เพื่อทบทวนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาและนโยบายตลอดจนยุทธศาสตร์ภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

โดยการศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาท่องเที่ยวของไทยตามนโยบายภาครัฐที่ผ่านมาหรือที่กำหนดใช้ในอนาคต ตลอดจนวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ เพื่อ

ประเมินความเหมาะสมและการกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์การแข่งขันด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทย

1.2.3 เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์เกี่ยวกับทิศทางการพัฒนา

ปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทยไปสู่ระดับสากล ทั้งนี้จะครอบคลุมประเด็นหลัก (Critical Issues) ที่จะยกระดับ ความสามารถการแข่งขันของประเทศระยะเร่งด่วน และปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการวางรากฐานเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของประเทศไทย

1.3 แนวทางการศึกษา

1.3.1 ประเด็นการศึกษา / สมมติฐานการศึกษา (Hypothesis)

ศึกษาการพัฒนาและการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทย สภาพปัญหา อุปสรรค ปัจจัยหลัก และปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง นโยบายและยุทธศาสตร์ของภาครัฐ ตลอดจนสถานการณ์และแนวโน้มด้านการ ท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ตามนโยบายของรัฐบาล และทำการ วิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางและยุทธศาสตร์ในการสร้างข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทยกับนานาประเทศ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ของไทยให้มีการขยายตัวและสร้างรายได้หลักของประเทศอย่างยั่งยืน

1.3.2 แนวคิด/ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์

เนื่องจากการศึกษานี้จะหาแนวทางเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) จึงเห็นควรใช้กรอบแนวคิด Clusters และ Diamond model ของ Prof. Porter แห่ง มหาวิทยาลัย Harvard เป็นหลักเนื่องจากเป็นแนวคิดที่มองอย่างองค์รวม ซึ่งเหมาะสมกับสถานการณ์ ของเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ซับซ้อนและเชื่อมโยงกันมากขึ้น โดยแนวคิดนี้ให้ความสำคัญและคำนึงถึง ความเชื่อมโยงกันระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและเน้นในการสร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) ที่ดีที่จะผลักดันให้เกิดการพัฒนาความสามารถการแข่งขันของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน โดยใช้ทฤษฎีและแนวคิดอื่นๆ ทางเศรษฐศาสตร์ สังคม ธุรกิจ เป็นต้น เป็นส่วนประกอบ ส่งเสริมและสนับสนุนเพิ่มเติมให้มีความกว้างและสมบูรณ์มากขึ้น

1.4 วิธีการศึกษา

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) แบบวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และ ศึกษาวิจัยในรูปแบบพรรณนา (Descriptive Research) โดยจะใช้ข้อมูลจากเอกสารของหน่วยงานต่างๆ และ

ข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมาประกอบ เช่น วรรณสาร ข่าว ข้อความสัมภาษณ์ การสัมมนา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ (Analysis) บ่งชี้ประเด็นสำคัญและเป็นพื้นฐานสำหรับการตั้งสมมุติฐาน

1.5 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตการศึกษานี้แบ่งได้เป็นสามส่วนที่สำคัญ คือ ส่วนที่หนึ่งภาพรวมของการแข่งขันในระดับมหภาค และระดับอุตสาหกรรมรายสาขาด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยในระดับมหภาค จะวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงกว้างต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ขณะที่การศึกษาในอุตสาหกรรมรายสาขาด้านการท่องเที่ยวจะวิเคราะห์และประเมินปัจจัยหลักต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ส่วนที่สอง เป็นการทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาครัฐ พร้อมทั้งบ่งชี้ประเด็นหลักที่มีผลต่อการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ส่วนที่สาม จะเป็นการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และเหตุเตือนภัยหรือวิกฤตการณ์ ตลอดจนประเมินศักยภาพและปัจจัยหลักต่างๆ เพื่อการให้ข้อเสนอแนะ และแนวทางเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องจนเป็นสาขาบริการที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศต่อไปได้อย่างยั่งยืน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 คาดว่าจะเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่ทางวิชาการ

สำหรับผู้สนใจศึกษา ค้นคว้าให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เพื่อประกอบการเรียน การสอน หรือเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน และกิจการที่เกี่ยวข้องสำหรับผู้ปฏิบัติงาน ผู้ประกอบการ หรือองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

1.6.2 คาดว่าจะมีส่วนกระตุ้นและก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม

การเผยแพร่ผลการศึกษายกจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมจากประชาชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรพัฒนาต่างๆ และให้เกิดความตระหนักในบทบาทและความสำคัญในการร่วมกันสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย และพัฒนาให้มีความมั่นคงยั่งยืนต่อไป

1.6.3 คาดว่าจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของภาครัฐ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาจะก่อให้เกิดแนวทางหรือยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย และสามารถนำไปใช้ในการกำหนด หรือปรับปรุงนโยบาย แนวทาง และยุทธศาสตร์ของภาครัฐให้เหมาะสม

บทที่ 2

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการแข่งขันและการท่องเที่ยว

2.1 กรอบแนวคิดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

2.1.1 ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน

ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน หรือ Competitiveness ยังไม่มีนิยามที่ชัดเจนในการอธิบายความหมาย แต่ในความเข้าใจแรกมักถูกจำกัดอยู่เพียงแค่ส่วนแบ่งการตลาดสินค้าและบริการในตลาดโลก โดยการส่งออกให้มากที่สุดและนำเข้าให้น้อยที่สุด จนก่อให้เกิดปัญหาของการหาคำทางการค้าระหว่างประเทศ ทำให้มีลักษณะเป็นเรื่องของ Zero-sum Game ที่แต่ละประเทศแข่งขันจนมีทั้งผู้ชนะและผู้แพ้ในการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดโลกจนรัฐบาลหลายประเทศใช้นโยบายแทรกแซงระบบเศรษฐกิจในประเทศ จึงนำไปสู่การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจที่ผิดพลาด ซึ่งแท้ที่จริงเป้าหมายของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศคือ การยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชนโดยวิธีการให้ความสำคัญกับที่มาหรือปัจจัยที่กำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันมากกว่า และปัจจัยดังกล่าวคือ ผลผลิตหรือประสิทธิภาพการผลิต (Productivity) ซึ่งวัดจากมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการที่ผลิตได้เทียบกับปริมาณปัจจัยการผลิตที่ใช้ไปหนึ่งหน่วย ดังนั้นผลผลิตของประเทศจึงขึ้นอยู่กับทั้งราคาของสินค้าและบริการที่ประเทศจะขายได้ และประสิทธิภาพในการใช้ปัจจัยการผลิต จากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ประเทศที่มีผลผลิตสูงจะมีค่าเงินที่แข็งแกร่งและท้ายสุดก็จะมีมาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้นตามมา การยกระดับผลผลิตจึงควรเป็นเป้าหมายของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไม่ใช่การส่งออก การมีผลผลิตที่สูงขึ้นนั้นจะนำไปสู่ค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น และส่งผลให้มาตรฐานการครองชีพของประชาชนในประเทศดีขึ้นในที่สุด¹

การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ ซึ่งเดิมมีแนวคิดมุ่งเน้นที่ “ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)” โดยมองว่าความสามารถในการแข่งขันเกิดจากการได้เปรียบทางด้านปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่มีอยู่ (Factor Endowment) เป็นหลัก แต่ปัจจุบันการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้เปลี่ยนไปเป็นมุ่งเน้น “ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage)” ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยี ทักษะแรงงาน ระบบการบริหารจัดการที่ดี และการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อนำไปสู่การเพิ่มผลผลิต อันเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการ

¹ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย, รายงานฉบับสมบูรณ์ เล่ม 1 การศึกษาในระดับมหภาค เสนอต่อ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, (สิงหาคม 2546), หน้า 9.

แข่งขันของประเทศ และนำไปสู่มาตรฐานการดำรงชีวิตที่สูงขึ้นของประชาชน หลายฝ่ายจึงตระหนักว่า หัวใจของความสามารถในการแข่งขันอยู่ที่ระดับประสิทธิภาพ (Efficiency) และการได้ดูแลการค้าเพิ่มขึ้น ไม่ได้หมายความว่าประเทศนั้นจะต้องมีประสิทธิภาพการผลิตโดยรวมที่สูง นั่นหมายถึงการมองเรื่องความสามารถในการแข่งขันของประเทศใดประเทศหนึ่งควรที่จะต้องมองถึงสมรรถนะ และความพร้อมของระบบเศรษฐกิจทั้งระบบในเชิงพลวัต เปรียบเทียบ ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่ต่างมองเห็นประเด็นที่จะต้องมีความเชื่อมโยงกันระหว่างการค้าระหว่างประเทศ และความเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) กับการปรับปรุงมาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรส่วนใหญ่ พื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืน เช่น การคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการพิทักษ์สิทธิมนุษยชน เป็นต้น กรอบแนวคิดดังกล่าวจึงเป็นที่มาของนิยามที่นักเศรษฐศาสตร์ นักบริหาร องค์กร และสถาบันต่างๆ ได้ให้ความหมายของความสามารถในการแข่งขันที่กว้างขวางขึ้น เช่น สถาบัน **World Economic Forum (WEF)** หมายถึง ความสามารถของประเทศไทยในการเสริมสร้างและรักษามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจไว้ได้ในระยะยาว โดยเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศคู่แข่ง ในขณะที่ **Paul Krugman (1994)** นิยามไว้ว่า คือความสามารถของประเทศในการผลิตสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาดโลก ควบคู่กับการทำให้พลเมืองของประเทศพอใจกับมาตรฐานการครองชีพที่เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับที่ **รศ.ดร.ติรณ พงศ์มพัฒน์** ให้นิยามไว้ว่าเป็นความสามารถของประเทศในการผลิตสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของตลาดโลก และในขณะเดียวกันทำหน้าที่เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ประเทศสามารถรักษาและขยายรายได้ที่แท้จริง และเนื้อหาใน **สมุดปกขาวการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศที่จัดทำขึ้น** โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ครอบคลุมทั้งเรื่องความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ (International Competitiveness) และความสามารถในการแข่งขันในระดับชาติ (National Competitiveness)²

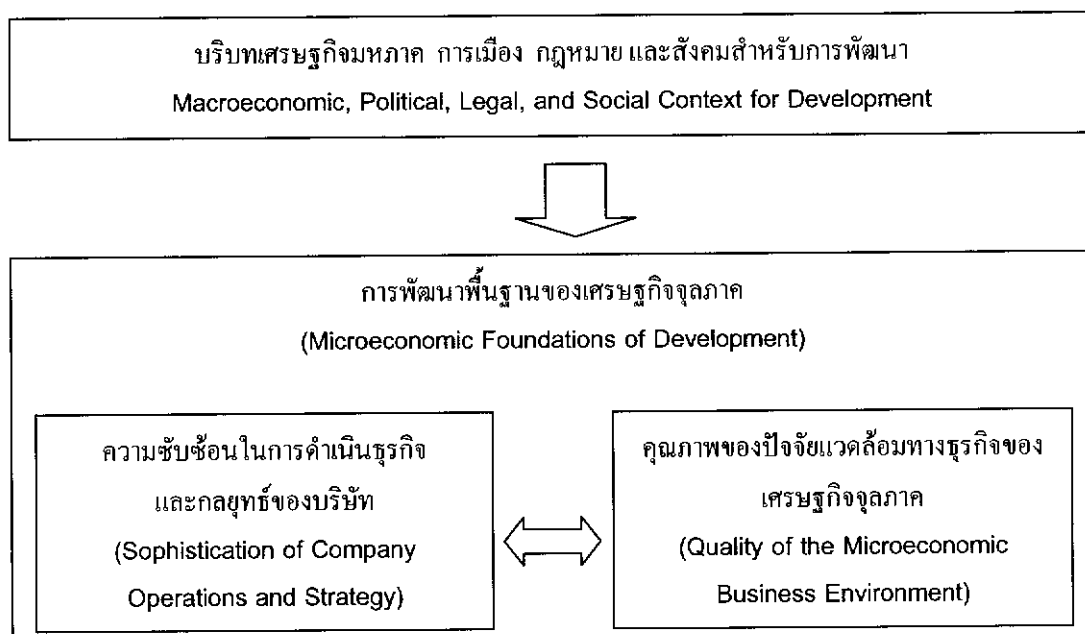
2.1.2 ทฤษฎี *Diamond Model*

สำหรับผู้นำแนวคิดทางด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อันเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางทั่วโลกว่าสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันคือ Professor Michael E. Porter ศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เจ้าของแนวคิด Clusters และ Diamond Model ที่เป็นแนวคิดมองอย่างองค์รวม ซึ่งเหมาะสมกับสถานการณ์ของเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ซับซ้อนและเชื่อมโยงกันมากขึ้น โดยมีประเทศทั้งที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนาได้นำไปใช้ในการวางยุทธศาสตร์ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เนื่องจากแนวคิดนี้มีความเชื่อว่าความมั่งคั่งของประเทศในระยะยาวและคุณภาพชีวิตของประชาชนจะถูกกำหนดจากผลิตภาพ (Productivity) ที่เป็นมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นต่อหน่วยของแรงงานและทุนของประเทศ ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณภาพและ

² สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, *ทิศทางกรพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากลเพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์*, กลุ่มที่ 5. (เอกสารการสัมมนาวิชาการ ประจำปี 2545), หน้า 3.

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพในการใช้ปัจจัยการผลิต ผลผลิตภาพในการใช้ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Productivity) ที่เป็นตัวกำหนดอัตราค่าจ้าง ผลผลิตภาพของทุน (Capital Productivity) ที่เป็นปัจจัยกำหนดผลตอบแทนที่จะกลับสู่ผู้ถือหุ้นหรือผู้ลงทุน การมีผลิตภาพที่สูงไม่ใช่เพียงช่วยส่งเสริมการยกระดับรายได้ให้สูงขึ้นเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ประชาชนในประเทศมีเวลารว่างมากขึ้น รัฐบาลก็สามารถเก็บภาษีได้มากขึ้น และสามารถจัดหาบริการสาธารณะแก่ประชาชนได้ดีขึ้น ส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนทั้งด้านสุขภาพ ความปลอดภัย โอกาสที่เท่าเทียมกัน และการมีสภาพแวดล้อมที่ดี ดังนั้น Prof. Porter จึงให้ความสำคัญกับแนวคิดของการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่เน้นการพัฒนาความเข้มแข็งในระดับจุลภาค คือ ระดับธุรกิจ โดยปัจจัยทางด้านมหภาค ได้แก่ เศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมาย จะต้องมีเสถียรภาพและเหมาะสมที่จะเอื้อต่อการดำเนินงานภาคธุรกิจ ในระดับจุลภาค (ภาพที่ 1)

ภาพที่ 1 The Competitiveness Paradigm



ตามแนวคิดดังกล่าว ปัจจัยกำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของประสิทธิภาพในการผลิตของประเทศจึงประกอบด้วยบริบทของเศรษฐกิจมหภาค และพื้นฐานของเศรษฐกิจระดับจุลภาค ซึ่งถือได้ว่าเป็นบริบทหลักที่กำหนดประสิทธิภาพการผลิตหรือขีดความสามารถของประเทศที่แท้จริง โดยประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ (1) ความซับซ้อนในการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัท และ (2) คุณภาพของปัจจัยแวดล้อมของธุรกิจระดับเศรษฐกิจจุลภาค การที่ประเทศไทยจะมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงได้นั้น บริษัทในประเทศจะมีบทบาทสำคัญอย่างมาก ซึ่งหากบริษัทส่วนใหญ่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงจะสะท้อนการมีผลิตภาพที่สูง ก็จะส่งผลให้

อุตสาหกรรมนั้นมีความสามารถในการแข่งขันสูง และท้ายที่สุดจะส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในภาพรวม และบริษัทที่มีผลิตภาพที่สูงส่วนใหญ่จะมีระดับความซับซ้อนในการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์มาก ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากหลายด้าน เช่น การเน้นการสร้างตราผลิตภัณฑ์ของตนเอง การผลิตสินค้าและบริการที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Oriented) การมีช่องทางกระจายสินค้าและขอบเขตของตลาดต่างประเทศกว้าง การให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร และการพัฒนาระบบการบริหารจัดการอย่างเป็นมืออาชีพ เป็นต้น แนวคิดของความสามารถในการแข่งขันนอกจากจะกล่าวถึงในระดับประเทศแล้วยังขยายขอบเขตครอบคลุมทั้งในระดับบริษัทหรือผู้ประกอบการ และระดับอุตสาหกรรม โดยในระดับบริษัทหรือผู้ประกอบการ ความสามารถในการแข่งขันคือ ความสามารถที่จะผลิตผลิตภัณฑ์และให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่ากันหรือดีกว่าคู่แข่ง โดยมีตัวชี้วัดความสำเร็จคือผลกำไร อัตราส่วนส่งออกของการผลิตและส่วนแบ่งในตลาดโลกหรือตลาดภูมิภาค สำหรับในระดับอุตสาหกรรม ความสามารถในการแข่งขันคือ ความสามารถของบริษัทของประเทศที่จะประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งต่างชาติในอุตสาหกรรมนั้นๆ ตัวชี้วัดคือผลกำไร คุณภาพของประเทศไทยในอุตสาหกรรมนั้น ราคา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ³

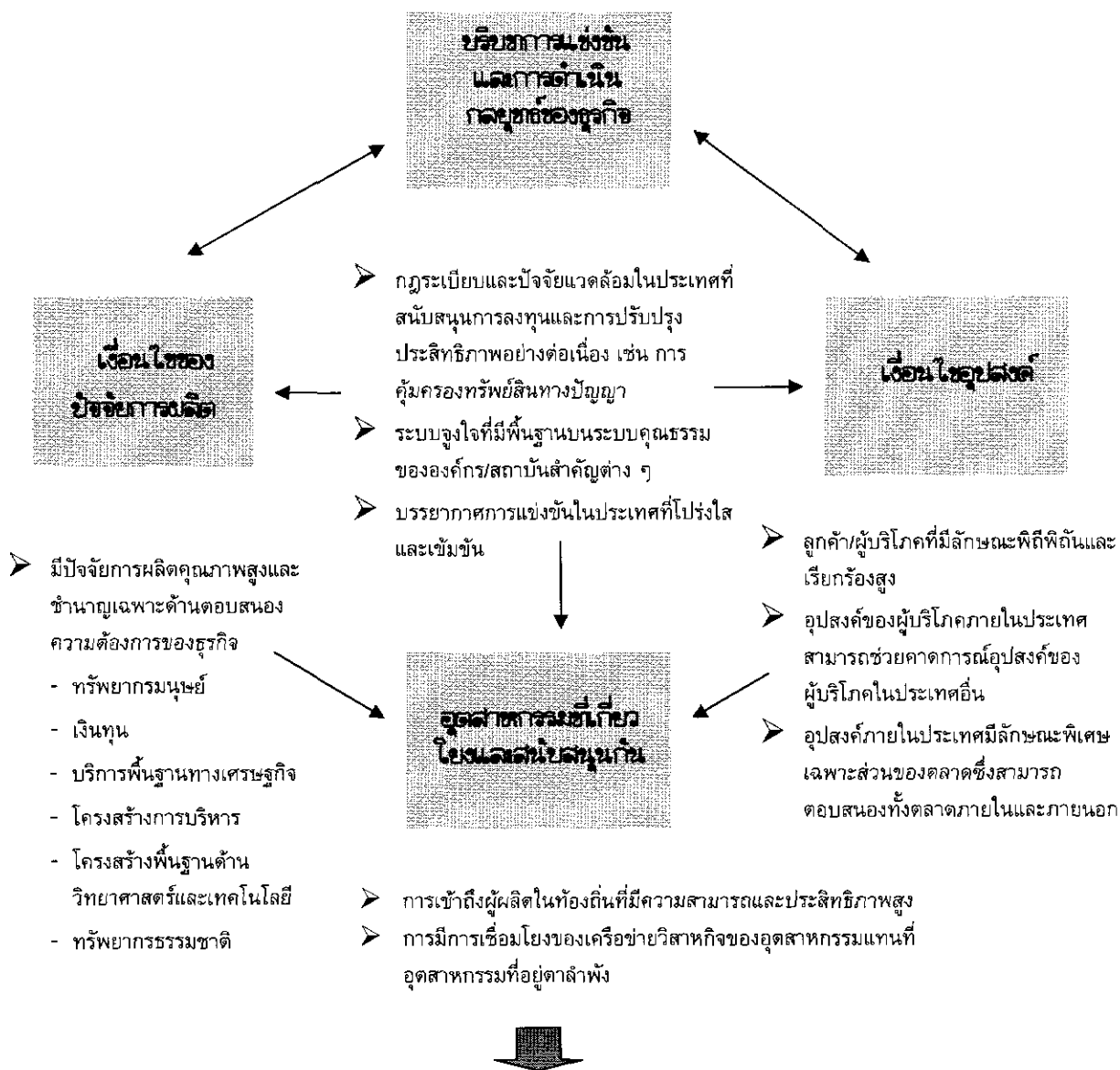
ตามแนวคิดของ Prof. Porter จะใช้กรอบแนวคิด Diamond Model ที่มีหลักการสำคัญคือ โครงสร้างเศรษฐกิจมหภาคที่ตื้นเขินเป็นปัจจัยจำเป็นสำหรับการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน แต่ยังไม่เพียงพอ หากยังขึ้นกับความสามารถในการพัฒนารากฐานการแข่งขันในเศรษฐกิจระดับจุลภาคของประเทศ โดยการสร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่จะกระตุ้นและส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตของผู้ประกอบการ พร้อมทั้งยกระดับการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง และปัจจัยพื้นฐาน 4 ด้านที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมหรือบริษัทที่ประกอบการในอุตสาหกรรมนั้น ได้แก่

- 1) เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
- 2) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)
- 3) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)
- 4) บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Context for Firm Strategy and Rivalry)

(ภาพที่ 2)

³ เรื่องเดียวกัน, หน้า 4.

ภาพที่ 2 Diamond Model⁴



* การพัฒนาเศรษฐกิจที่ประสบความสำเร็จเป็นกระบวนการเพิ่มผลิตภาพของระบบเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องซึ่งมีผลทำให้สภาพแวดล้อมการค้าเงินธุรกิจพัฒนาไปในทิศทางที่สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้น

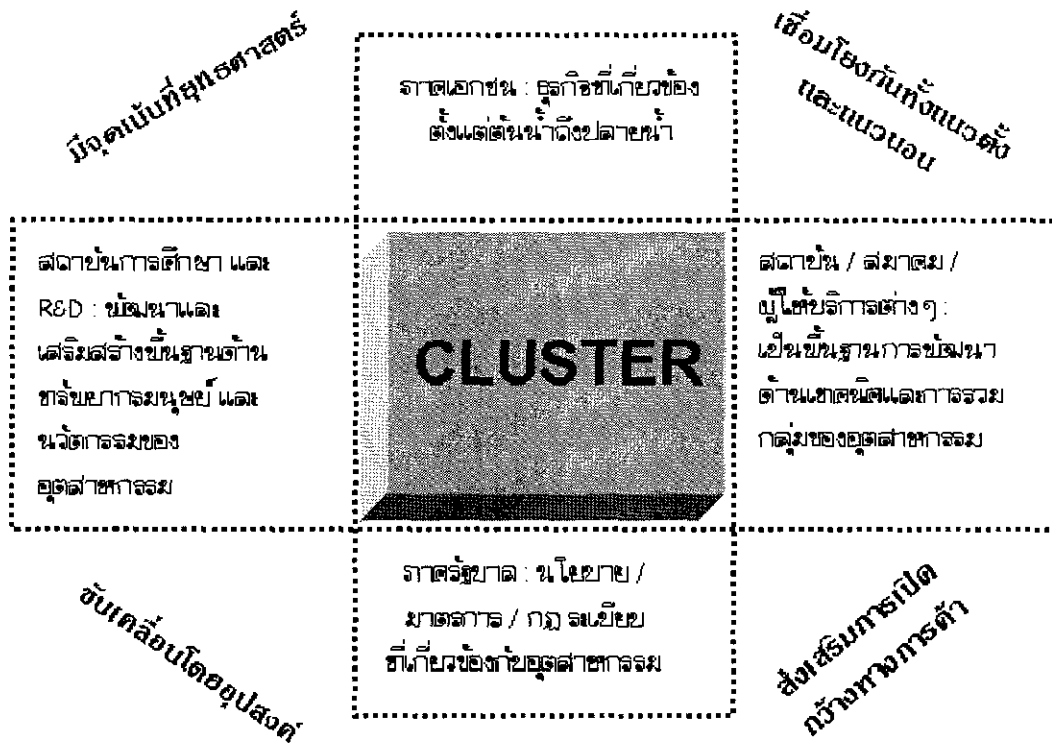
2.1.3 เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)

อาจมีหลายฝ่ายตั้งคำถามว่าทำไมต้อง Cluster เนื่องจากปัจจุบันมีการพูดถึงการพัฒนาแบบคลัสเตอร์อย่างกว้างขวางจนกลายเป็นแฟชั่น คลัสเตอร์ คืออะไร และมีความสำคัญหรือประโยชน์อย่างไรต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นประเด็นที่น่าสนใจและควรต้องทำความเข้าใจ

⁴ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย, รายงานฉบับสมบูรณ์ เล่ม 1 การศึกษาในระดับมหภาค เสนอต่อ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, หน้า 43.

ที่ตรงกันทุกฝ่าย “คลัสเตอร์” ตามความหมายของ Prof. Porter คือกลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวกันอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographical Proximity) และมีการเชื่อมโยงกันด้วยการมีปัจจัยที่ร่วมกัน (Commonality) และเสริมซึ่งกันและกัน (Complementarity) (ภาพที่ 3)

ภาพที่ 3 องค์ประกอบของคลัสเตอร์



การอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันทำให้เอื้อต่อการสร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการและองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถเชื่อมโยงทั้งแนวดิ่งและแนวนอน (Vertical and Horizontal Linkages) แนวดิ่งได้แก่ การเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ แนวนอนได้แก่ การเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนา รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่างๆ ความร่วมมือที่เกิดขึ้นนี้เป็นความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขันกัน (Co-opetition) คลัสเตอร์จึงไม่ใช่ระบบผูกขาดทางการค้าเพื่อผลประโยชน์เฉพาะกลุ่ม แต่เป็นการร่วมกันกำหนดทิศทางและเป้าหมายร่วม (Core Objective) กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาร่วมกัน รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่างๆ ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตหรือผลิตภาพโดยรวม (Collective Efficiency/Productivity) ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการที่อยู่ในคลัสเตอร์สามารถร่วมกันลงทุนในการวิจัย

และพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า ทำให้ประหยัดต้นทุนในการพัฒนาได้ ในขณะที่ยังคงแข่งขันในด้านประสิทธิภาพในการผลิตสินค้านั้น หรือผู้ประกอบการจัดตั้งน้ำและปลายน้ำสามารถร่วมกันวางแผนการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตและจำหน่ายสินค้าตลอดสาย เป็นต้น นอกจากนี้การรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ยังทำให้เกิดการกระจายของความรู้ใหม่ (Spur of knowledge) เพราะเมื่อผู้ประกอบการรายใดคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ผู้ประกอบการรายอื่นก็สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดได้ ซึ่งจะส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม (Innovation Driven Economy) อีกด้วย⁵

การวาง Cluster จะต้องวางในเชิงพื้นที่ และเชิงอุตสาหกรรมไปพร้อมกันให้เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย เพื่อที่จะได้มีการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) ไปตามความถนัดของแต่ละพื้นที่และสาขา ดังนั้นเรื่อง Cluster จะเป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดพลัง เพราะมีความเชื่อมโยงร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ รวมทั้งเป็นการกระจายความมั่งคั่งและกระจายโอกาสด้วย และ Cluster เป็นเพียงวิธีการหนึ่งในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะต้องพิจารณาเรื่องต่างๆ ในเชิงของการดำเนินการร่วมกัน (Collective Action) เพื่อให้เกิดพลังจึงทำให้ต้องมองในเชิง Cluster ขนาดของธุรกิจจะไม่เป็นสิ่งสำคัญอีกต่อไป ธุรกิจจะแข่งขันด้วยสมอง ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม เป็นการแข่งขันในระหว่าง Cluster เมื่อมารวมมือกันเป็นเครือข่ายและมีการแบ่งงานกันทำตามความถนัดก็จะทำให้เกิดพลัง ทั้งยังเกิดการกระจายโอกาสและรายได้อีกด้วย ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากสอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนาในอนาคต โดยหาวิธีสร้างสภาพแวดล้อมที่ทำให้วิสาหกิจต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ร่วมมือกันในทิศทางที่จะทำให้เกิดนวัตกรรม และเกิดการแบ่งปันปัจจัยต่างๆ เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจนั้นๆ⁶

การรวมกลุ่มในลักษณะ Cluster สามารถสร้างขึ้นได้ โดยต้องเป็นกระบวนการ Clustering และมีขั้นตอนในการสร้าง ซึ่งไม่ใช่สิ่งสำเร็จรูปที่สามารถนำมาใช้ได้ทันที และในขั้นตอนการสร้างกระบวนการ Clustering นั้น ประการแรก จะต้องเป็นสิ่งซึ่งมีอยู่แล้ว ไม่ใช่สิ่งที่พยายามสร้างขึ้นใหม่ และประการที่ 2 จะต้องไม่เป็นการสั่งการจากรัฐบาลแบบบนลงล่าง แต่จะต้องเป็นความต้องการโดยตรงของผู้ประกอบการ ซึ่งในกลุ่มของผู้ประกอบการจะต้องมีคนที่มีภาวะผู้นำ กล้าที่จะคิดไปข้างหน้าและกล้าที่จะทำเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก กระบวนการ Clustering จะก่อให้เกิดเป็นกลยุทธ์ ซึ่งทุกคนจะต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์นั้น สำหรับธุรกิจที่ปรับตัวไม่ได้ก็ต้องเลิกกิจการไป ส่วนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ก็จะได้รับสัญญาณที่ถูกต้อง และวางบทบาทของตนเองได้ถูก เพราะฉะนั้นกลยุทธ์กับกระบวนการ Clustering จะเป็นการดึงส่วนต่างๆ ที่เรามีอยู่ให้เข้ากันเป็นชุด (Package) เป็น

⁵ ปิยะนิตย์ โอนพรัตน์วิบูล, “คลัสเตอร์ แนวทางการพัฒนาเชิงบูรณาการกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนของการท่องเที่ยวภูเก็ต”, *เศรษฐกิจและสังคม* 40 (5 พฤศจิกายน – ธันวาคม 2546) : 29.

⁶ นิตยา กมลรัตนนิศา, “ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน”, *เศรษฐกิจและสังคม* 40 (1 มีนาคม – เมษายน 2546) : 11-12.

แผนงาน และมีเป้าหมายที่ชัดเจน อย่างไรก็ตาม Clustering เป็นผลสุทธิของวิถีคิดและวิธีทำ ซึ่งขณะนี้หลายประเทศยังประสบปัญหา กล่าวคือในด้านวิถีคิด ประเทศส่วนใหญ่มักมองเห็นรัฐเป็นเสมือนพ่อที่ต้องคอยคุ้มครอง และพึ่งรัฐในการผลิตอย่างเดียว โดยไม่คิดพัฒนาตัวสินค้า และไม่หาตลาด สำหรับด้านวิธีทำ โดยเฉพาะการวางแผนโดยรวม ประเทศเหล่านี้ไม่เคยคิดที่จะรวมกลุ่มการผลิตในรูปแบบของ Cluster ไม่เคยคิดเรื่องกลยุทธ์ ยังมองแยกเป็นรายสาขาและบริการจากบนลงล่าง ฉะนั้นกรอบการชี้นำของรัฐก็จะกลมกลืนกับแนวคิดของการสร้างความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบแบบเดิม⁷

2.1.4 องค์ประกอบของเครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจที่เป็นธุรกิจหลัก ธุรกิจรอง ธุรกิจที่ให้บริการสนับสนุน และซัพพลายเออร์ ตลอดจนสถาบัน หน่วยงาน และองค์กรต่างๆ ดังนี้

1) **ธุรกิจหลัก (Primary Core Activities)** เป็นธุรกิจที่ให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นหลัก คือ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการเดินทางระหว่างประเทศ และธุรกิจที่พักอาศัย

2) **ธุรกิจรอง (Secondary Core Activities)** คือธุรกิจที่ให้บริการทั้งนักท่องเที่ยว และประชาชนท้องถิ่นทั่วไป ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีกและการจำหน่ายขายของที่ระลึก ธุรกิจภัตตาคาร / ร้านอาหาร ธุรกิจสวนสนุก แหล่งบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ ธุรกิจเดินทางภายในประเทศ

3) **ธุรกิจที่ให้บริการสนับสนุน (Service Providers)** ได้แก่ ธุรกิจการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ธุรกิจขนส่งมวลชน ธุรกิจการเงินและการแลกเปลี่ยนเงินตรา และธุรกิจ MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)

4) **ซัพพลายเออร์ (Suppliers)** ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมผลิตของที่ระลึก อุตสาหกรรมก่อสร้าง เป็นต้น

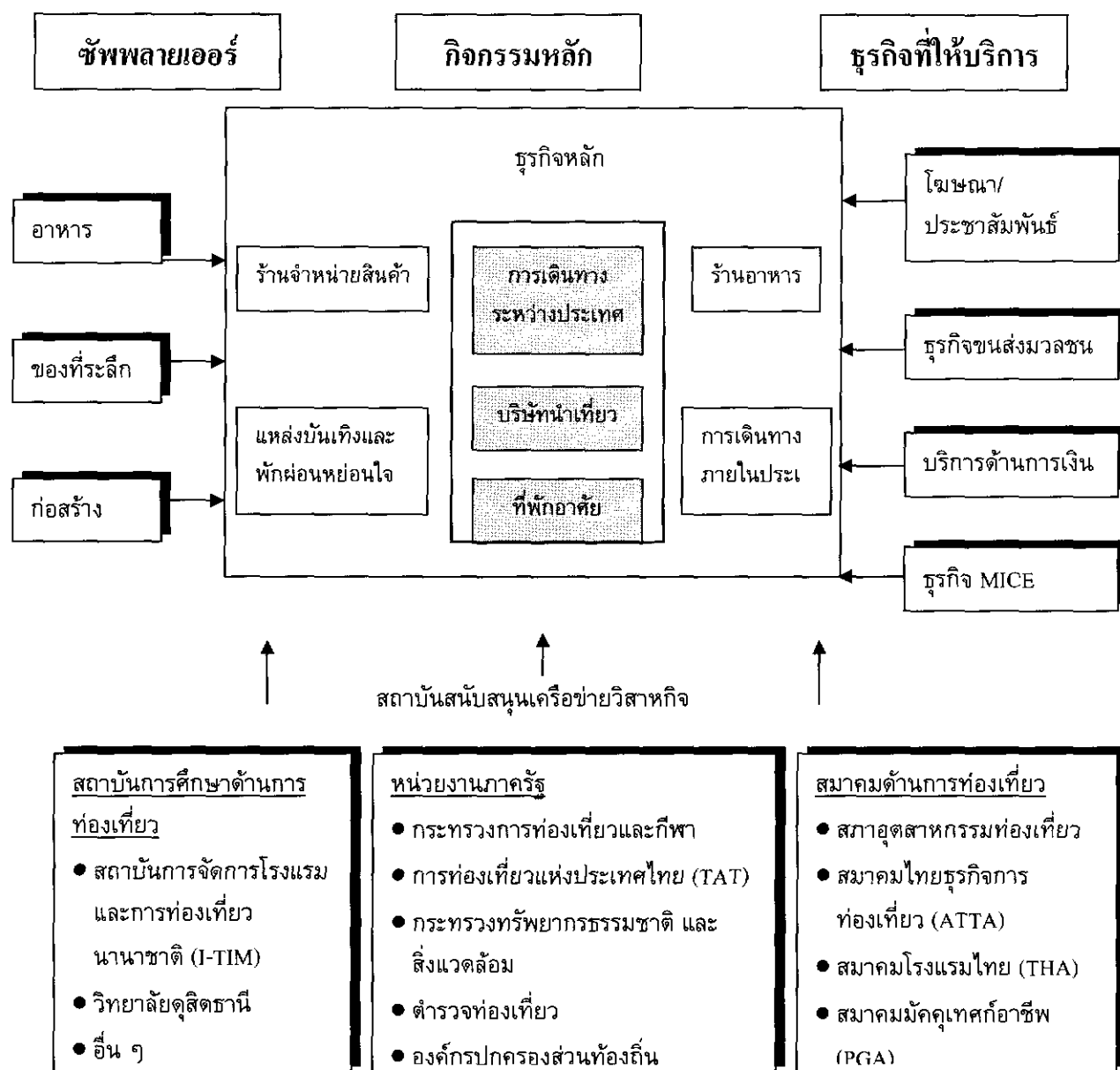
5) **สถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยว** ซึ่งมีทั้งที่เป็นสถาบันทั่วไป และสถาบันที่เปิดอบรมด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่น สถาบันการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวนานาชาติ วิทยาลัยดุสิตธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถาบันราชภัฏ เป็นต้น

6) **หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบโดยตรง** คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงคมนาคม กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆ เป็นต้น

7) **สมาคมและชมรมด้านการท่องเที่ยวต่างๆ** ซึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีสมาคมด้านการท่องเที่ยวอยู่จำนวนกว่า 200 สมาคม ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ซึ่งเป็นการรวมตัวกันในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับจังหวัด สู่อำเภอ ภูมิภาค และระดับประเทศ เช่น สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) สมาคมโรงแรมไทย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ เป็นต้น (ภาพที่ 4)

⁷ นิทยา กมลวาทินนิศา. “กระบวนการ Clustering คำตอบของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”, 15-18.

ภาพที่ 4 แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster map)⁸



2.2 พัฒนาการของระบบเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับปัจจัยขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขัน

ระบบเศรษฐกิจของประเทศใดประเทศหนึ่งจะมีพัฒนาการแบ่งเป็น 3 ชั้น ได้แก่ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยปัจจัยการผลิต เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยการลงทุน และเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม ซึ่งการพัฒนาของระบบเศรษฐกิจดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับปัจจัยในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่แตกต่างกัน ดังนี้

⁸

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, *โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย*, รายงานฉบับสมบูรณ์ เล่ม 2 การศึกษาในระดับมหภาค เสนอต่อ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, หน้า 7.

2.2.1 ระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยปัจจัยการผลิต (Factor-Driven Economy)

เป็นระบบเศรษฐกิจที่บริษัทส่วนใหญ่ในประเทศพึ่งพิงปัจจัยการผลิตขั้นพื้นฐาน เช่น ค่าจ้างแรงงานถูก และความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ เป็นปัจจัยในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น บริษัทส่วนใหญ่จึงมีลักษณะเป็นผู้รับจ้างผลิตสินค้า (Original Equipment Manufacturer : OEM) ที่ออกแบบโดยประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือมีฉะนั้นก็เป็นบริษัทในเครือของบริษัทต่างประเทศที่ย้ายฐานมาผลิตในประเทศ เทคโนโลยีที่บริษัทในประเทศใช้ส่วนใหญ่จึงเป็นเทคโนโลยีที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ หรือลอกเลียนแบบจากต่างประเทศ ในระดับการพัฒนาเศรษฐกิจในขั้นนี้ บริษัทต่างๆ จะแข่งขันกันด้วยราคามากกว่าคุณภาพ และไม่สามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคโดยตรงได้ และการผลิตในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) บริษัทต่างๆ จะจำกัดอยู่ที่ช่วงการผลิตที่ใช้แรงงานมากและมีมูลค่าเพิ่มต่ำ ระบบเศรษฐกิจแบบนี้มีมาก่อนไหวต่อความผันผวนของระบบเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะแนวโน้มราคาสินค้าในตลาดโลก และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

2.2.2 ระบบเศรษฐกิจขับเคลื่อนโดยการลงทุน (Investment Driven Economy)

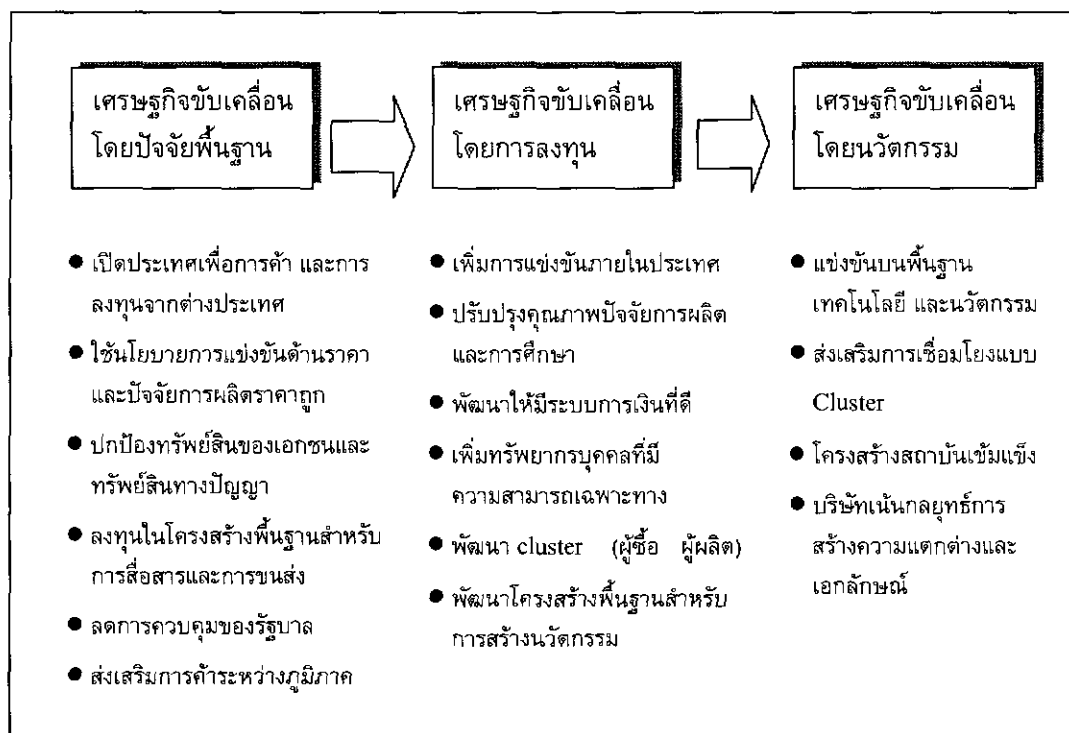
เป็นระบบเศรษฐกิจที่บริษัทต่างๆ เน้นการผลิตสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานเป็นปัจจัยในการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) สินค้าและบริการที่ผลิตส่วนใหญ่จะสลับซับซ้อนมากขึ้น แต่เทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบยังต้องพึ่งพิงต่างประเทศ และส่วนใหญ่ยังคงมาจากการซื้อ การร่วมทุน การลงทุนจากต่างประเทศ และการลอกเลียนแบบ บริษัทในระบบเศรษฐกิจในขั้นนี้ไม่ใช่แค่เพียงรับเทคโนโลยีจากต่างประเทศเท่านั้น แต่ยังมีความสามารถที่จะพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีดังกล่าวได้ด้วย สภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยรวมดังกล่าวจะก่อให้เกิดการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและวิธีการผลิตที่ทันสมัย อย่างไรก็ตาม บริษัทส่วนใหญ่ยังเป็นผู้ผลิตรับจ้างผลิต (OEM) อยู่ แต่จะขยายระดับศักยภาพในการแข่งขันในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) มากขึ้น นอกจากนี้ การผลิตยังคงจะกระจุกตัวอยู่ที่การผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ ทำให้อ่อนไหวต่อวิกฤตการณ์การเงินและปัจจัยภายนอก หรือภาวะอุปสงค์สินค้าจากต่างประเทศ ตัวอย่างของประเทศที่ประสบความสำเร็จและมีพัฒนาการระบบเศรษฐกิจอยู่ในระดับนี้คือ ประเทศไต้หวัน และสิงคโปร์ ซึ่งประเทศเหล่านี้ได้ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขั้นก้าวหน้าอย่างมากและต่อเนื่องเพื่อรองรับการผลิตแบบ OEM ให้กับบริษัทข้ามชาติ

2.2.3 ระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (Innovation-Driven Economy)

เป็นระบบเศรษฐกิจที่บริษัทต่างๆ สามารถจะคิดค้นสินค้าและบริการใหม่ได้เองด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยระดับโลก การใช้เทคโนโลยีขั้นสูงจะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยรวมเกิดขึ้นจากความเข้มแข็งของหน่วยธุรกิจทุกพื้นที่ในประเทศประกอบกับความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจ (Clusters) โครงสร้างของสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรมของธุรกิจในประเทศจะสูงด้วย บริษัทต่างๆ จะแข่งขันกันโดยใช้กลยุทธ์การสร้างแตกต่างและคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ (Unique Value) มากกว่า และ

โดยทั่วไปแล้วระบบเศรษฐกิจในขั้นตอนนี้จะมีสัดส่วนภาคบริการที่สูงและมีความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศที่สูง จึงไม่ค่อยอ่อนไหวกับความผันผวนของเศรษฐกิจภายนอกมากนัก (ภาพที่ 5)

ภาพที่ 5 การเปรียบเทียบระดับขั้นพัฒนาการเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยปัจจัยพื้นฐานกับการลงทุนและนวัตกรรมตามแนวคิดของ Professor Michael E. Porter⁹



2.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในการแข่งขัน

2.3.1 การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

จากความหมายของความสามารถในการแข่งขันตามที่กล่าวไว้ข้างต้น สรุปได้ว่าแนวคิดใหม่ส่วนใหญ่ นิยาม ความสามารถในการแข่งขันคือ ความสามารถของประเทศในการเสริมสร้างและรักษามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในระยะยาว ซึ่งจะต้องเป็นทั้งการแข่งขันระดับต่างประเทศที่เป็นความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลก (Export) ควบคู่กับการแข่งขันในระดับชาติ ที่จะก่อให้เกิดความพอใจและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของประชากร ในการสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้ในระยะยาวดังกล่าว ต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 10.

1) โอกาส (Opportunity) เป็นโอกาสของประเทศในตลาดโลก ที่เกิดจากกระแสโลกาภิวัตน์อันเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่สามารถที่จะใช้โอกาสดังกล่าวเป็นหนทางในการเพิ่มความสามารถการแข่งขันของประเทศที่จะนำไปสู่การสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ในระยะยาว อย่างไรก็ตามกระแสโลกาภิวัตน์ไม่ได้เพียงก่อให้เกิดโอกาส แต่อาจก่อให้เกิดข้อจำกัดของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ที่จำเป็นต้องคำนึงถึงและปรับตัวเพื่อเปลี่ยนข้อจำกัดดังกล่าวให้เป็นโอกาสของประเทศต่อไป

2) ความสามารถ (Capability) ของประเทศในปัจจุบันสนับสนุนต่างๆ (Enabling factors) ที่จะช่วยทำให้เกิดโอกาสที่มีอยู่สามารถนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ ซึ่งความสามารถจะประกอบด้วย ความสามารถที่มีอยู่แล้วซึ่งถือเป็นทุนของประเทศได้แก่ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางสังคม (Social Capital) ทุนทางกายภาพ (Physical Capital) ทุนทางการเงิน (Financial Capital) และความสามารถที่สร้างเพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับโอกาสที่ได้รับ

3) กลยุทธ์การพัฒนา (Strategy) เป็นกระบวนการที่จะวิเคราะห์และประมวลโอกาสและความสามารถที่มีอยู่ให้ออกมาในรูปของกลยุทธ์การพัฒนาที่เหมาะสม ภายใต้การกำหนดตำแหน่ง (Position) ของประเทศที่ชัดเจน เพื่อนำประเทศไปสู่การแข่งขันในระดับสากลที่เป็นในเชิงรุก (Offensive Strategy) ตามโอกาสและความสามารถที่มีอยู่และความสามารถที่จะพัฒนาให้ดีขึ้นได้ และในเชิงรับ (Defensive Strategy) เพื่อการรักษาและคงไว้ซึ่งความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศ สำหรับเป็นรากฐานของการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับประชาชนโดยทั่วไป¹⁰

2.3.2 เพิ่มมูลค่าผลผลิตด้วยฐานความรู้ (Value creation from knowledge application)

เศรษฐกิจโลกได้เคลื่อนสู่โลกของเศรษฐกิจฐานความรู้ ซึ่งมูลค่าของสินค้าและบริการที่มาจากปัจจัยนอกเหนือจากวัตถุดิบและแรงงานเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว สินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงจะประกอบด้วย การเพิ่มมูลค่าซึ่งมาจากเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาที่เพิ่มคุณภาพสินค้า การออกแบบ การสร้างตราสินค้าที่ผู้บริโภคให้ความไว้วางใจ ภาพพจน์ที่เข้ากับคุณค่าและค่านิยมของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นด้านวัฒนธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ดังนั้นมูลค่าเพิ่มจะตกเป็นของผู้ผลิตที่ใช้แรงงานและวัตถุดิบเพียง 1 ใน 3 ส่วนของผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเท่านั้น อีก 2 ใน 3 จะเป็นของผู้เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เช่น ผู้เป็นเจ้าของตราสินค้า ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร เป็นต้น และรวมถึงผลประโยชน์ที่ผู้เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญานี้จะสามารถสร้างความมั่งคั่งจากผลประโยชน์ในตลาดเงินได้ด้วย

10

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. *ทิศทาง การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากลเพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์*. กลุ่มที่ 5, หน้า 5.

ในอดีตประเทศไทยผลิตและขายสินค้าและบริการ โดยแรงงานและวัตถุดิบ จึงได้ผลประโยชน์ส่วนน้อยจากประโยชน์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดในห่วงโซ่การผลิต (value chain) ดังนั้นจึงต้องปรับระบบการผลิตและบริการ โดยการใช้พื้นฐานความได้เปรียบของเศรษฐกิจไทยที่มีอยู่ ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ลักษณะความเป็นไทย (Thai ness) มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ โดยใช้เทคโนโลยี องค์ความรู้ และการบริหารจัดการธุรกิจใหม่ๆ เข้าผนวกเพื่อให้เกิดสินค้าบริการที่มีมูลค่าสูงขึ้น ตรงกับแนวโน้มความต้องการบริโภคใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในโลก

การเพิ่มมูลค่าผลผลิตด้วยฐานความรู้จะต้องอาศัยการผลิตที่เป็น cluster คือมีการเชื่อมโยงของผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญหลายด้านที่มีความชำนาญเป็นพิเศษในการแต่ละทักษะและความรู้เพื่อพัฒนาสินค้าให้ก้าวหน้าและมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อการแข่งขันอยู่เสมอ องค์ประกอบที่หลากหลาย เช่น การออกแบบ การวิจัยและพัฒนาสินค้า และกระบวนการผลิต การตลาดและการขาย การระดมทุน การบริหาร logistics การผลิตวัตถุดิบ และการผลิตชิ้นส่วน เป็นต้น ซึ่งแต่ละทักษะเหล่านี้จะเป็นผู้เชี่ยวชาญ โดยเฉพาะสำหรับสินค้าและบริการตัวใดตัวหนึ่งอย่างละเอียด การรวมตัวเป็น cluster จึงเป็นทั้งการรวมตัวระหว่างผู้ผลิตทั้งจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตลอดจนภาคบริการในกระบวนการจัดจำหน่ายและพัฒนาสินค้า รวมถึงภาคการศึกษาที่มีส่วนในการผลิตและอบรมบุคลากร และวิจัยและพัฒนาอีกด้วย

การเพิ่มมูลค่าของผลผลิตด้วยฐานความรู้เป็นรูปแบบของธุรกิจที่ต้องนำมาใช้ในทุกสาขาการผลิตของประเทศทั้งเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งถ้าสามารถพัฒนาเข้าสู่รูปแบบของธุรกิจใหม่ได้ จะมีโอกาสในการเพิ่มมูลค่าของผลผลิตและสร้างการขยายตัวของเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยอีกมาก¹¹ แต่การเหลื่อมล้ำของความรู้ (Knowledge Divide) ในปัจจุบันจะเกิดทั้งในระดับระหว่างประเทศและในระดับประเทศ ซึ่งเกิดขึ้นจากความไม่เท่าเทียมกันของความสามารถและความจริงจังกในการพัฒนาองค์ความรู้ที่เกิดจากการศึกษา (Education) ข้อมูลข่าวสาร (Information) และการวิจัย (Research) ของประเทศหนึ่ง เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ และการพัฒนาองค์ความรู้ของคนในประเทศที่มีความแตกต่างกัน ทำให้ประเทศที่มีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องจะเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในสังคมเศรษฐกิจการเมืองโลกที่อาศัยองค์ความรู้ในการพัฒนามากกว่าปัจจัยทางทรัพยากร (Comparative Advantage) ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อประเทศต่างๆ และเมื่อหันมาพิจารณาทางเลือกในการแข่งขันบนอุตสาหกรรมฐานความรู้ (Knowledge-Based Industry) จะขึ้นอยู่กับทุนทางทรัพยากรมนุษย์ ไม่ขึ้นอยู่กับทุนทางการเงินเช่นในอดีต โดยมีกฎเกณฑ์นำไปสู่ความสำเร็จคือนวัตกรรม ดังนั้นการลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่ออนาคตของประเทศทั้งในเรื่องการศึกษา และการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีคุณภาพจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

11

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, *กรอบยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในระยะ 4 ปี (2548-2551)*, (2548), หน้า 43.

2.4 แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาประเทศในอดีตของไทยได้ให้ความสำคัญกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ คือสนับสนุนให้มีการเพิ่มปริมาณการผลิตอย่างรวดเร็วทั้งในด้านเกษตร อุตสาหกรรม และการให้บริการ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศโดยไม่มี การวางแผนการใช้ประโยชน์อย่างระมัดระวังและรอบคอบ ทำให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพที่ลดลง ปัญหามลพิษซึ่งเป็นผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคน นอกจากนี้พฤติกรรมการผลิตและการบริโภคที่ไม่เหมาะสมของคนในสังคมทำให้วิถีการดำเนินชีวิตขาดความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าต่างๆ บทเรียนที่ได้จากการพัฒนาในอดีตนำไปสู่แนวคิดในเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวคิดสากลที่เห็นความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม ในขณะที่เดียวกันก็ให้การคุ้มครองฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพื่อผลประโยชน์ของคนรุ่นต่อไป

การพัฒนาประเทศไทยสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนดังกล่าว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างดำเนินการเฉพาะในส่วนที่ตนรับผิดชอบ ยังขาดการประสานการพัฒนาอย่างเป็นบูรณาการ โดยเฉพาะยังขาดกรอบในการกำกับ ดูแล ตรวจสอบ และติดตามประเมินผล รวมทั้งยังไม่มีตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ชัดเจน แม้ว่าในปัจจุบันจะได้มีการพัฒนาตัวชี้วัดที่สะท้อนภาพรวมในหลายๆ ด้านขึ้นบ้างแล้วก็ตาม

2.4.1 กรอบแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทไทย

1) แนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย

มีแนวคิดมาจาก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่มีคุณภาพ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม การพัฒนาทั้ง 3 มิติ จะต้องเกื้อกูลและไม่เกิดความขัดแย้งซึ่งกันและกัน การพัฒนาเศรษฐกิจให้ขยายตัวอย่างมีคุณภาพและแข่งขันได้ จะต้องคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สามารถสงวนรักษาไว้ใช้ประโยชน์ได้อย่างยาวนาน และใช้ได้อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยไม่ส่งผลกระทบต่อความต้องการของคนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ทั้งนี้ต้องคงความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ และคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เป็นฐานการผลิตของระบบเศรษฐกิจและการดำรงชีวิตของมนุษย์ได้อย่างต่อเนื่องตลอดไป นอกจากนี้ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพคน และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน มีการปลูกฝังค่านิยมของคนไทยให้มีความพอเพียงและพึ่งตนเองได้ ขณะเดียวกันก็นำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมไทยมาใช้ในการดำเนินวิถีชีวิตอยู่ร่วมกันกับธรรมชาติได้อย่างเกื้อกูล สามารถปรับตัวรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงบนฐานของสังคมแห่งความรู้ ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างให้เกิดการพัฒนาที่มีคุณภาพระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชนและสังคมสันติสุขตลอดไป

2) เป้าประสงค์การพัฒนา

การพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนของประเทศไทยนั้นมีเป้าประสงค์ของการพัฒนา 4 ประการ ดังนี้

(1) *คุณภาพ* สังคมไทยมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น เป็นสังคมฐานความรู้ มีการพัฒนา ศักยภาพและการศึกษาได้ด้วยตนเอง มีการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามศักยภาพการผลิตในประเทศ โดยใช้ความได้เปรียบเชิงแข่งขันควบคู่กับผลิตภาพ เพิ่มผลผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และลดมลพิษเชิงป้องกัน

(2) *เสถียรภาพและการปรับตัว* เศรษฐกิจขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพ มีการสร้าง ภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจและสังคม โดยคำนึงถึงขีดจำกัดและความสามารถในการรองรับของ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาและการบริหารจัดการเศรษฐกิจระดับฐานรากอย่างครบ วงจร มีสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย มีการสร้างไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์อันเป็น มรดกดั้งเดิมของชาติ

(3) *การกระจายการพัฒนาอย่างเป็นธรรม* ประชากรมีสิทธิและหน้าที่ตลอดจนมี ความเท่าเทียมกันทั้งด้านเพศ อาชีพ รายได้ การศึกษา ความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีพ และบริการ พื้นฐานทางสังคม มีโอกาสในการเข้าถึงตลาดและการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม โดยคำนึงถึงความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน และสงวนรักษาทรัพยากรให้คนรุ่นอนาคต

(4) *ระบบบริหารจัดการที่ดี* ประชากรทุกภาคส่วนของสังคมมีโอกาสและสิทธิใน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจในด้านนโยบายสาธารณะ โดยผ่านการ บริหารจัดการและความร่วมมือแบบบูรณาการของสถาบันการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม อย่างจริงจัง

3) องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย

การพัฒนาที่ยั่งยืนตามกรอบแนวคิดเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ดังกล่าวข้างต้น จะมี องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 มิติ คือ มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม และมิติทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

(1) *มิติเศรษฐกิจ* หมายถึงการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เจริญเติบโตอย่าง ต่อเนื่อง มีคุณภาพ มีเสถียรภาพ เป็นการเติบโตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและยั่งยืนได้ในระยะยาว และมีการกระจายความมั่งคั่งอย่างทั่วถึง อำนวยประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่

(2) *มิติสังคม* หมายถึงการพัฒนาที่มุ่งให้คนและสังคมไทยมีคุณภาพ สามารถ ปรับตัวรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง มีจิตสำนึก พฤติกรรมและวิถีชีวิตที่ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงในการดำรงชีวิต มีการนำทุนทางสังคมและทุนทางทรัพยากรธรรมชาติมา

ประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจโดยอยู่ภายใต้ระบบการบริหารจัดการที่ดีที่มุ่งให้คนและสังคมไทยเข้มแข็ง อยู่ดีมีสุข และพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

(3) *มิติสิ่งแวดล้อม* หมายถึงการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจและความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติ ตลอดจนการคงไว้ซึ่งคุณภาพทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดี เพื่อสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน และสงวนรักษาไว้ให้คนรุ่นอนาคต รวมทั้งกระจายโอกาสและการมีส่วนร่วมในเรื่องการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

2.4.2 *ฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืน (Economic Stability and Sustainability)*

เนื่องจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็วขึ้น การเชื่อมโยงของการค้าและการเงินในโลกที่เพิ่มการแข่งขันและการเคลื่อนย้ายเงินทุน และความไม่แน่นอนของปัจจัยสังคมและการเมืองที่จะกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องสร้างฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและพร้อมที่จะต่อสู้กับผลกระทบจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก นอกจากนี้บทเรียนจากอดีตแสดงให้เห็นว่าการพึ่งพาต่างประเทศทั้งในด้านการค้า ทุน และเทคโนโลยีมากจนเกินไปจะสร้างปัญหาให้กับระบบเศรษฐกิจ แต่ประเทศที่ปิดกั้นความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกก็จะล้าหลัง หรือประสบกับความถดถอยทางเศรษฐกิจเช่นกัน ดังนั้นการพัฒนาฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงจะต้องดำเนินการไปพร้อมกันทั้งการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก และการสร้างฐานเศรษฐกิจภายในที่ประเทศสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ด้วยตนเอง การสร้างฐานเศรษฐกิจให้มั่นคงมากขึ้นต้องให้ความสำคัญกับสาขาที่สามารถพึ่งปัจจัยในประเทศเป็นพื้นฐานความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งสำหรับประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญกับภาคเกษตร ภาคบริการ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งจากการที่ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติเหมาะกับการเพาะปลูก มีลักษณะความเป็นไทย (Thainess) ของคนไทย ซึ่งชาวต่างชาติประทับใจในบริการ และมีวัฒนธรรมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกมากที่จะสามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการในโลกได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและปัจจัยที่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันให้เป็นรากฐานของเศรษฐกิจที่มั่นคงของประเทศ

แนวความคิดพื้นฐานของการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันตามแนวคิดของ Prof. Porter คือหากอุตสาหกรรมใดมีความเชื่อมโยงของกิจกรรมต่างๆ ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เข้มแข็ง (Strong Activity Linkages) รวมทั้งมีความเชื่อมโยงในลักษณะของความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง (Close Cooperation Linkages) จะช่วยยกระดับประสิทธิภาพในการผลิตหรือผลิตภาพของอุตสาหกรรมโดยรวม ซึ่งจะส่งผลทำให้อุตสาหกรรมมีความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ทั้งนี้เนื่องจากการประสานความร่วมมืออย่างใกล้ชิดของธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรม ทำให้มีการแลกเปลี่ยน

ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และเรียนรู้แนวทางการปฏิบัติที่ดีซึ่งกันและกัน มีการร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาและร่วมลงทุนในกิจกรรมที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมโดยรวม ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิต บริการ แหล่งแรงงาน ข้อมูลข่าวสาร ที่มีลักษณะสอดคล้องกับความต้องการของตน ตลอดจนบริการพื้นฐานทางเศรษฐกิจต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า และภายใต้เงื่อนไขที่ว่าในขณะที่ธุรกิจต่างๆ ร่วมมือกันนั้น ธุรกิจต่างก็ยังคงแข่งขันกันด้วย จะทำให้มีการเปรียบเทียบผลการดำเนินธุรกิจซึ่งกันและกันตลอดเวลา ทำให้ธุรกิจเกิดแรงจูงใจให้พยายามปรับปรุงคุณภาพ และประสิทธิภาพของตนจนสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ความเชื่อมโยงที่ก่อให้เกิดความร่วมมือทางธุรกิจและการแข่งขันด้านคุณภาพดังกล่าวจะผลักดันให้เกิดการพัฒนาที่มั่นคงและยั่งยืนในภาคอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม มีข้อพึงระวังที่สำคัญคือ การร่วมมือของธุรกิจที่กล่าวนั้นจะต้องไม่เกินไปเพื่อการ “รวมหัวกัน” เพื่อผูกขาดทางการค้าของตลาด โดยใช้กลไกด้านราคาหรือปริมาณเพื่อผลประโยชน์ของธุรกิจของคนเท่านั้น

2.4.3 การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์และเป้าหมายการพัฒนา

สถานการณ์เศรษฐกิจการเมืองโลกและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตจะส่งผลกระทบต่อภาคการผลิต การค้า การลงทุน และการแข่งขันของประเทศในระยะต่อไป โดยสะท้อนถึงสัญญาณเตือนว่า ประเทศไทยได้ตกอยู่ในสถานะที่ถูกบีบจากประเทศที่มีต้นทุนแรงงานถูก และประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีที่เหนือกว่า (Nutcracker) รวมทั้งยังติดอยู่ในกับดักของการเติบโตที่ไร้กำไร ซึ่งต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดในการพัฒนาเพื่ออนาคตในการลดจุดอ่อนของการลงทุน ปัญหาความล่าช้าในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมโลกต่ำ ตลอดจนไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในภูมิทัศน์การเมือง และเศรษฐกิจโลกทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศ และกรอบของการแข่งขัน และร่วมมือไปพร้อมๆ กัน (Co-opetitive Strategy) ในบริบทของเศรษฐกิจการเมืองโลก การปรับทิศทางการพัฒนาประเทศให้สอดคล้องกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น จำเป็นจะต้องมีการกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนาของประเทศ โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ภายใต้เงื่อนไขปัจจัยสถานะแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ทั้งนี้เพื่อนำประเทศไปสู่แนวทางการพัฒนาที่มั่นคงและยั่งยืนอย่างเหมาะสมทั้งในปัจจุบันและอนาคต และเพื่อการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ

1) ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนา (Desired Strategic Position)

ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนาที่กำหนดไว้ในเบื้องต้นคือ การให้ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศไปสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่ / ที่มีสมรรถนะสูง (Modern / High Performance Economy) ซึ่งหมายถึงระบบเศรษฐกิจที่มีลักษณะสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

(1) ระบบเศรษฐกิจที่แข่งขันด้วยความเร็ว (Economy of Speed) ที่มีการตอบสนองและการปรับตัวที่รวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศ

(2) การมีธรรมาภิบาลทั้งในภาครัฐและเอกชน (Good and Corporate Governance) โดยการนำหลักการบริหารจัดการที่ดีมาปฏิบัติ ได้แก่ หลักความคุ้มค่า หลักความรับผิดชอบ หลักการมีส่วนร่วม หลักความโปร่งใสที่สามารถตรวจสอบได้ หลักนิติธรรม และหลักคุณธรรม

(3) การมีโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ และเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ (Efficient Infrastructure) โดยมีโครงสร้างพื้นฐานที่พอเพียงและมีคุณภาพในระดับมาตรฐาน รวมทั้งมีความเสมอภาคในการเข้าถึงเทคโนโลยี และใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และยกระดับคุณภาพสินค้า กระตุ้นการพัฒนานวัตกรรม โดยเฉพาะที่ต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

(4) การบริหารนโยบายเศรษฐกิจที่รอบคอบ (Sound Economic Management) ในการดำเนินนโยบายด้านการเงิน การคลัง และเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อช่วยสนับสนุนระบบเศรษฐกิจให้สมดุล มีภูมิคุ้มกัน และมีเสถียรภาพ

(5) ทุนทางสังคมที่มีคุณภาพ (High Quality of Social Capital) ทั้งในส่วนของทรัพยากรมนุษย์ รวมตลอดทั้งวัฒนธรรม จารีตประเพณี และชีวิตความเป็นอยู่

2) เป้าหมายการพัฒนา

การที่จะนำพาประเทศให้สามารถบรรลุถึงตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนา ดังกล่าวข้างต้น เห็นควรกำหนดเป้าหมายหลักของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อยกระดับการแข่งขัน เพิ่มรายได้ และคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศ ดังนี้

(1) เพิ่มส่วนแบ่งตลาดของไทยให้อยู่ในระดับไม่ต่ำกว่าร้อยละ 1.1 ของตลาดโลกในปี 2549

(2) กำหนดตำแหน่งของสาขาที่ประเทศมีความได้เปรียบ เพื่อสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก ประมาณ 8-10 สาขา อาทิ การเป็น 1 ใน 10 ประเทศท่องเที่ยวโลก การเป็นศูนย์กลางแฟชั่น การเป็นครัวโลก การเป็นประเทศผู้นำการค้า 5 อันดับแรกในเอเชีย หรือการเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพ เป็นต้น

(3) การเพิ่มผลผลิตในทุกภาคการผลิตและบริการ¹²

2.5 การท่องเที่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม

2.5.1 การท่องเที่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

แม้มนุษย์จะเดินทางท่องเที่ยวมาเป็นเวลานานแล้ว ไม่ว่าจะในซีกโลกตะวันออกหรือตะวันตก แต่ปรากฏการณ์การเกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก (mass tourism) เพิ่งเริ่มเติบโตขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อการเดินทางโดยเครื่องบินสามารถรองรับผู้โดยสารได้จำนวนมากขึ้น และใน

¹² สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก, (สิงหาคม 2545), หน้า 10 – 11.

ราคาที่ย่อมเยาขึ้น ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศของคนต่างวัฒนธรรมแบบไร้พรมแดน การเดินทางไกลข้ามประเทศก่อนศตวรรษที่ 16 ในยุโรปมักจะเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนาเพื่อแสวงบุญ (Pilgrims) ก่อนที่การขยายตัวของการเดินเรือทางทะเลและอาณานิคมจะก่อให้เกิดการเดินทางผจญภัยของคนหนุ่มๆ (adventures) ไปยังอาณานิคมและดินแดนโพ้นทะเล จนในศตวรรษที่ 17 และ 18 มีการเดินทางของคนชั้นสูง และชั้นกลางไปยังต่างแดนเพื่อการศึกษาทั้งภายในทวีปยุโรปเอง และไปยังแหล่งอารยธรรมนอกยุโรปด้วย และมีการตั้งข้อสังเกตว่าในประเทศอังกฤษกลับเริ่มมีการท่องเที่ยวเพื่ออาบน้ำแร่ (Spa) ในเมืองชายฝั่งซึ่งเป็นการท่องเที่ยว “เพื่อสุขภาพ” จนต่อมาได้เกิดเป็นความนิยมไปเที่ยวทะเลเพื่อรับ “อากาศบริสุทธิ์” “ชมธรรมชาติ” และ “ไปดูทะเล” ตามมา ในศตวรรษที่ 19 ชนชั้นกรรมกรเริ่มมีรายได้มากขึ้น และการขนส่งมวลชนมีการพัฒนามากขึ้น กล่าวคือทางรถไฟได้มีการพัฒนาเส้นทางมากขึ้น และค่าโดยสารถูกลง กรรมกรในเมืองอุตสาหกรรมจึงนิยมไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกเมืองจนเกิดปรากฏการณ์ที่มีคนจำนวนมากไปพักผ่อนตากอากาศตามเมืองริมทะเลที่มีรถไฟไปถึงในช่วงเทศกาล ในปี ค.ศ.1961 ได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในวันออกไกลและแปซิฟิก พบว่าการท่องเที่ยวจะเป็นแหล่งนำเงินตราต่างประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานและรายได้ประชาชาติ ซึ่งหลังปี ค.ศ.1970 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวไปยังประเทศกำลังพัฒนาหลายๆ แห่งก็ได้เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป นักท่องเที่ยวจากสหรัฐก็ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก “กำลังซื้อ” ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นการโฆษณาจึงมีบทบาทเข้ามาเป็นสื่อสำคัญที่จะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวให้ผู้ท่องเที่ยวรู้จัก ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวก็จะต้องถูกนำเสนอในแง่มุมน่าพึงพอใจและยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว (hospitality) แม้กระทั่งแหล่งท่องเที่ยวในประเทศที่กำลังพัฒนา ก็ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นจนเป็นแหล่งสร้างเงินตราต่างประเทศได้มหาศาล เนื่องจากประเทศที่กำลังพัฒนาในวันออกจะมีแหล่งอารยธรรมเก่า และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกแตกต่างชวนให้สนใจ ได้สัมผัสจนเป็นภาพลักษณ์เฉพาะของการท่องเที่ยวตะวันออก

อย่างไรก็ตามเมื่อหันกลับมามองการท่องเที่ยวในเมืองไทยที่เติบโตในอดีต ไม่ใช่จากการนำเสนอภาพลักษณ์ความน่าท่องเที่ยวปกติเท่านั้น แต่สงครามเวียดนามได้ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นแนวหลังของสนามรบ ซึ่งเป็นที่พักผ่อนหลังจากการกรำศึกของทหารสหรัฐอเมริกา ก่อให้เกิดการเติบโตของชายทะเลพัทยารุ่งขึ้น จนเกิดอุตสาหกรรมบันเทิงและโสเภณีอย่างมากมาย แม้ประเทศไทยจะมีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเพศ แต่ก็ได้มีความพยายามทั้งจากรัฐและเอกชนในการนำเสนอ “ภาพลักษณ์” ของประเทศไทยในลักษณะที่หลากหลายของวัฒนธรรมและธรรมชาติ และในการนำเสนอการท่องเที่ยว “Visit Thailand Year” ในปี ค.ศ.1987 ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีก็ได้ให้ภาพพจน์ความหลากหลายของวัฒนธรรมและธรรมชาติของเมืองไทยต่อ “ตลาดการท่องเที่ยว” ในฐานะวาทกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นทางการ ในขณะที่การท่องเที่ยวทางเพศก็ยังปรากฏตามหนังสือการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ราชการไม่ว่าจะในประเทศหรือต่างประเทศ หรือแม้แต่สื่อสารสมัยใหม่อย่างเว็บไซต์ จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมและบ้านเมืองจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงลักษณะและ

รูปแบบของการท่องเที่ยวด้วย ในขณะที่ตัวกันการท่องเที่ยวแบบไร้พรมแดนก็ไปก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

2.5.2 ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจกับการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าและจักรวรรดินิยมในการท่องเที่ยว

ในขณะที่ด้านหนึ่งของการท่องเที่ยวถูกมองว่านำมาซึ่งรายได้ให้แก่ประเทศที่ถูกท่องเที่ยว แต่ในอีกด้านหนึ่งก็ถูกมองว่าการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อชุมชน เนื่องจากชุมชนพยายามเอาใจนักท่องเที่ยวมากเกินไปจนดูเหมือนว่าชุมชนเหล่านั้นกำลังพยายาม “ขาย” วัฒนธรรมของตนเอง โดยนำงานประเพณีและพิธีกรรมต่างๆ ของท้องถิ่นเป็นจุดขาย และเชิญชวนนักท่องเที่ยวจนกลายเป็นสินค้ามากกว่าการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น จนทำให้ประชาชนผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมเหล่านั้นไม่พอใจที่วัฒนธรรมของเขากำลังถูกทำให้กลายเป็นสินค้าจนเสียรูปลักษณะและประเพณีดั้งเดิม จนทำให้คุณค่าและความหมายที่สำคัญได้หมดสิ้นไป แต่สิ่งที่เกิดขึ้นนี้ไม่ใช่เหตุการณ์พิเศษ แต่กำลังเกิดเป็นปรากฏการณ์ไปทั่วโลกที่นักท่องเที่ยวยอมจ่ายเงินเพื่อจะได้จ้องมอง “สีสนแห่งท้องถิ่น” (local color) ซึ่งวัฒนธรรมถูกจัดหมวดหมู่เป็นหีบห่อเดียวกัน ถูกกำหนดราคาและถูกขายเช่นเดียวกับวัตถุอื่นๆ ที่เป็นสินค้าทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งที่เรียกว่า ethno tourism คือการท่องเที่ยวเพื่อไปดูวัฒนธรรมของคนเผ่าต่างๆ ซึ่งมักจะเป็นชนกลุ่มที่ยากจนกว่าผู้ท่องเที่ยว การขายวัฒนธรรมนั้นได้ทำให้ความหมายที่ซ่อนอยู่ในความเชื่อของกลุ่มเจ้าของวัฒนธรรมต้องสูญหายไป และการขาดความหมายในวัฒนธรรมของตนเองทำให้การดำรงชีวิตอยู่เป็นการอยู่อย่างไร้ความหมาย และตกอยู่ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเพิ่มเติมไปจากผลกระทบจากระบบการทำให้เป็นยุคอุตสาหกรรม กระบวนการทำให้เป็นเมืองและเงินเฟ้อ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเป็นปกติ ไม่มีใครทำให้วัฒนธรรมหยุดนิ่งได้ แต่การยอมรับการเปลี่ยนแปลงโดยยังไม่แน่ใจว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นจะนำไปสู่ผลต่อเมืองในเชิงลบหรือไม่ ย่อมเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ ซึ่งต่างกับการเปลี่ยนแปลงตามครรลองของวัฒนธรรม และความรู้สึกของเจ้าของวัฒนธรรมเองตามธรรมชาติในแต่ละห้วงเวลา ย่อมได้รับการยอมรับอย่างไม่มีข้อสงสัย

ในการที่มีนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีกว่าผู้ถูกท่องเที่ยว และส่วนใหญ่มักเป็นคนผิวขาวในประเทศตะวันตกที่ “พัฒนา” เป็นทุนนิยมอุตสาหกรรมแล้ว อาจถูกมองได้ว่าเป็นรูปแบบประการหนึ่งของจักรวรรดินิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่นักท่องเที่ยวใช้ “อำนาจ” ที่เหนือกว่าที่จะเรียกร้องให้ผู้ถูกท่องเที่ยวสนองตอบความต้องการของตนในรูปแบบต่างๆ ประกอบกับการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของการค้นพบความแปลกใหม่ หรือ “ความแปลกแตกต่าง” ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ท่องเที่ยวกับผู้ถูกท่องเที่ยวจึงไม่ใช่ความสัมพันธ์แบบ “ปกติ” นักท่องเที่ยวมักจะสามารมีและแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่ตนเองอาจจะไม่กระทำในสังคมปกติของตน เนื่องจากไม่ต้องกังวลกับผลต่อเมืองในทางลบจากการกระทำของตน เพราะจะใช้เวลาอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวไม่นานจึงไม่ต้องแบกรับผิดของการเป็นสมาชิกชุมชนตามความสัมพันธ์ในแบบปกติ

นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวจะอยู่การใช้ชีวิตช่วง “การพักผ่อน” แต่ผู้ถูกท่องเที่ยวกลับอยู่ในภาวะตรงกันข้าม คือเป็นผู้ทำงาน หรือให้บริการจากการรับเงินค่าตอบแทนเป็นเงินตรา จึงทำให้นักท่องเที่ยวกลายเป็นกลุ่มที่มีสิทธิพิเศษ (privilege) กว่าคนอื่นๆ ในชุมชน อีกทั้งความรู้สึกของคนในชุมชนที่มีพื้นความคิดแบบเอื้ออารมักจะมองนักท่องเที่ยวเสมือน “แขกจากแดนไกล” จึงได้รับการดูแล ด้านอาหารเป็นพิเศษกว่าคนทั่วไปในชุมชน ถึงแม้การท่องเที่ยวจะถูกมองในเชิงการสร้างผลกระทบในเชิงลบต่อวัฒนธรรมเดิมจนทำให้ความหมายของวัฒนธรรมต่อความเชื่อและศรัทธาของชุมชน ซึ่งเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวความเป็นชุมชนเสื่อมสลายลง แต่ในทางผลกระทบเชิงบวกก็มีอยู่บ้างในการที่นักท่องเที่ยวจากภายนอกชุมชนให้ความสำคัญมาสู่วัฒนธรรมเหล่านี้ เป็นเครื่องสร้างความภูมิใจให้แก่ชุมชนถึงประเพณีในอดีต ซึ่งกำกับความเป็นตัวตนและความภูมิใจในชนชาติของตน ดังนั้นการศึกษาวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในปัจจุบัน น่าจะอยู่ได้กรอบคิดสำคัญ 3 ประการคือ

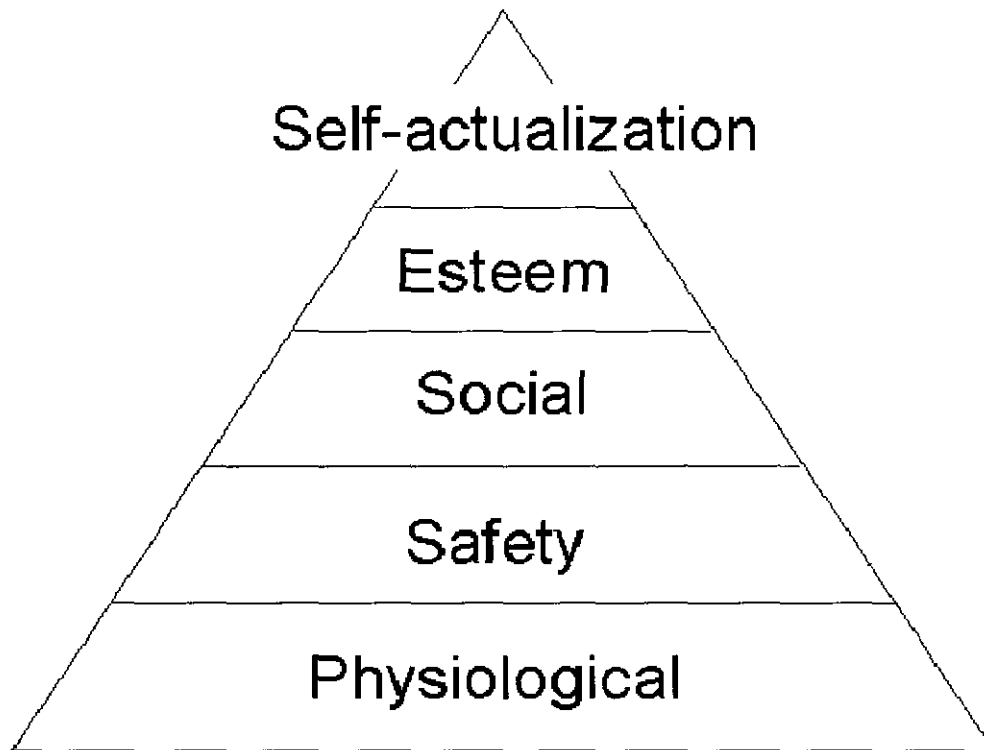
- 1) วัฒนธรรมเป็น “สิ่งประดิษฐ์ทางสังคม” (social construction) จึงมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ
- 2) การท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมนำไปสู่ความตระหนักในอัตลักษณ์ของชนชาตินั้น และนำไปสู่การเมืองทางวัฒนธรรม (cultural politics)
- 3) ภายใต้กรอบคิดแบบ “post - modern” ซึ่งยอมรับการแปรเปลี่ยนในเชิงการเมืองและประวัติศาสตร์ ทำให้สามารถวิเคราะห์ว่าเจ้าของวัฒนธรรมสามารถ “ประดิษฐ์” วัฒนธรรมของตนให้สอดคล้อง หรือต่อต้านกับบริบทการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมากกว่าจะเป็นเพียงผู้ต้องรองรับการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก

2.6 ทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์

Abraham Maslow เป็นนักจิตวิทยามนุษยศาสตร์ เจ้าของทฤษฎีความต้องการตามลำดับของมนุษย์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) ผู้ซึ่งเสนอว่ามนุษย์ทุกคนมีลำดับความต้องการ 5 ประการ ดังนี้ คือ

- 1) ความต้องการทางกายภาพ อันได้แก่ อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย ความต้องการทางกายภาพอื่นๆ
- 2) ความต้องการความปลอดภัย อันได้แก่ ความมั่นคง ความคุ้มครอง จากอันตรายทางร่างกาย และจิตใจ เช่นเดียวกับหลักประกันความต้องการทางกายภาพ จะต้องสรรหามาให้ได้
- 3) ความต้องการทางด้านสังคม อันได้แก่ ความรัก ความเป็นเจ้าของ ความเป็นที่ยอมรับ และมิตรภาพ
- 4) การยกย่องจากสังคม ปัจจัยภายใน ความภาคภูมิใจ สรรเสริญ การได้รับความเคารพ ความเป็นอิสรภาพ การประสบความสำเร็จและการได้รับการยกย่องสรรเสริญจากภายนอก เช่น สถานภาพ ความเป็นที่ยอมรับ และได้รับการเอาใจใส่
- 5) ความต้องการที่ประสบความสำเร็จในชีวิต อันได้แก่ การทำอะไรเพื่อที่จะให้สำเร็จในสิ่งที่ตนเองเคยคาดหวังในขณะที่ตอนนั้นเป็นสิ่งที่เป็นไปได้มาก่อน (ภาพที่ 6)

ภาพที่ 6 ลำดับความต้องการของมนุษย์ (Maslow's Hierarchy of Needs)



ในกรณีของแรงจูงใจ Maslow ให้ความเห็นว่าแต่ละระดับความต้องการต้องเป็นที่พึงพอใจที่เป็นรูปเป็นร่างก่อนที่จะมีการกระตุ้นต่อไป และทันทีที่ความต้องการอันหนึ่งถูกทำให้เป็นที่พอใจแล้ว พฤติกรรมเช่นนั้นก็จะไม่ได้รับการกระตุ้นอีกต่อไป หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งความต้องการแต่ละอย่างเมื่อถูกทำให้เป็นที่พอใจแล้ว ความต้องการถัดไปก็จะขึ้นมาแทนที่ ปรากฏตามรูปด้านบน แต่ละบุคคลจะเคลื่อนสู่ความต้องการในระดับต่างๆ จากจุดขึ้นของแรงจูงใจ ทฤษฎีของ Maslow เสนอว่า แม้ว่าไม่มีความต้องการใดถูกทำให้สมบูรณ์ก็ตาม ความต้องการที่ถูกทำให้พึงพอใจอย่างแท้จริงจะไม่เป็นแรงจูงใจอีกต่อไปกับบุคคล ถ้าคุณต้องการจูงใจใครสักคน Maslow ได้อธิบายว่า คุณต้องเข้าใจระดับ ซึ่งแต่ละคนอยู่ในระดับขั้นที่แตกต่างกัน และมุ่งสู่ความต้องการความพึงพอใจในระดับที่อยู่เหนือขึ้นไป ผู้บริหารที่ยอมรับ Maslow's hierarchy พยายามที่จะเปลี่ยนองค์ประกอบและวิธีปฏิบัติในการจัดการ เพื่อที่ความต้องการของลูกจ้างจะได้เป็นที่พอใจ

นอกจากนี้ Maslow ได้แยกความต้องการ 5 ประการ ไปสู่ระดับที่สูงขึ้น และระดับที่ต่ำลง ความต้องการทางด้านจิตวิทยาและความปลอดภัย ได้ถูกบรรยายอยู่ใน *lower - order needs* (ความจำเป็นในระดับต่ำ) ส่วนของสังคมความเป็นที่ยอมรับ สรรเสริญ หรือความบรรลุศักยภาพแห่งตน ได้ถูกจัดไว้ในความต้องการระดับที่สูงกว่า ความแตกต่างระหว่างสองระดับดังกล่าวถูกทำขึ้นบนหลักการที่ว่า ความ

ต้องการในระดับสูงกว่าถูกทำให้พึงพอใจภายใน และความต้องการในระดับล่างถูกทำให้พึงพอใจจากภายนอก ในความเป็นจริง ข้อสรุปที่เป็นธรรมชาติจากการแบ่งจัดหมวดหมู่ของ Maslow ก็คือในเวลาที่เศรษฐกิจเฟื่องฟูคนงานที่ถูกจ้างแบบถาวรส่วนใหญ่จะได้พบกับความต้องการในส่วนล่างนี่อย่าง เป็นแก่นสาร

ทฤษฎีความต้องการของ Maslow ได้รับการต้อนรับอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะท่ามกลางผู้บริหารระหว่างปี ค.ศ. 1970 ด้วยเหตุผลที่ว่า ทฤษฎีนี้ง่ายเป็นตรรกะ แต่ไม่สามารถยืนยันได้ด้วยการทดสอบใดใด¹³ ดังนั้น การดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในระดับจุลภาค และการดำเนินนโยบายของภาครัฐในระดับมหภาคต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีดังกล่าวด้วย โดยเฉพาะความต้องการในระดับล่างคือ ความต้องการทางกายภาพ และความต้องการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

2.7 แนวคิดและรูปแบบของการท่องเที่ยว

จากความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำรายได้จากภาคบริการเข้าสู่ประเทศและจากมุมมอง ตลอดจนความต้องการของนักท่องเที่ยวเองจึงก่อให้เกิดธุรกิจการท่องเที่ยวขึ้นในหลายรูปแบบ ตามลักษณะของทรัพยากรธรรมชาติ สภาพวัฒนธรรมและสังคม สภาพความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ด้วยน้ำมือมนุษย์ เพื่อตอบสนองหรือเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะและรูปแบบต่างๆ มีเป้าหมายในการตอบสนองนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันทั้งเพศและวัย ตลอดจนความสนใจเฉพาะกลุ่ม โดยสามารถนำไปเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวและเทศกาลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ดังตัวอย่างของแนวคิดและรูปแบบการท่องเที่ยว ดังนี้

2.7.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และผจญภัย (Eco-Tourism/Soft Adventure)

เป็นการท่องเที่ยวแบบเยี่ยมชมสถานที่ที่บริสุทธิ์ โดดเดี่ยว นั้นเป็นการพัฒนามาจากหลักสุนทรียศาสตร์ ซึ่งให้ความสำคัญต่อความเรียบง่ายและใกล้ชิดกับธรรมชาติ หรือ “กลับคืน” สู่ธรรมชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวันที่ทันสมัยในเมืองใหญ่ที่แออัด นำมาสู่ความสนใจต่อชีวิตชนบทและธรรมชาติ และความต้องการรักษาธรรมชาตินั้นๆ ให้ดำรงอยู่โดยไม่ถูกรบกวนหรือทำให้แปดเปื้อน โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ชื่นชม และดื่มด่ำกับทัศนียภาพ พืชพันธุ์และสัตว์ป่า รวมทั้งวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในสถานที่นั้น ในปัจจุบันการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ได้ถูกนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่เริ่มได้รับความสนใจสูงขึ้นด้วยมุมมองของแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเห็น (Unseen) หรือกิจกรรมที่ตื่นเต้นหรือแปลกตาใหม่ๆ เช่น การเดินป่า การปีนเขาหรือไต่หน้าผา การท่องเที่ยวแหล่งที่ยังไม่พัฒนามากนัก การดำน้ำหรือการชมทัศนียภาพใต้น้ำ เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์นี้ควรมีความสัมพันธ์

ระหว่างนักท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม และสถานที่ที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยว ที่ควรคำนึงถึง 4 ประการในการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น คือ

- 1) ให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมน้อยที่สุด
- 2) ให้เกิดผลกระทบต่อวัฒนธรรมเจ้าบ้านน้อยที่สุดและต้องให้ความเคารพต่อวัฒนธรรมของเจ้าบ้าน
- 3) ให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อผู้คนในระดับล่างสุดของสังคมเจ้าบ้าน
- 4) เกิดประโยชน์และความพึงพอใจทางสันตนาการแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด

ถ้าวลองพิจารณากันตามหลักนิเวศวิทยาจะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังรักษาความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติเอาไว้ได้เป็นอย่างดีจะเป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติที่ยอดเยี่ยมสำหรับนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสพินิจพิจารณาก็จะได้รับความรู้และความซาบซึ้งเกี่ยวกับธรรมชาตินอกเหนือจากการได้มาเปลี่ยนบรรยากาศและชมความงาม และการได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตกับสิ่งแวดล้อมจะทำให้เกิดความรัก ความรัก และหวงแหนแหล่งท่องเที่ยวด้วย

2.7.2 การท่องเที่ยวในเมือง (City Trip)

เป็นการท่องเที่ยวในเมืองที่มีศักยภาพและลักษณะความโดดเด่นเฉพาะของพื้นที่นั้นในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้าน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเยี่ยมชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน หรือความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของชุมชน จนถึงการพัฒนาไปสู่ความเป็นชุมชนทันสมัยในสภาพปัจจุบัน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเมืองที่ทันสมัยมักมีเป้าประสงค์เพื่อเยี่ยมชมเทคโนโลยี และการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานรื่นเริง ตลอดไปถึงการท่องเที่ยวเพื่อการสรรหาและซื้อสินค้าที่ต้องการ

2.7.3 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Attractions)

เป็นการท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือแหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ที่ได้รับการอนุรักษ์และคุ้มครองไว้โดยภาครัฐ เนื่องจากมีความสำคัญในการแสดงอดีตของการพัฒนา หรือความเป็นมาของชุมชนหรือชาติ โดยมีเป้าประสงค์หลักเพื่อการศึกษาเรียนรู้

2.7.4 การท่องเที่ยวเพื่อรู้จักคนกลุ่มน้อย (Ethnic Attractions)

มีลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมและศึกษาการมีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชนบางกลุ่มที่มีลักษณะเด่นเป็นแบบเฉพาะของชนเผ่าที่ยังคงรักษาความบริสุทธิ์และเอกลักษณ์ไว้ได้อย่างมั่นคง และมีความแปลกแตกต่างจากชุมชนทั่วไปในประเทศ หรือเป็นชนกลุ่มน้อยที่เกิดขึ้นหรือถูกแบ่งโดยสภาพของพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ โดยยังคงดำรงชีวิตตามแนวทางเดิมที่น่าสนใจศึกษาเรียนรู้ การท่องเที่ยวแบบนี้หากนักท่องเที่ยวไม่ใช้ความระมัดระวังอาจสร้างผลกระทบต่อการสูญเสียความบริสุทธิ์ของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมได้ (spoiled)

2.7.5 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attractions)

เป็นการท่องเที่ยววัดวาอารามต่างๆ หรือสิ่งที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวมาตั้งแต่ในยุคแรก การท่องเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจตามงานเทศกาลต่างๆ ที่เป็นวัฒนธรรมของท้องถิ่นในช่วงเวลาที่ต่างกันตาม “ปฏิทินการท่องเที่ยว”

2.7.6 การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (Vacationing Attractions)

เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจโดยหลีกเลี่ยงความสับสนวุ่นวายในเมืองหรือเปลี่ยนวิถีชีวิตที่จำเจซ้ำซาก หรือการพักผ่อนหลังจากทำงานหนักมาแล้วระยะหนึ่ง เป้าประสงค์ของนักท่องเที่ยวแบบนี้อาจไม่มีรูปแบบที่ชัดเจนนัก และจะมีความหลากหลายตามความต้องการส่วนบุคคล เช่นการท่องเที่ยวตามชายหาด การดำน้ำ หรือการเล่นกอล์ฟ เป็นต้น

2.7.7 การท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ (Routing)

เป็นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ หรือเปิดพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ เพื่อสร้างความแปลกแตกต่าง หรือการค้นหาคำขวัญหรือจุดดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยอาจสร้างเรื่องราวเชื่อมโยงในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางใหม่ที่นำเสนอ

2.7.8 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวและการกีฬาล้วนเป็นกิจกรรมนันทนาการที่สามารถบูรณาการกันได้ดีเป็นอย่างดี เพราะต่างมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสุขในการดำเนินชีวิต เป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด ดังนั้นกิจกรรมทั้งสองลักษณะจึงเอื้อและส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยจัดได้ใน 2 ลักษณะ คือ

1) การใช้กีฬาเป็นกิจกรรมหลักและการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม การจัดการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการแข่งขันกีฬา เนื่องจากในการแข่งขันกีฬาจะมีผู้เกี่ยวข้องเดินทางมา เช่น นักกีฬา ผู้ฝึกสอน เจ้าหน้าที่ กองเชียร์ แฟนคลับ (Fan Club) ผู้สื่อข่าว ผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor) และผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ซึ่งต่างเดินทางมาทำภารกิจในส่วนที่รับผิดชอบ ดังนั้นถ้าเราสามารถวางแผนการจัดการจัดการท่องเที่ยวเสริมให้กับบุคคลเหล่านั้น โดยอาจจะจัดในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) หรือการท่องเที่ยวตามความสนใจ โดยจัดช่วงเวลา ว่าง และกระตุ้นความสนใจให้เขามีกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างที่ไม่มีภารกิจด้านกีฬา หรือถ้าเป็นไปได้ถ้ามีการวางแผนการจัดการที่ดีก็สามารที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวให้อยู่ในโปรแกรมของการแข่งขันกีฬานั้นๆ ดังตัวอย่างการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก และกีฬาเอเชียนเกมส์ จะมีการดำเนินการท่องเที่ยวควบคู่กับการแข่งขันกีฬา

2) การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลักและใช้กิจกรรมกีฬาเป็นกิจกรรมเสริม กรณีที่เป็นการบริหารจัดการโปรแกรมทางกีฬาให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัตถุประสงค์อื่นไม่ใช่เพื่อกีฬา เช่น การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และการ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว ถ้าเราสามารถสร้างกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬาแทรกเข้าไปใน โปรแกรมการท่องเที่ยวในลักษณะเดิมให้เต็ม เช่น การเล่นกีฬา การชมกีฬา การฝึกซ้อมกีฬา การหัดให้เล่นกีฬา โดยมีการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอุปกรณ์ สถานที่ ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน หรือผู้ซ่อม / คู่มือไว้ให้ ก็น่าจะเป็นแนวทางหนึ่งในการเติมให้เต็มสำหรับนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการด้านกิจกรรมกีฬา ทั้งนี้การจัดการกิจกรรมด้านกีฬาเสริมให้นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งฝ่ายจัดกิจกรรมกีฬานั้นๆ ต้องมีความรู้ความเข้าใจทั้งกิจกรรมกีฬา และการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงตามวัตถุประสงค์

2.7.9 การท่องเที่ยวเชิงศึกษา (Education Tourism)

เป็นการท่องเที่ยวพร้อมๆ กับการเรียนรู้ในสิ่งที่ต้องการและกำลังได้รับความนิยมในตลาด

2.7.10 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious)

เป็นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับสถานที่สำคัญทางศาสนา ควบคู่กับการนำเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

2.7.11 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism)

เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจด้วยการแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และหรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะทาง (Niche Market) โดยมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูนผลกำไรให้สมบูรณ์แข็งแรงและสมดุล ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงมี 2 รูปแบบหลัก คือ

1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อนอย่างมีคุณภาพมาตรฐานตามหลักวิชาการอย่างแท้จริง เช่น การนวด อบ ประคบสมุนไพร การบริการสวดคันธบำบัด (Aroma Therapy) และวาริบำบัด (Water Therapy) สปา การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหาร การฝึกสมาธิ การบริการอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมด้วย

2) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (*Health Healing Tourism*) เป็นการท่องเที่ยว โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล การฟื้นฟูสุขภาพ การท่องเที่ยวนี้มีจุดประสงค์สำคัญเพื่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

2.7.12 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (*Agro tourism*)

ปัจจุบันได้มีการนำแนวคิดนี้เข้ามามีบทบาทในการสร้างรายได้เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากรายได้ที่ได้จากผลผลิตทางการเกษตร โดยการท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะเน้นการชมความงามของพืชพรรณ เรือกสวน ไร่ นา ในท้องถิ่นที่มีแหล่งชุมชนเกษตรกรที่แสดงให้เห็นถึงวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนความเป็นอยู่ของชาวบ้านให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าไปสัมผัสกับกลิ่นอายและบรรยากาศของการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่มีความหลากหลาย เช่น การทำไร่ ทำสวน การเลี้ยงสัตว์ การทำสวนไม้ดอกไม้ประดับ สวนผลไม้ ตลอดจนการทำเกษตรที่เป็นการผสมผสานของธรรมชาติกับวิวัฒนาการสมัยใหม่ การท่องเที่ยวในเชิงเกษตรจึงเป็นพื้นฐานในการส่งเสริมให้เกิดพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืนได้เป็นอย่างดี โดยต้องมีการจัดการที่ถูกต้องวิธีและเหมาะสม

2.7.13 การท่องเที่ยวกลุ่ม MICE (*Meeting, Incentive, convention และ Exhibition*)

หมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในรูปของการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการ เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ประเทศต่างๆ ให้ความสนใจ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 5-6 เท่า ก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ธุรกิจที่ต่อเนื่องมากมาย ซึ่งให้คำนิยาม MICE ดังนี้

Meeting (M) เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลในที่หนึ่งเพื่อกิจกรรมโดยเฉพาะ โดยจะเป็นการประชุมเฉพาะกิจหรือวางแผนล่วงหน้าไว้แล้ว

Incentive Travel (I) เป็นการจูงใจเที่ยวเป็นหมู่คณะโดยการสนับสนุนของบริษัทเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานที่สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายของบริษัท

Convention (C) เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลสาขาอาชีพเดียวกัน หรือสมาคมวิชาชีพเดียวกัน มักเป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมในการจัด Convention หนึ่งๆ อาจมีเพียง Meeting เดียว หรือหลายๆ Meeting ที่เกี่ยวข้องกันก็ได้

Exhibition (E) เป็นการแสดงผลงานทางด้านสินค้าและบริการ เพื่อขายให้แก่อุตสาหกรรม ร้านค้า และผู้ซื้อ โดยอาจเปิดให้บุคคลทั่วไปเข้าชมด้วยก็ได้ ทั้งนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ *Trade Show* เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ กับ *Consumer Show* เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภค

นอกจากนี้ การท่องเที่ยว MICE ในระดับนานาชาติยังสามารถจำแนกตามถิ่นที่มาของผู้เข้าร่วมกิจกรรม MICE ได้ 3 ประเภท คือ *International* เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปต่างๆ

ตั้งแต่ 2 ทวีปขึ้นไป *Regional* เป็นนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากประเทศต่างๆ ในทวีป หรือภูมิภาค เดียวกันตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป *National Offshore* เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศใดประเทศ หนึ่งเพียงประเทศเดียวจากทวีปใดๆ

2.7.14 การท่องเที่ยวพำนักระยะเวลานาน (Long Stay)

เป็นแนวคิดที่เกิดมานานแล้วในประเทศแถบตะวันตก สืบเนื่องมาจากแนวโน้ม ประชากรที่อยู่ในวัยสูงอายุมีมากขึ้น และมีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ รัฐบาลบางประเทศจึงมีนโยบาย ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุออกไปใช้ชีวิตในต่างประเทศที่มีค่าครองชีพที่เหมาะสม มีสภาพแวดล้อมที่ดี และ ได้รับบริการสุขภาพเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรกลุ่มนี้ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวยัง ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวในลักษณะชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์การพักผ่อน การดูแลรักษาสุขภาพ หรือ การใช้ชีวิตประจำวันเหมือนบ้านที่สอง เมื่อมีความประทับใจ มีความพึงพอใจ จึงกลับมาเที่ยวซ้ำอีกและ หลังจากนั้นจึงเปลี่ยนสภาพมาเป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในที่สุด ดังนั้น Long Stay จึงหมายถึงการ พักผ่อนระยะเวลานานในต่างประเทศ แต่ไม่ใช่การอพยพย้ายถิ่น หรือไปมีถิ่นฐานที่ถาวรในต่างประเทศ และลักษณะโดยทั่วไปของ Long Stay คือ

- 1) ต้องพำนักอาศัยอยู่เป็นระยะเวลานาน
- 2) มีจุดมุ่งหมายที่จะทำกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน
- 3) เน้นการพำนักอาศัยมากกว่าการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการหาประสบการณ์ เหมือนการใช้ชีวิตประจำวันในประเทศ
- 4) ต้องมีที่พักหรือการเช่าที่พักในต่างประเทศ เพื่ออยู่อาศัยและใช้ ชีวิตประจำวัน ไม่ใช่การอาศัยอยู่ตามโรงแรมแบบนักท่องเที่ยวทั่วไป
- 5) ต้องมีเงินทุน รายได้ เงินสะสมภายในประเทศเพียงพอที่จะอาศัยอยู่ใน ต่างประเทศ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับจากต่างประเทศ



บทที่ 3

การศึกษาและประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นภาคอุตสาหกรรมทางการค้าและบริการที่มีส่วนในการสร้างรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ การจ้างงานและการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคต่างๆ ของทุกประเทศ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงในอนาคตภายใต้ภาวะการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ในบทนี้ได้ทำการศึกษาและประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ส่วนคือ (1) สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวโลก (2) สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวไทย (3) สถานภาพทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทย และ (4) สภาพปัญหาอุปสรรคการท่องเที่ยวไทย

3.1 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวโลก

3.1.1 การท่องเที่ยวโลก

ตลอดระยะเวลากว่า 4 ทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโต (Compound Annual Growth Rate : GAGR) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสูงถึงร้อยละ 12.5 ต่อปีในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว และร้อยละ 19.6 ต่อปีในด้านรายได้จากการท่องเที่ยวในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ นักท่องเที่ยวทั่วโลกจะเดินทางไปเที่ยวยุโรปมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือสหรัฐอเมริกาและเอเชียแปซิฟิก และประมาณครึ่งหนึ่งของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดของโลกอยู่ในทวีปยุโรป แต่เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นรายประเทศแล้วพบว่า ฝรั่งเศสเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเที่ยวมากเป็นอันดับ 1 ของโลก รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา หากพิจารณาจากรายได้ของการท่องเที่ยวจำแนกตามรายประเทศแล้วพบว่า สหรัฐอเมริการายได้จากการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 1 ของโลก รองลงมาคือสเปน และถ้าพิจารณาลงไปถึงรายได้ต่อนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเทศจะเห็นว่าออสเตรเลียมีรายได้ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 1 ทั้งนี้ธนาคารโลกประมาณการว่าการเติบโตด้านการท่องเที่ยวของประเทศกำลังพัฒนาจะเพิ่มในอัตราร้อยละ 4 ต่อปี ขณะที่ประเทศอุตสาหกรรมเพิ่มอัตราร้อยละ 2.5 ต่อปี โดยที่การท่องเที่ยวระยะไกลจะมีบทบาทมากขึ้น จำนวนการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่จะใช้ระยะเวลาในแต่ละสถานที่ที่ท่องเที่ยวน้อยลง ดังนั้นแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกในอนาคต คือ

- ท่องเที่ยวบ่อยครั้งขึ้นแต่จะใช้เวลาการท่องเที่ยวน้อยลง
- สถานที่พักผ่อนที่รวมการให้บริการครบวงจรได้รับความนิยมมากขึ้น
- การเดินทางระยะไกล (Long-haul) เติบโตกว่าการเดินทางระยะใกล้ (Short-haul)

- การท่องเที่ยวในเมืองมีการเติบโตค่อนข้างสูง
- ตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเติบโตมากขึ้น

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วโลก

อันดับประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด		อันดับประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด		อันดับประเทศที่มีรายได้ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด	
ประเทศ	ล้านคน	ประเทศ	พันล้าน \$ US	ประเทศ	\$ US
1. ฝรั่งเศส	76	1. สหรัฐอเมริกา	85	1. ออสเตรเลีย	1,705
2. สหรัฐอเมริกา	51	2. สเปน	31	2. สหรัฐอเมริกา	1,673
3. สเปน	48	3. ฝรั่งเศส	30	3. เกาหลี	1,242
4. อิตาลี	41	4. อิตาลี	27	5. อินโดนีเซีย	1,136
5. จีน	31	5. อังกฤษ	20	7. สิงคโปร์	921
14. ฮองกง	13	6. เยอรมัน	18	12. ไทย	749
18. มาเลเซีย	10	7. จีน	16		
21. ไทย	10	13. ฮองกง	8		
		16. ไทย	7		

ที่มา : World Tourism Organization

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ได้พยากรณ์อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวโลกว่ามีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพยากรณ์ว่าในปี พ.ศ. 2543 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกมากถึง 668 ล้านคน และจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,600 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 นอกจากนี้ WTO ยังวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคตที่จะเป็นไปตามกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การเดินทางท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปการพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ตลอดจนการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ตลาดที่มีศักยภาพสูงสุดในการเดินทางในอนาคตคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวสตรี กลุ่มวัยทอง กลุ่มเยาวชนและนักศึกษา กลุ่มครอบครัว และนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเอง

3.1.2 การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับ 3 ของโลก ไม่ว่าจะพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวหรือรายได้จากการท่องเที่ยวของโลก ซึ่งมีแนวโน้มในการขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของโลก โดยมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 6.7 ต่อปี ไปจนถึงปี 2553 และมีอัตราการขยายตัวเป็นอันดับ 3 ของโลก ตามอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคิดเป็นร้อยละ 10.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของเอเชียแปซิฟิกในปี พ.ศ. 2541 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 10.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของเอเชียแปซิฟิกทั้งหมดในปี

พ.ศ. 2553 จีน ฮังกง ไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย เป็น 5 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีนักท่องเที่ยวมากติด 40 อันดับแรกของโลก และเมื่อพิจารณารายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกพบว่า จีน ฮังกง ไทย เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย มีรายได้ติด 20 อันดับแรกของโลก

ตลาดนักท่องเที่ยวหลักของจีน คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และเกาหลีใต้ ตามลำดับ ระยะเวลาการพักของนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 7 วัน ตลาดการท่องเที่ยวของจีนมีแนวโน้มที่จะขยายตัวต่อไปในอนาคต เนื่องจากจีนเพิ่งทำการเปิดประเทศทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางมาเที่ยวจีนมาก ประกอบกับจีนเป็นประเทศที่มีแหล่งประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่และสวยงาม มีสิ่งมหัศจรรย์ของโลกที่เป็นจุดขายที่สำคัญคือ กำแพงเมืองจีน พระราชวังฤดูร้อน เป็นต้น

ตลาดนักท่องเที่ยวหลักของฮ่องกง คือ จีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวฮ่องกง มีจุดประสงค์หลักคือ การพักผ่อนในวันหยุด รองลงมาคือทำธุรกิจและเพื่อเดินทางไปยังประเทศจีน ตามลำดับ จุดขายที่สำคัญของฮ่องกงคือ เป็นแหล่งช้อปปิ้ง และความเป็นเมืองที่ทันสมัยที่เต็มไปด้วยชีวิตชีวา (City of life) ดังนั้น นักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีรายจ่ายในการซื้อของที่ระลึกมากที่สุด ส่วนรายจ่ายที่เหลือเป็นค่าที่พัก และค่าอาหาร ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางคือ เดือนมกราคม มีนาคม เมษายน และพฤษภาคม ตามลำดับ

ตลาดนักท่องเที่ยวหลักของออสเตรเลีย คือ ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ ตามลำดับ จุดประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวออสเตรเลียคือ การพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาคือ เยี่ยมญาติหรือเพื่อน เพื่อธุรกิจ การศึกษาและการประชุมสัมมนา ตามลำดับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวออสเตรเลียมีรายจ่ายในการซื้อของที่ระลึกมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก และค่าอาหาร จุดขายที่สำคัญของออสเตรเลียคือ การท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์และโฮมสเตย์

Travel & Tourism Intelligence คาดว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2544 มีประมาณร้อยละ 9.3 ต่อปี และลดลงเหลือร้อยละ 6.9 ในปี พ.ศ. 2547 โดยจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 118.96 ล้านคนในปี พ.ศ. 2547 และรายได้จากการท่องเที่ยวจะมีการขยายตัวในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2547 ร้อยละ 10 ต่อปี โดยรายได้จากการท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเป็น 124,719 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2547 ส่วนองค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเลื่อนจากอันดับ 3 มาอยู่ในอันดับ 2 ของโลกในปี พ.ศ. 2563 โดยมีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 6.5 ต่อปี โดยมีนักท่องเที่ยว 388 ล้านคนในปี พ.ศ. 2563 และยุโรปยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับ 1 ของโลก โดยจะมีนักท่องเที่ยว 714 ล้านคนในปี พ.ศ. 2563

3.1.3 การท่องเที่ยวในอาเซียน

นักท่องเที่ยวในอาเซียนมีจำนวน 28.13 ล้านคนในปี พ.ศ. 2541 และจะเพิ่มขึ้นเป็น 44.6 ล้านคนในปี พ.ศ. 2547 โดยไทยเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ ตามลำดับ

ตลาดท่องเที่ยวหลักของอินโดนีเซีย คือ สิงคโปร์ รองลงมาคือ มาเลเซีย ญี่ปุ่น และ ออสเตรเลีย ในปี พ.ศ. 2541 นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวอินโดนีเซียน้อยกว่าปกติ เนื่องจากอินโดนีเซียมีปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง การจลาจลภายในประเทศ และปัญหาหมอกควัน ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งหันมาเที่ยวในไทย จุดประสงค์ในการมาเที่ยวอินโดนีเซียคือ เพื่อการพักผ่อนและธุรกิจ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวอินโดนีเซียจะมีรายจ่ายด้านที่พักมากที่สุด รองลงมาคือการเดินทางภายใน และค่าอาหาร ตามลำดับ ส่วนรายจ่ายในการซื้อของที่ระลึกมีค่อนข้างน้อย ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางคือ เดือนกรกฎาคม สิงหาคม และมีนาคม

ตลาดท่องเที่ยวหลักของสิงคโปร์คือ อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น รองลงมาคือ มาเลเซีย และ ออสเตรเลีย นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยมมาเที่ยวสิงคโปร์มาก เนื่องจากสิงคโปร์อยู่ใกล้กับญี่ปุ่น มีความปลอดภัยสูง และมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนสนุกแบบเอเชีย นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งช้อปปิ้งของแม่บ้านญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวนิยมเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว เพราะค่าครองชีพของสิงคโปร์ค่อนข้างสูง จุดประสงค์ในการเดินทางมาสิงคโปร์คือ การพักผ่อน รองลงมาทำธุรกิจและอื่นๆ ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางคือเดือนกรกฎาคม สิงหาคม และมกราคม ตามลำดับ

ตลาดท่องเที่ยวหลักของมาเลเซียคือ สิงคโปร์ รองลงมาคือไทย เนื่องจากสิงคโปร์และไทยเป็นประเทศเพื่อนบ้านกับมาเลเซีย ทำให้การเดินทางค่อนข้างง่ายและสะดวก นักท่องเที่ยวต่างชาติมีรายจ่ายค่าที่พักสูงที่สุด รองลงมาเป็นการซื้อของที่ระลึก อาหาร และอื่นๆ ตามลำดับ

ตลาดท่องเที่ยวหลักของฟิลิปปินส์คือ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น รองลงมาคือไต้หวัน และฮ่องกง จุดประสงค์ในการเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน และทำธุรกิจมากที่สุด ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางคือ เดือนพฤศจิกายน และธันวาคม

ตลาดท่องเที่ยวหลักของกัมพูชา คือสหรัฐอเมริกา ไต้หวัน จีน ญี่ปุ่น และ สหราชอาณาจักร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้ามาเที่ยวเพื่อการพักผ่อน รองลงมาเพื่อธุรกิจการค้า ช่วงเวลาในการเดินทางคือ เดือนมกราคม มีนาคม และเมษายน ตามลำดับ

ตลาดท่องเที่ยวหลักของเวียดนามคือ จีน รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา ไต้หวัน และญี่ปุ่น จุดประสงค์ในการเดินทางคือ เพื่อการพักผ่อน

3.2 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวไทย

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญอันดับ 1 ของไทยมาเป็นเวลานานนับสิบปี และมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อฐานะทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แต่ในปี พ.ศ. 2540 เมื่อไทยมีการใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัว และเงินบาทมีค่าลดลงแล้ว รายได้จากการท่องเที่ยวเริ่มลดความสำคัญลงมาเป็นอันดับ 2 รองจากการส่งออกเครื่องคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน แต่อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังเป็น

ส่วนประกอบสำคัญในผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) อีกด้วย และยังก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากไทยเป็นตลาดใหญ่ติดอันดับต้นๆ ของภูมิภาคเอเชีย และในระดับโลก คือ มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวมากเป็นอันดับ 4 ของเอเชีย รองจากจีน ฮองกง และมาเลเซีย และเป็นอันดับที่ 21 ของโลก ส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับ 3 รองจากจีน และฮองกง เป็นอันดับที่ 16 ของโลก อันเป็นผลมาจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวสูงกว่าประเทศมาเลเซีย และอีกหลายประเทศในภูมิภาคอื่น สถานการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยที่ยังมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะเห็นได้จากช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ การก่อการร้ายในประเทศสหรัฐอเมริกา ตลอดจนการเกิดโรคระบาด ที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างมาก อัตราการเติบโตชะลอตัวลง แต่ประเทศไทยกลับมีอัตราการเติบโตของจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลก ทำให้รัฐบาลใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ และปัจจุบันได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลกโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นมหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ความคาดหวังดังกล่าวอยู่บนพื้นฐานของการคาดการณ์ที่เป็นจริงได้โดย World Travel & Tourism Council (WTTC) คาดการณ์ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2553 ประเทศไทยจะมีการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 7.2 ต่อปี ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ต่อปี ผลิตภัณฑ์มวลรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องของไทยจะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 12.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในปี พ.ศ. 2553 และจะก่อให้เกิดการสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมในระบบเศรษฐกิจจำนวน 4.8 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 13 ของกำลังแรงงานทั้งหมดของประเทศ แต่หากพิจารณาถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมทั้งระบบแล้ว จะพบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยยังมีการเติบโตบนพื้นฐานที่เปราะบาง ยังขาดความเป็นเอกภาพในความร่วมมือขององค์ประกอบที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จำเป็นต้องอาศัยความชัดเจนของนโยบายในเชิงรุก เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการทั้งด้านส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและมั่นคงภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก

3.2.1 พัฒนาการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ช่วงหลักคือ

1) ช่วงแผนพัฒนาประเทศ ระหว่างปี 2503 – 2517 เป็นช่วงที่ไทยเริ่มพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างจริงจังและเป็นระบบ โดยการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อศท.) เมื่อปี 2503 และเป็นช่วงที่มีการพัฒนาสาธารณูปโภค ทำให้มีปัจจัยพื้นฐาน เช่น โรงแรม การคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว และภาคเอกชนมีการตั้งสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) ในปี 2511 ในช่วงนี้เป็นการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด มีจำนวน

นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20.5 ต่อปี และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเมื่อคิดเป็นดอลลาร์สหรัฐเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.5 ต่อปี

2) ช่วงวิกฤตท่องเที่ยวระหว่างปี 2518 – 2529 เป็นช่วงที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตลดลงในช่วงแรกเพราะปัญหาความไม่สงบภายในประเทศ และสงครามเวียดนาม รวมถึงเกิดวิกฤตน้ำมัน ทำให้นักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงเป็นครั้งแรกในปี 2517 และนักท่องเที่ยวลดลงเป็นครั้งที่ 2 ในปี 2526 แต่เมื่อเหตุการณ์คลี่คลายลงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีการเจริญเติบโตต่อ ทำให้มีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวร้อยละ 8.1 ต่อปี และรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.1 ต่อปี และในปี 2522 มีการออกพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และยกระดับ อสท. เป็น ททท. หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3) ช่วงปีท่องเที่ยวไทย ระหว่างปี 2530 – 2533 ททท. ได้จัดโครงการรณรงค์ "Visit Thailand Year" เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นเป็นครั้งแรก ซึ่งประสบผลสำเร็จอย่างมาก ทำให้มีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 17.1 ต่อปี และมีรายได้เข้าประเทศเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 32.1 ต่อปี

4) ช่วงชะลอตัว ระหว่างปี 2534 – 2537 เป็นช่วงที่การท่องเที่ยวเริ่มชะลอตัวลงอีกครั้งจากสถานการณ์สงครามในอ่าวเปอร์เซีย และความไม่สงบภายในประเทศจากการปฏิวัติของ รสช. และเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ ในช่วงนี้นักท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 5.6 ต่อปี และรายได้จากการท่องเที่ยวเติบโตร้อยละ 12.1 ต่อปี โดยมีนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงเป็นครั้งที่สามในปี 2534

5) ช่วงปี Amazing Thailand ระหว่างปี 2538 – 2543 เป็นช่วงที่ประเทศไทยเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้ไทยพยายามที่จะรณรงค์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศภายใต้หัวข้อ "Amazing Thailand" ถึงแม้จะประสบความสำเร็จอย่างมากในด้านการประชาสัมพันธ์ แต่อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวในช่วงนี้มีเพียงร้อยละ 6.5 ต่อปี รายได้จากการท่องเที่ยวในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐลดลงร้อยละ 1.5 ต่อปี จากการลดค่าเงินบาท ถึงแม้รายได้จะมีการเติบโตสูงขึ้นในสกุลเงินบาทก็ตาม

6) ช่วงการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ระหว่างปี 2544 – ปัจจุบัน เป็นช่วงที่รัฐบาลเริ่มต้นตัวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แต่เพียงอย่างเดียว แต่ได้จัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี 2545 เพื่อดูแลด้านการพัฒนาและออกกฎหมายควบคุมด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ รวมถึงมีการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเดือนธันวาคม 2544 ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภาคเอกชนทั้งหมด

3.2.2 ตลาดการท่องเที่ยวไทย

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นตลาดกลุ่มเป้าหมายหลักของประเทศที่สร้างรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศอย่างมาก โดยในปี 2545 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 3.23 แสนล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 10.8 ล้านคน และในปี 2546 มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ใกล้เคียงกัน แต่ลดลงเล็กน้อยเนื่องจากปัญหาโรค SARS และการก่อการร้าย และหากรวมรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย 2.35 แสนล้านบาท จะทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 5.58 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 11 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ (GDP) โดยตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาอัตราการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยประมาณร้อยละ 8.0 ต่อปี และส่งผลต่อ GDP ในการช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มแก่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Multiplier Effect) ถึง 1.98 เท่า หรือคิดเป็นมูลค่ารวม 7.35 แสนล้านบาท โดยกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อเนื่องที่สำคัญคือ อุตสาหกรรมการผลิต ร้านอาหาร การขนส่ง และโรงแรมและที่พัก รวมทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานโดยตรง 4.2 แสนคน ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ย 164,100 บาท/ปี หรือ 13,675 บาท/เดือน ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์สูงเมื่อเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น แต่ต่ำกว่าค่าจ้างในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีเพียงอุตสาหกรรมเดียว โดยมีการจ้างงานในธุรกิจที่พักแรมมากที่สุดและมีรายได้เฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือการขนส่ง บริษัทนำเที่ยวและบันเทิง ดังนั้นในการพิจารณาตลาดท่องเที่ยวไทยจะพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนนักท่องเที่ยวไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน จำนวนวันพักเฉลี่ย รายได้จากการท่องเที่ยว และโครงสร้างของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีปัญหาจากความไม่สงบและวิกฤตในบางช่วง และเมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามภูมิภาค พบว่านักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นตลาดหลักที่สำคัญอันดับ 1 ของไทย รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากยุโรป และภูมิภาคอเมริกา

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2541 – 2546

ปี	2541	2542	2543	2544	2545	2546
จำนวน (ล้านคน)	7.76	8.58	9.51	10.06	10.80	10
อัตราเพิ่ม	7.53	10.50	10.82	5.82	7.33	- 7.36

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 อันดับแรกที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองไทยปี 2541-2547

หน่วย : ล้านคน

ประเทศ	2541	2542	2543	2544	2545	2547 ^a
1. มาเลเซีย	0.92	1.00	1.05	1.19	1.33	1.18
2. ญี่ปุ่น	0.99	1.06	1.20	1.18	1.24	1.83
3. จีน	0.57	0.78	0.70	0.80	0.80	1.07
4. สหราชอาณาจักร	0.38	0.43	0.48	0.66	0.70	0.74
5. เกาหลีใต้	0.20	0.34	0.45	0.55	0.70	0.53
6. ไต้หวัน	0.46	0.56	0.71	0.74	0.67	0.49
7. สหรัฐอเมริกา	0.36	0.42	0.47	0.53	0.56	0.58
8. สิงคโปร์	0.59	0.60	0.66	0.53	0.55	0.95
9. เยอรมนี	0.38	0.37	0.38	0.40	0.41	0.53
10. ออสเตรเลีย	0.30	0.30	0.32	0.35	0.35	0.34
รวม	5.14	5.86	6.41	6.93	7.31	8.24

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (E เป็นตัวเลขประมาณการจาก Travel & Tourism Intelligence)

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวไทยในปี 2545 มีจำนวน 10.8 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ประมาณ 6.6 แสนคน หรือร้อยละ 7.33 สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ คือร้อยละ 4.37 และอัตราการเติบโตดังกล่าวใกล้เคียงกับตัวเลขการเติบโตของเอเชียแปซิฟิก แต่สูงกว่าการท่องเที่ยวโลก ที่ WTO คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทยประมาณกว่าครึ่งหนึ่ง เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก (มาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน เกาหลี สิงคโปร์ ไต้หวันฮ่องกง) รองลงมาคือยุโรป (สหราชอาณาจักร เยอรมนี ฝรั่งเศส สวีเดน) และอเมริกา (สหรัฐอเมริกา แคนาดา) อย่างไรก็ตามสถานการณ์การก่อการร้ายและการแพร่ระบาดของโรค SARS ในช่วงต้นปี 2546 ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง โดยไตรมาสแรกของปี 2546 มีจำนวนลดลงเฉลี่ยร้อยละ 1.65 เมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปีที่ผ่านมา และเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวรัฐบาลจึงได้ดำเนินแผนงานเร่งด่วน และกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ และส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย

2) จำนวนนักท่องเที่ยวไทย

ผลจากการที่รัฐบาลได้หันมาใช้นโยบาย Dual Track เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งต่างประเทศและภายในประเทศตามโครงการ “เที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน” การจัดกิจกรรมงานประเพณี งานเทศกาลระดับชาติและนานาชาติ ส่งผลให้คนไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น โดยในปี 2545 มีคนไทยเดินทางเที่ยวในประเทศ 61.82 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 5.45 สร้างรายได้รวม 2.35 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.19 โดยประมาณเกือบครึ่งหนึ่งนิยม

ท่องเที่ยวในภาคกลางและกรุงเทพมหานคร รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ โดยจังหวัดที่คนไทยนิยมเที่ยวมากที่สุด 5 ลำดับแรกคือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา ขอนแก่น และระยอง อย่างไรก็ตามยังมีคนไทยอีกจำนวนมากที่นิยมเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศ โดยเฉพาะแถบเอเชียตะวันออก (มาเลเซีย สิงคโปร์ จีน ฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น) และในยุโรป (เยอรมนี สหราชอาณาจักร สวิสเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส) รวมถึงประเทศสหรัฐอเมริกา โดยในปี 2545 มีคนไทยเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวน 2.28 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ประมาณร้อยละ 11.87 และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวรวม 1.07 แสนล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าค่อนข้างสูงถึง 1 ใน 3 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละปี แต่หากสามารถดึงนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้กลับมาเที่ยวภายในประเทศได้ จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเติบโตขึ้น รวมทั้งยังสามารถเพิ่มคุณูปการของประเทศอีกด้วย

ตารางที่ 4 จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2541 – 2545

	2541	2542	2543	2544	2545
จำนวน(ล้านคน)	51.68	53.65	54.74	58.62	61.82
อัตราเพิ่ม	-0.72	3.08	2.03	7.09	5.45
รายได้ (พันล้านบาท)	187.90	203.18	210.52	223.73	235.34
อัตราเพิ่ม	4.16	7.42	3.61	6.28	5.19
ระยะเวลาพำนัก (วัน)	2.37	2.43	2.48	2.51	2.55
ค่าใช้จ่าย (บาท/คน/วัน)	1,513	1,523	1,718	1,703	1,689
อัตราเพิ่ม	3.18	2.26	12.79	-0.89	-0.77

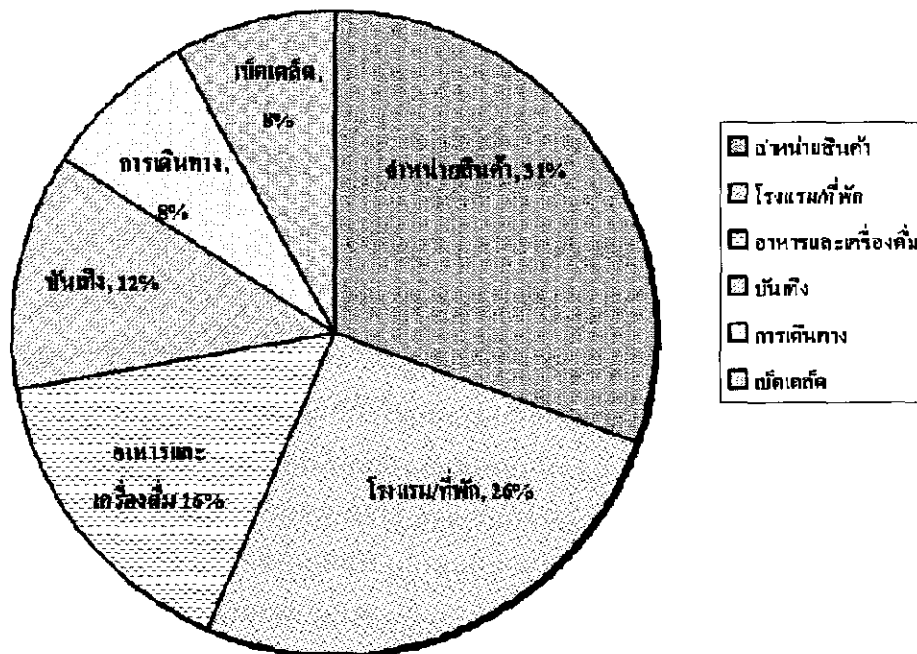
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3) ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติและจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 3,754 บาท/วัน ในปี พ.ศ. 2545 ซึ่งมีอัตราเพิ่มขึ้นของรายจ่ายเฉลี่ยในรูปเงินบาทของนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 1 กว่าๆ รายได้จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยมากที่สุดถึงกว่าร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ถึงแม้จะใช้เวลาในไทยโดยเฉลี่ยเพียง 5.26 วัน แต่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียได้มีการใช้จ่ายต่อวันต่อคนมากที่สุดประมาณ 4,695 บาท/วัน ขณะที่นักท่องเที่ยวจากยุโรปจะใช้จ่ายเงินน้อยที่สุดประมาณ 3,174 บาท/วัน อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวยุโรปจะใช้เวลาเฉลี่ยพักในประเทศไทยยาวนานที่สุดประมาณ 13.57 วัน/ครั้ง และมักเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวไทยมาแล้วจึงสามารถลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ลงได้ แต่เมื่อมองอีกด้านหนึ่งอาจเนื่องมาจากไทยยังไม่ได้มีการเปิดตลาดใหญ่ๆ ในกลุ่มประเทศยุโรป ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันสูงสุดคือ ซาอุดีอาระเบีย ประมาณ 5,745 บาท/วัน แต่นักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นจะมีค่าใช้จ่ายโดยรวมมากที่สุดถึง 31,446 ล้านบาท เนื่องจากเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดของไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากสวีเดนจะใช้เวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยนานที่สุดเฉลี่ย 15.13 วันต่อครั้ง

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจำแนกตามหมวดต่างๆ แล้ว พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุดซึ่งเป็นธุรกิจรองของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 31 ของการใช้จ่ายทั้งหมด รองลงมาจะเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักร้อยละ 26 ด้านอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 16 แต่สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกนี้ค่อนข้างผันผวนในแต่ละปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพัฒนาและนำเสนอสินค้าที่ยังขาดมาตรฐานคุณภาพ และเอกลักษณ์เฉพาะเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

แผนภาพที่ 7 รายได้จากนักท่องเที่ยวแยกตามประเภทการใช้จ่าย (เฉพาะชาวต่างชาติ)



การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้แก่ประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น รายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดในรูปแบบบาทนี้ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือยุโรป อเมริกา เอเชียใต้ และโอเชียเนีย แม้รายได้จากการท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้นทุกปี แต่อัตราการขยายตัวของรายได้กลับขึ้นๆ ลงๆ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนไม่ค่อยขยายตัว อาจเนื่องมาจากอุตสาหกรรมข้างเคียงและบริการไม่อาจเรียกร้องความสนใจของนักท่องเที่ยวให้ใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เช่น สินค้า อาหารและเครื่องดื่ม และบันเทิง เป็นต้น

ตารางที่ 5 จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี 2541 – 2546

	2541	2542	2543	2544	2545	2546
จำนวน (ล้านคน)	7.76	8.58	9.51	10.06	10.80	10.00
อัตราเพิ่ม	7.53	10.50	10.82	5.82	7.33	- 7.36
รายได้ (พันล้านบาท)	242.18	253.02	258.27	299.05	323.48	309.30
อัตราเพิ่ม	9.70	4.48	12.75	4.83	8.17	- 4.38
ระยะเวลาพำนัก (วัน)	8.40	7.96	7.77	7.93	7.98	8.19
ค่าใช้จ่าย (บาท/คน/วัน)	3,713	3,705	3,861	3,748	3,754	3,774
อัตราเพิ่ม	1.12	- 0.23	4.23	- 2.93	0.16	0.55

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4) โครงสร้างนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 60 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 40 โดยเป็นผู้เดินทางมาไทยเป็นครั้งแรกมีสัดส่วนใกล้เคียงกับเคยเดินทางมาไทยแล้ว คือร้อยละ 44.7 และ 55.3 ตามลำดับ การเดินทางจะนิยมเดินทางมาเองมากกว่ามากับบริษัทนำเที่ยว จุดประสงค์หลักคือมาเพื่อต้องการพักผ่อนถึงร้อยละ 89 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบวิชาชีพ ทำธุรกิจการค้า พนักงานของบริษัทและในโรงงาน

3.2.3 ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว พิจารณาจากสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน บริษัทนำเที่ยว และร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการคมนาคม

นักท่องเที่ยวเดินทางมาไทยส่วนใหญ่จะใช้การขนส่งทางอากาศ ท่าอากาศยานระหว่างประเทศของไทยที่รองรับสายการบินจากต่างประเทศมีทั้งหมด 5 แห่งคือ ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ท่าอากาศยานภูเก็ต ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ และท่าอากาศยานอุดรธานี ซึ่งสามารถรองรับสายการบินที่เดินทางประจำตามเส้นทางและประเภทเหมาลำ ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ เป็นท่าอากาศยานที่สำคัญที่สุดของไทย เนื่องจากมีสายการบินที่เดินทางประจำตามเส้นทางมากกว่า 80 สายการบิน และจุดพักที่ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ เฉลี่ยสัปดาห์ละกว่า 1,000 เที่ยวบิน แต่อัตราการขยายตัวของที่นั่งของเที่ยวบินลดลงในแต่ละปี เนื่องจากที่นั่งของเที่ยวบินยังมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศ โดยมีอุปทานส่วนเกินของที่นั่งปีละ 5 ล้านที่นั่ง แต่ปัญหาการขาดแคลนที่นั่งจะเกิดขึ้นมากในฤดูการท่องเที่ยวและวันหยุด นอกจากนี้ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ยังมีสาย

การบินประเภทเหมาลำให้บริการมากที่สุดเมื่อเทียบกับท่าอากาศยานอื่นๆ อย่างไรก็ตามขณะนี้ประเทศไทยอยู่ระหว่างการสร้างสนามบินนานาชาติแห่งใหม่ คือสนามบินสุวรรณภูมิ ที่มีความสามารถในการรองรับเที่ยวบินและผู้เดินทางได้มากขึ้น มีความสะดวกและทันสมัย ตลอดจนมีการต่อเชื่อมระบบคมนาคมและขนส่งที่ดีกว่าท่าอากาศยานกรุงเทพฯ และยังมีมาตรฐานเทียบเคียงกับสนามบินอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย ดังนั้นในระยะเวลาอันใกล้นี้การเดินทางทางอากาศมาประเทศไทยของชาวต่างชาติจะไม่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการรองรับผู้เดินทาง

2) แหล่งท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศทั้งสิ้นกว่า 2,879 แห่ง โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์/ศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี/กิจกรรมน้อยที่สุด แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นอยู่ในภาคเหนือมากที่สุด รองลงมาคือภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ

3) สถานที่พักแรม

ประเทศไทยมีสถานที่พักแรมตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ 4 อันดับแรก คือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต พัทยา และเชียงใหม่ โดยมีอัตราการเข้าพักระหว่างร้อยละ 40 – 65 ของห้องพักทั้งหมด สถานที่พักแรมเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว และมีมาตรฐานการบริการเทียบได้กับนานาชาติทั่วโลก

3.2.4 การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วง 40 ปีที่ผ่านมา ได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยปี พ.ศ. 2506 เป็นปีที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากที่สุดถึงเกือบร้อยละ 50 แต่เมื่อมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา พบว่าปีที่มีอัตราการเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดคือปี พ.ศ. 2530 ซึ่งมีอัตราการเพิ่มถึงร้อยละ 24 ซึ่งนับเป็นความสำเร็จอย่างสูงของการส่งเสริมการท่องเที่ยวครั้งแรก อย่างไรก็ตามประเทศไทยเคยมีประสบการณ์ของการถดถอยของจำนวนนักท่องเที่ยว (อัตราการเติบโตติดลบ) ในปี พ.ศ. 2519 2526 และ 2534 เพราะในช่วงปีดังกล่าวมีเหตุการณ์ไม่สงบอย่างรุนแรงในประเทศหรือระหว่างประเทศนั่นเอง

การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจะใช้แบบจำลองที่ใช้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบด้วยตัวแปรทางด้านรายได้ (จะใช้การเติบโตของเศรษฐกิจโลก) ตัวแปรด้านราคา (ใช้อัตราแลกเปลี่ยน) ตัวแปรแทนปีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว และตัวแปรที่แทนเหตุการณ์ที่มีผลต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรอธิบาย การที่เศรษฐกิจโลกมีการเติบโตที่ดีขึ้นคาดว่าจะกระตุ้นให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนมีรายได้และความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น และการท่องเที่ยวถือว่าเป็นสินค้าปกติ (normal good) หรือสินค้าฟุ่มเฟือย (luxury good) อัตราแลกเปลี่ยนมีความสำคัญคือ ถ้าเงินบาทอ่อนค่าลงจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการใช้จ่ายในการมาเที่ยวไทยถูกลง ดังนั้นจึงคาดว่าจะการที่ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น นโยบายการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวคาดว่าจะมีผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่วนเหตุการณ์ที่มีผลต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวคาดว่าจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง ในการประมาณการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้น เราควรที่จะใช้ตัวแปรด้านรายได้ และอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศต่างๆ ที่ประชาชนของเขาเป็นผู้นิยมมาเที่ยวประเทศไทย แต่เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านข้อมูลทำให้ไม่สามารถเติมตัวแปรอิสระจำนวนมากในสมการ เราจึงใช้ World GDP หรือ GDP ของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออก หรือ GDP ของประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตัวแทนของรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์สหรัฐเป็นตัวแทนราคา อย่างไรก็ตามหากนำตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศนักท่องเที่ยวหลัก เช่น มาเลเซีย ญี่ปุ่น เยอรมนี กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก และกลุ่มประเทศยุโรป มาแทนตัวแปรด้านราคา การพยากรณ์ก็จะสามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวและใกล้ความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งในที่นี้จะไม่อธิบายถึงรายละเอียดในวิธีประมาณการดังกล่าว แต่จะอธิบายเพียงตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่ส่งผลเชิงบวกและเชิงลบ

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

(หน่วย : คน)

จำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก				
ปี พ.ศ.	(1) กรณีฐาน	(2)	(3)	(4)
2547	7,727,733	8,877,295	8,591,323	6,055,407
2548	8,238,116	9,749,435	9,453,444	6,548,016
2549	8,838,391	10,757,030	10,449,263	7,120,063
จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ที่เหลือ				
ปี พ.ศ.	(1) กรณีฐาน	(2)	(3)	(4)
2547	4,962,674	5,973,594	6,012,143	4,449,040
2548	5,241,713	6,398,839	6,425,627	4,882,672
2549	5,525,918	6,807,681	6,826,176	5,277,053
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด				
ปี พ.ศ.	(1) กรณีฐาน	(2)	(3)	(4)
2547	12,690,407	14,850,889	14,603,467	10,504,447
2548	13,479,829	16,148,274	15,879,071	11,430,688
2549	14,364,309	17,564,711	17,275,439	12,397,116

หมายเหตุ : ค่าพยากรณ์แต่ละช่อง (1) – (4) มีข้อสมมติต่อไปนี้

- (1) กรณีค่าเงินดอลลาร์เท่ากับ 42 บาทต่อดอลลาร์ โดยไม่มีการปรับปรุงการส่งเสริมการท่องเที่ยว และไม่มีเหตุการณ์ไม่สงบ
- (2) เหมือนกรณี (1) แต่มีการปรับปรุงการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง
- (3) กรณีค่าเงินดอลลาร์แข็งขึ้นจาก 42 บาท เป็น 46 บาทต่อดอลลาร์ และมีการปรับปรุงการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง
- (4) เหมือนกรณี (1) แต่มีเหตุการณ์ไม่สงบ

จากตัวอย่างการประมาณการข้างต้น จะพยากรณ์ได้ว่าหากอัตราแลกเปลี่ยนเงินคงที่ และมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยยังเหมือนเดิม อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจะมีอัตราขยายตัวคงที่ในระดับหนึ่ง และนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกจะมีปริมาณมากกว่า และขยายตัวดีกว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ (1) แต่ถ้ามีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยและพัฒนาสู่รูปแบบใหม่ที่เข้มข้นขึ้น และมีการพัฒนารูปแบบทุกๆ ปี จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากเอเชียตะวันออกและจากประเทศอื่นๆ (2) แต่หากค่าเงินบาทอ่อนลงจาก 42 เป็น 46 บาทต่อดอลลาร์ จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกลดลงเล็กน้อย แต่จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ เพิ่มขึ้น และโดยรวมแล้วก็จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นบ้างเล็กน้อย (3) และเมื่อมีเหตุการณ์ไม่สงบในประเทศหรือในภูมิภาคที่มีผลต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวคาดว่าจะทำให้นักท่องเที่ยวลดลงจากทุกภูมิภาคอย่างมาก

3.3 สถานการณ์การแข่งขันของการท่องเที่ยวไทย

แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น แต่ส่วนแบ่งการตลาดในตลาดโลกเริ่มลดลงเช่นเดียวกับส่วนแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวของไทยในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ลดลง รวมถึงระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยที่มีแนวโน้มลดลงในเกือบทุกตลาด ในขณะที่รายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวันอยู่ในระดับคงที่ จึงส่งผลให้แนวโน้มรายได้ต่อนักท่องเที่ยวลดลงจนต่ำกว่าประเทศคู่แข่งอย่างสิงคโปร์และอินโดนีเซีย เป็นสัญญาณอันตรายที่บ่งบอกถึงขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยที่กำลังลดลงเป็นลำดับ ทั้งนี้สาเหตุที่การเติบโตของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลงนั้น เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ตกต่ำทำให้คนไม่ต้องการที่จะท่องเที่ยวมากนัก เหตุการณ์วินาศกรรมและการก่อการร้ายทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น การเกิดโรคระบาด SARS การเกิดความไม่สงบทางภาคใต้ และการเกิดภัยพิบัติสึนามิในประเทศไทย ตลอดจนปัญหาทั่วรัศมีคุณภาพต่ำ และความไม่สะดวกในการเดินทางบางเส้นทาง รวมถึงความไม่เพียงพอในการรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวในฤดูการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ และหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดในแหล่งท่องเที่ยวเดิม ดังนั้นจึงควรทำการประเมินความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยในระดับประเทศ เพื่อให้ทราบถึง

สถานภาพที่เป็นจริงในสถานการณ์ปัจจุบัน และสามารถเพิ่มขีดความสามารถในส่วนที่เป็นจุดอ่อนได้ ถูกต้อง โดยการวัดศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งใน เอเชียแปซิฟิก ซึ่งจะพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบ (Comparative Advantage Ratio : CAR)

3.3.1 การจัดศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ในปัจจุบันการศึกษาความสำเร็จด้านการตลาดมักจะใช้อัตราขยายตัวของตลาด (market growth rate) เป็นตัววัด แต่อัตราขยายตัวนี้เป็นตัวบ่งชี้ที่ให้ข้อมูลน้อยมาก เพราะไม่สามารถชี้ให้เห็นชัดว่าเราได้นักท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะเราเจาะตลาดได้เก่งขึ้นกว่าประเทศอื่น หรือเป็นเพราะเราได้ นักท่องเที่ยวเพราะตลาดนั้นบังเอิญเป็นตลาดที่ขยายตัวเร็วอยู่แล้ว อย่างไรก็ตามการดูอัตราการขยายตัว ยังขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยว ถ้าฐานต่ำอัตราการขยายตัวก็มักจะสูง ในขณะที่ฐานนักท่องเที่ยวสูง อัตราการขยายตัวก็มักจะต่ำ นอกจากนี้ยังไม่สามารถจัดลำดับศักยภาพในแต่ละตลาดได้ แต่ดัชนีความ ได้เปรียบ (CAR) แก้ปัญหาที่กล่าวมาแล้วและช่วยให้การเปรียบเทียบง่ายขึ้น ดัชนีความได้เปรียบ เปรียบเทียบความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากตลาดเป้าหมายเทียบกับความสามารถเฉลี่ยของ เอเชียแปซิฟิก ค่าดัชนีที่ต่ำกว่า 1 หมายความว่าประเทศที่ศึกษามีศักยภาพต่ำกว่าอัตราเฉลี่ย ค่าสูงกว่า 1 หมายความว่ามีความศักยภาพมาก และค่ายิ่งสูงกว่า 1 มาก ก็หมายความว่าศักยภาพยิ่งสูงมาก แต่ในที่นี้จะไม่ แสดงรายละเอียดถึงการคำนวณตามสูตรเพื่อหาค่าดัชนีความได้เปรียบดังกล่าว แต่จะนำผลการศึกษาและ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ดำเนินการไว้แล้วเสนอให้ทราบ กล่าวคือ

- เมื่อพิจารณาในระดับภูมิภาค ศักยภาพของไทยลดลงอย่างเห็นได้ชัดในภูมิภาค ตะวันออกกลาง และภูมิภาคยุโรป
- ศักยภาพของไทยในเอเชียตรงตัว โดยเฉลี่ยแล้วประเทศไทยมีศักยภาพไม่สูงนัก
- ศักยภาพของไทยสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในตลาดสแกนดิเนเวีย โดยเฉพาะในประเทศ เดนมาร์ก
- ศักยภาพของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาค่อนข้างต่ำและไม่เปลี่ยนแปลงถึงแม้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐจะมาประเทศไทยมากขึ้นก็ตาม แต่ทั้งนี้ก็เป็นเพราะตลาด สหรัฐโดยรวมขยายตัว ประเทศไทยไม่ได้เปรียบกว่าประเทศอื่นในการจกฉวย โอกาสในขณะที่ตลาดอเมริกาเหนือขยายตัว
- การเปรียบเทียบศักยภาพตลาดต่างประเทศต่างๆ ของไทยจากฐานข้อมูลการตลาด พบว่า ตลาดต่างประเทศของไทยมีศักยภาพลดถอยลง
- ถึงแม้ศักยภาพของไทยในตลาดมาเลเซียจะสูง แต่ศักยภาพนี้ก็ลดลงค่อนข้างมาก ในช่วงที่ผ่านมา

- ในตลาดยุโรป ศักยภาพของไทยลดลงอย่างเห็นได้ชัดในหลายประเทศ เช่น สเปน อิตาลี เบลเยียม ฝรั่งเศส และเยอรมนี
- ในตลาดญี่ปุ่นถึงแม้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มาไทยจะสูงขึ้นตามความคาดหมาย แต่ดัชนีศักยภาพของไทยในตลาดญี่ปุ่นยังคงต่ำกว่าประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ เกาหลี ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์
- สำหรับประเทศจีนที่จำนวนนักท่องเที่ยวสูงขึ้นมาก แต่เมื่อวัดศักยภาพแล้วปรากฏว่าไทยสูงขึ้นเพียงเล็กน้อย หมายความว่าเรามีนักท่องเที่ยวมากขึ้นเพราะคนจีนท่องเที่ยวมากขึ้น โดยไม่เกี่ยวกับความสามารถในการเจาะตลาด
- ศักยภาพของไทยในไต้หวันและเกาหลีลดลงอย่างน่าเป็นห่วงก่อนวิกฤต ในขณะที่อินโดนีเซียมีแนวโน้มดีขึ้นจนกระทั่งเกิดวิกฤต
- ในเวียดนาม ไทยเคยมีศักยภาพสูงกว่าสิงคโปร์อย่างมาก แต่ในปัจจุบันดัชนีศักยภาพของไทยลดลงในอัตราที่สูงกว่าสิงคโปร์จนเกือบอยู่ในระดับเท่ากันแล้ว
- ในตะวันออกกลางศักยภาพของไทยลดลงอย่างมากในคูเวต และอิสราเอล และลดลงอย่างเห็นได้ชัดในซาอุดีอาระเบีย และอาหรับอิมิเรสต์

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ตลาดท่องเที่ยวถึงแม้ว่าในเชิงปริมาณนักท่องเที่ยวและอัตราการขยายตัวจะสูงขึ้น แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพในเชิงลึกปรากฏว่าประเทศไทยจำเป็นต้องปรับปรุงการตลาดในเชิงรุกมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างและรักษาความสามารถในการแข่งขัน

3.3.2 ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา

การแข่งขันด้วยราคานั้นเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของไทย และไทยเป็นประเทศที่เสนอสินค้าท่องเที่ยวในราคาที่นักท่องเที่ยวสนใจ จากการศึกษาการแข่งขันด้านราคาของแหล่งท่องเที่ยว 18 แห่ง จากประเทศที่มาของนักท่องเที่ยว 13 แห่ง พบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีราคาสินค้าท่องเที่ยวต่ำเป็นที่ 2 รองจากอินโดนีเซีย จากบรรดาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ 18 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา แคนาดา อิตาลี สหราชอาณาจักร เยอรมนี สเปน ตุรกี สวิตเซอร์แลนด์ เกาหลีใต้ จีน ฮองกง ไต้หวัน ไทย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย โดยศึกษาตลาดซึ่งเป็นแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เยอรมนี นิวซีแลนด์ สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน ฮองกง ไทย มาเลเซีย และจีน พบว่าราคาสินค้าท่องเที่ยวในประเทศต่ำเป็นที่ 2 จากบรรดาประเทศที่ศึกษา นับสำคัญของผลการศึกษานี้คือประเทศไทยคงไม่สามารถที่จะลดราคาตัวเองให้ต่ำกว่านี้ไปได้อีก และราคาก็ไม่ใช่เหตุผลปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว เพราะอินโดนีเซียมีความสามารถในการแข่งขันด้านราคาดีกว่าไทยในหลายตลาด แต่ตัวเลขรวมของนักท่องเที่ยวนานาชาติของอินโดนีเซียกลับลดลง เพราะปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

เป็นปัจจัยกระทบที่สำคัญ ดังนั้นเมื่อราคาเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งของ 4 ปัจจัยหลักที่กำหนดการวางแผนท่องเที่ยว ได้แก่ ความบันเทิง โอกาสที่จะก่อให้เกิดการซื้อ ภูมิอากาศที่ก่อให้เกิดความสบาย และต้นทุนหรือราคา หากประเทศต้องการที่จะขยายตลาดและรายได้จากการท่องเที่ยว ก็ควรที่จะคิดหานวัตกรรมใหม่ๆ และไม่ใช้การตัดราคา

3.4 สภาพปัญหาอุปสรรคการท่องเที่ยวไทย

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย เป็นงานที่ยุ่ยากซับซ้อนเพราะสินค้าท่องเที่ยวมีองค์ประกอบในตัวสินค้าที่หลากหลาย ตั้งแต่แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ระบบสาธารณูปโภค บริการคมนาคมขนส่ง โรงแรมและที่พัก อุตสาหกรรมข้างเคียง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ตำรวจท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนเกี่ยวข้องกับองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน กฎหมายและระเบียบต่างๆ และการบริการจัดการของประเทศ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงมีผู้มีบทบาทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลายและมีจำนวนมากในการประสานการดำเนินงานและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศทั้งระบบ เพื่อแก้ไขปัญหาในภาพรวมที่เกิดขึ้นอย่างเบ็ดเสร็จ จนเกิดขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะศึกษาถึงสภาพปัญหาและข้อจำกัดด้านการท่องเที่ยวไทยใน 5 กลุ่มปัญหาหลักคือ ปัญหาด้านกายภาพ ปัญหาด้านบริการและความปลอดภัย ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านกฎระเบียบ และปัญหาด้านบริหารและการจัดการ ทั้งนี้เพื่อจะให้เกิดความเข้าใจและมองเห็นสภาพปัญหาและหาแนวทางแก้ไขให้ตรงจุดและถูกวิธี ดังนี้

3.4.1 ปัญหาด้านกายภาพ

ปัญหาที่ประสบอยู่ล้วนแต่เป็นปัญหาสำคัญ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและการเสียภาพลักษณ์ ระบบสาธารณูปโภคขาดแคลนและไม่ได้ได้รับการพัฒนา การบุกรุกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม การเกิดมลภาวะและขยะ เป็นต้น

1) แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ในอดีตรัฐบาลได้ลงทุนในการสร้างและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ก็ยังพบสภาพปัญหาความเสื่อมโทรมและการเสียภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากความไม่รู้และไม่เข้าใจ ตลอดจนการทำลายแหล่งท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว การบุกรุกพื้นที่สาธารณะ เช่น บริเวณชายหาด การก่อสร้างที่ขัดกับสภาพแวดล้อมและบังคับกฎหมายโดยรอบ หรือการก่อสร้างในรูปแบบที่ไม่สอดคล้องกับศิลปกรรมและการใช้ประโยชน์ในท้องถิ่น การถมทะเลหรือสร้างจุดชมวิวที่ทำให้กระแสน้ำเปลี่ยน ความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานประกอบการบริเวณแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่มี การจัด Zoning ในการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม การก่อให้เกิดมลภาวะและขยะในแหล่งท่องเที่ยวจนเป็นปัญหาต่อระบบนิเวศโดยรวม ไม่มีการปิดพักแหล่งท่องเที่ยวนอกฤดูกาล และขาดการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้เชื่อมโยงกัน เพื่อเป็นทางเลือกตามฤดูกาลท่องเที่ยว อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไม่ได้รับความสำคัญในการพัฒนา ซึ่งปัญหาเหล่านี้มีสาเหตุที่มา

จากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน นักท่องเที่ยว ชุมชนในพื้นที่ กลุ่มธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยว และผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ขาดความรู้ ความเข้าใจ และขาดจิตสำนึกในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของท้องถิ่น ตลอดจนขาดความพร้อมที่จะดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวทั้งในแง่การบริหารจัดการที่ดี และในด้านความพอเพียงของงบประมาณ ดังนั้นการพัฒนาที่ติดต้ามมาจึงเป็นการพัฒนาที่ไร้ทิศทางและเป็นไปตามทุนและความคิดจาก "ภายนอก" แทนที่จะเป็นวิวัฒนาการต่อยอดไปจากอารยธรรมดั้งเดิม และรักษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมประจำถิ่น/ภูมิภาคในพื้นที่ที่เป็นเมืองหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งนี้การรักษาหรือการคงสภาพเดิมไม่เพียงพอต่อการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน แต่ต้องสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นจากประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติที่มีอยู่ให้สามารถเพิ่มรายได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรเพิ่มขึ้น การใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เดิมอย่างฟุ่มเฟือยโดยไม่สร้างมูลค่าเพิ่มเช่นนี้ทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่มีประสิทธิผลเต็มที่ ทิศทางการท่องเที่ยวของไทยจึงมีแนวโน้มที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพต่ำ ราคาถูก ไม่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำ ไม่มีความแปลกใหม่ และความหลากหลายเพิ่มเติม จึงจำเป็นต้องเร่งแก้ไขการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นระบบ และครบวงจร

2) ปัญหาการเปลี่ยนแปลงคุณภาพสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางศิลปกรรมเป็นวัตถุดิบที่สำคัญ ซึ่งมรดกทางธรรมชาติมีความหมายรวมถึงผลของกระบวนการทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่นด้านกายภาพ ชีวภาพ และธรณีวิทยา แหล่งที่อยู่อาศัยของพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ที่หายากหรือกำลังถูกคุกคาม รวมทั้งแหล่งธรรมชาติที่มีคุณค่าด้านทัศนียภาพและการอนุรักษ์ ส่วนมรดกทางศิลปกรรมหมายรวมถึงแต่อนุสรณ์สถาน กลุ่มอาคาร และแหล่งที่มีคุณค่าด้านประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ โบราณคดี ชาติพันธุ์วิทยาและมานุษยวิทยา ตลอดจนชุมชนที่ยังรักษาจารีต ประเพณีของท้องถิ่น คุณภาพสิ่งแวดล้อมดังกล่าวเสื่อมโทรมลงโดยภัยธรรมชาติและ การกระทำของมนุษย์ การพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมโดยเสรีขาดการควบคุมการใช้ที่ดิน โดยรอบบริเวณที่เป็นมรดกของชาติ รวมถึงการพัฒนาที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ตามปกติสภาพแวดล้อมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะมีผลกระทบจากภายนอกหรือไม่ก็ตาม การเปลี่ยนแปลงในทางเสื่อมโทรมหรือเกิดมลภาวะมากขึ้น จะส่งผลทำให้ความน่าท่องเที่ยวและศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งน้ำและปริมาณขยะซึ่งเป็นตัวแปรหนึ่งในการจัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

- มลพิษทางน้ำ คุณภาพน้ำในแหล่งต่างๆ เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวและเสริมทัศนียภาพ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งปัจจุบันแหล่งน้ำบริเวณชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวกำลังประสบปัญหามลพิษ สำหรับคุณภาพน้ำทะเลชายฝั่งของไทยส่วนใหญ่มีค่าเป็นไปตามเกณฑ์เพื่อการใช้ประโยชน์ได้ มีเพียงบางพื้นที่คุณภาพน้ำไม่เหมาะสม โดยเฉพาะบริเวณปากแม่น้ำ

- มลพิษทางอากาศ คุณภาพอากาศทั่วไปในกรุงเทพมหานครโดยเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพอากาศ และมีคุณภาพดีขึ้นเป็นลำดับ แต่ยังคงมีปัญหาบ้างบริเวณริมถนน

และจุดที่การจราจรแออัดจะมีก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ ก๊าซไนโตรเจนไดออกไซด์ และฝุ่น มีค่าความเข้มข้นเกินมาตรฐานเพียงเล็กน้อย เช่นเดียวกับเขตปริมณฑลมีแนวโน้มของคุณภาพอากาศดีขึ้น และมีปัญหาฝุ่นขนาดเล็กมีค่าความเข้มข้นสูงเกินมาตรฐานบ้าง ส่วนคุณภาพอากาศในต่างจังหวัดฝุ่นขนาดเล็กคงเป็นปัญหาอยู่ในทุกภูมิภาคของประเทศและในจังหวัดขนาดใหญ่ เช่น เชียงใหม่ มีความเข้มข้นของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เกินมาตรฐานเล็กน้อย

▪ มลพิษทางเสียง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่าระดับเสียงในบริเวณพื้นที่ทั่วไปยังเกินมาตรฐาน และมีแนวโน้มว่าสถานการณ์จะรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะในบริเวณริมถนนและทางเท้า ส่วนระดับเสียงบริเวณริมคลองไม่สู้มีปัญหาหนัก และระดับเสียงทั่วไปในส่วนภูมิภาคมีระดับเสียงอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

▪ ขยะ สถานการณ์การผลิตขยะโดยรวมทั่วประเทศมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่และจังหวัดท่องเที่ยวจะมีปริมาณขยะเป็นจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับภาพรวมทั้งประเทศ แต่ความสามารถในการกำจัดขยะสามารถทำได้ประมาณร้อยละ 97 ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้นและมีแนวโน้มลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณขยะที่เกิดขึ้น ส่วนขยะในพื้นที่นอกเขตเมืองมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างมากในขณะที่อัตราการเพิ่มขยะในเขตเมืองมีอัตราลดลงบ้าง จึงแสดงข้อบ่งชี้ว่าแหล่งกำเนิดขยะได้ย้ายจากเขตเมืองไปสู่เขตนอกเมืองมากขึ้น ดังนั้นในอนาคตการจัดการขยะจะดำเนินการได้ยากมากขึ้นถ้าต้องลดขนาดการวางแผนการกำจัดขยะที่ดี

▪ ทรัพยากรชายฝั่ง แนวปะการังเป็นระบบนิเวศหนึ่งที่ยังประโยชน์ต่อประเทศไทยนานัปการทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากเป็นแหล่งหลบภัย แหล่งอาหาร แหล่งอนุบาลสัตว์น้ำนับพันชนิด แหล่งประมง และเป็นปราการป้องกันชายฝั่งจากการกัดเซาะด้วยแรงคลื่นและกระแสน้ำแล้ว ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมาก แนวปะการังหลายแห่งมีความสวยงามจนเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก การดำน้ำตามแนวปะการังจึงเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ทำรายได้สูงสุดในบรรดาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในน่านน้ำประเทศไทยมีพื้นที่แนวปะการังประมาณ 153.5 ตารางกิโลเมตร ทั้งฝั่งอ่าวไทยและฝั่งทะเลอันดามัน ซึ่งส่วนใหญ่ยังมีสภาพสมบูรณ์ดีและมีอยู่ประมาณร้อยละ 26 ที่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรม โดยเฉพาะทางฝั่งอันดามันจะเสื่อมโทรมมากกว่าฝั่งอ่าวไทย สำหรับชายฝั่งและชายหาดของไทยทั้งฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันมีพื้นที่จำนวนมาก จึงมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากเพราะกิจกรรมของมนุษย์ การพัฒนาที่ขัดแย้งกับสภาพแวดล้อมชายฝั่ง เมื่อประกอบกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติซึ่งทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้พื้นที่ชายฝั่งประสบปัญหามากยิ่งขึ้น โดยในอ่าวไทยมีการกัดเซาะอย่างรุนแรงหลายบริเวณทั้งในเขตแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ใกล้เคียง ส่วนฝั่งอันดามันมีการเปลี่ยนแปลงน้อย

▪ ป่าไม้และอุทยานแห่งชาติ ป่าไม้นับว่าเป็นทรัพยากรที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อระบบนิเวศ เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร เป็นตัวควบคุมปริมาณการไหลของน้ำ ป้องกันการ

พังทลายของดิน เป็นตัวการสำคัญในการสร้างวัฏจักรของคาร์บอน ในโตรเจน และออกซิเจน เป็นแหล่งรวบรวมความหลากหลายทางพันธุกรรม นอกจากนี้ป่ายังเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งด้วย ดังนั้นในปี พ.ศ. 2541 พื้นที่ป่าไม้เกือบ 2 ใน 3 หรือประมาณ 51 ล้านไร่ ถูกนำมาจัดการให้เป็นพื้นที่อนุรักษ์จึงเกิดอุทยานแห่งชาติ 138 แห่ง ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวชมธรรมชาติได้อย่างดี และมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงขึ้นทุกปี แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาการท่องเที่ยวย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาน้ำเสีย ปัญหาขยะ ปัญหาทัศนียภาพอูจาด และปัญหาทรัพยากรถูกทำลายเนื่องมาจากกิจกรรมการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้บุกรุกทำลาย

3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคขาดแคลนและไม่ได้รับการพัฒนาสาธารณูปโภคในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถแบ่งออกเป็น 4 ช่องทางหลัก ซึ่งมีความสามารถในการให้บริการและรองรับนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แต่ระบบดังกล่าวสามารถสร้างความเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายให้เกิดความสะดวก รวดเร็วได้ทั้งในระดับประเทศและในระดับภูมิภาค

■ ทางอากาศ แม้ไทยจะมีท่าอากาศยานนานาชาติทั้งสิ้น 6 แห่ง ท่าอากาศยานในประเทศ 36 แห่ง ที่เพียงพอต่อการรองรับผู้โดยสาร แต่ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ก็ยังพบปัญหาความแออัด และในฤดูกาลท่องเที่ยวยังประสบปัญหาการรองรับนักท่องเที่ยวบ้าง และความสามารถในการแข่งขันในการเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาคยังด้อยกว่าประเทศอื่นในภูมิภาค แต่มีความได้เปรียบในด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ อย่างไรก็ตามไทยกำลังอยู่ในช่วงการก่อสร้างสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งคาดว่าจะเปิดดำเนินการในปี 2548 จะสามารถรองรับผู้โดยสารได้ 40 ล้านคนในช่วงเปิดดำเนินการ และ 100 ล้านคนเมื่อก่อสร้างเสร็จสมบูรณ์ ก็อาจแก้ไขจุดอ่อนในแง่การรองรับผู้โดยสารได้ แต่ยังมีจุดอ่อนอื่นๆ อีก เช่น การเชื่อมโยงกับบริการขนส่งมวลชน ขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง ขั้นตอนศุลกากร และการให้บริการจัดการสัมภาระต้องปรับปรุงให้ทันสมัยและมีความสะดวกรวดเร็วขึ้น

■ ทางถนน แม้โดยส่วนใหญ่เป็นถนนลาดยางและคอนกรีตที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ แต่ก็มีอยู่ร้อยละ 7 ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความลำบากในการเข้าถึงเนื่องจากมีสภาพเป็นถนนลูกรังหรือถนนดิน และร้อยละ 40 สภาพถนนเป็นหลุมเป็นบ่อ และบางแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพคดเคี้ยว ขึ้นๆ ลงๆ และขาดป้ายชี้ทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และไม่มีบริการจัดระเบียบข้างทาง สภาพถนนแคบมีการจราจรแออัด และการซ่อมบำรุงใช้เวลานาน

■ ทางเรือ ไทยมีข้อจำกัดในเรื่องของท่าเรือน้ำลึก เนื่องจากมีเพียง 2 ท่าเรือเท่านั้นที่สามารถรองรับเรือสำราญได้ คือ ท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง และท่าเรือน้ำลึกภูเก็ต แต่ท่าเรือภูเก็ตก็ยังไม่สามารถรองรับเรือสำราญขนาดใหญ่ได้ ส่วนท่าเรือโดยสารหรือท่าเรือเฟอร์รี่ มีการสร้างรองรับใน 11 จังหวัด จาก 14 จังหวัดชายฝั่งทะเล แต่ก็ยังมีปัญหาในด้านมาตรฐานทั้งท่าเทียบเรือและอุปกรณ์ความปลอดภัย รวมถึงการรักษาความปลอดภัยที่ดีในท่าเรือเนื่องจากข้อจำกัดของเจ้าหน้าที่

ภาครัฐ และบุคลากรภาคเอกชนไม่ได้รับการฝึกอบรมเพื่อการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยสาธารณูปโภคที่รองรับผู้โดยสารไม่สะดวกและเพียงพอ เนื่องจากท่าเรือส่วนใหญ่ปรับและตัดแปลงมาจากท่าเรือขนถ่ายสินค้าหรือท่าเรือประมง ดังนั้นการเดินทางโดยเรือจึงยังคงประสบปัญหาค่อนข้างมาก

- ทางรถไฟ การเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟก็ยังมีข้อจำกัดอย่างมาก เนื่องจากเส้นทางรถไฟยังเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ไม่มาก และยังเป็นบริการที่ช้ามากเมื่อเทียบกับการเดินทางวิธีอื่น โดยมีเส้นทางรถไฟผ่านเพียง 47 จังหวัด และวิ่งด้วยความเร็วเฉลี่ยเพียง 80 กิโลเมตร/ชั่วโมง ถึงแม้จะมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถไฟมากยิ่งขึ้น แต่ก็ไม่ได้มีการตอบรับที่ดีนักแม้จะมีราคาถูกลง เนื่องจากการบริการที่ไม่ตรงเวลาและช้า

- สาธารณูปโภคอื่นๆ นอกจากสาธารณูปโภคในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ไทยยังคงขาดแคลนสาธารณูปโภคบริการอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น ห้องน้ำและลักษณะสุขภัณฑ์ การติดตั้งระบบไฟฟ้าส่องสว่าง รวมถึงน้ำสะอาดและบ่อน้ำบาดาลเสีย และสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งขาดสถานที่ประชุม และตลาดสินค้าที่มีมาตรฐาน

3.4.2 ปัญหาด้านบริการและความปลอดภัย

การบริการที่ดีและความเชื่อมั่นในการได้รับความปลอดภัย เป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว จากการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวของไทย ก่อให้เกิดธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วจนบางครั้งขาดการควบคุมคุณภาพจนผู้ประกอบการบางรายอาศัยโอกาสนี้ดำเนินธุรกิจผิดกฎหมาย หรือเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การเก็บค่าบริการหรือค่าธรรมเนียมเกินกว่าความคุ้มค่า และการขยายตัวอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดช่องว่างแก่กลุ่มมิชชันนารีในการที่จะกระทำผิดต่อนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวก็เพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัวด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นทรัพย์สินสูญหาย การถูกทำร้ายร่างกาย การหลอกลวงนักท่องเที่ยว นอกจากภัยอันตรายดังกล่าวแล้วยังมีภัยอันตรายที่เกิดจากเหตุธรรมชาติ และเหตุอื่นๆ อีกที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวคือ อุบัติเหตุจากการเดินทาง เหตุอัคคีภัย ภัยธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหว ไฟป่า อุทกภัยและวาตภัย คลื่นสึนามิ และภัยจากโรคระบาด หรืออนามัยต่อสุขภาพ ทั้งนี้ยังรวมถึงภัยที่เกิดขึ้นจากความไม่เพียงพอต่อการป้องกันและบริหารความมั่นคงของประเทศ เช่น อิทธิพลมืด การควบคุมอาชญากรรม การอำนวยความสะดวก การตำรวจท่องเที่ยว มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ความไม่สงบในพื้นที่ภาคใต้ เป็นต้น จากกรณีต่างๆ เหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความหวาดกลัวไม่กล้าเข้ามาท่องเที่ยวหรือกลับมาเที่ยวเมืองไทยซ้ำอีก ดังนั้นการสร้างบริการที่ดีมีอัธยาศัยไมตรีโดยไม่ถือโอกาสฉวยเอาเปรียบนักท่องเที่ยว พร้อมสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนการให้ความคุ้มครองสิทธิและรักษาผลประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทย อย่างไรก็ตามก็ดีเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ใน

ภูมิภาคเดียวกันแล้วไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นประเทศที่มีความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวสูง มีความสงบและความมั่นคงภายในประเทศพอสมควร ไม่มีข่าวกบฏของการก่อการร้าย ไม่มีความขัดแย้งทางศาสนา มีความสามารถควบคุมโรคเป็นอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยววางใจในการเข้ามาท่องเที่ยว ส่วนบริการสาธารณะด้านขนส่งมวลชนของไทยยังค่อนข้างมีปัญหาในด้านเครือข่าย มาตรฐานบริการ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จึงต้องมีการแก้ไข

3.4.3 ปัญหาด้านการตลาด

ภาวะการแข่งขันในตลาดโลกทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ กลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิก เนื่องจากหลายๆ ประเทศต่างต้องการใช้การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หลักในการสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศในยามวิกฤตเช่นกัน จึงนับเป็นภัยคุกคามที่สำคัญยิ่งของประเทศซึ่งจำเป็นต้องเร่งดำเนินนโยบายเพื่อรักษาส่วนแบ่งของตลาดที่สำคัญไว้ให้ได้ การไม่กำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศไทยในตลาดโลกด้านการท่องเที่ยวให้ชัดเจนเพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพมาตรฐานโลก พร้อมทั้งไม่เผยแพร่ภาพลักษณ์ของประเทศในรูปแบบที่เป็นจริงและแตกต่างจากคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน เป็นจุดอ่อนอีกประการหนึ่งที่ต้องเร่งแก้ไข ดังนั้นจึงต้องรักษาตลาดเดิมให้คงอยู่และเจาะตลาดใหม่ๆ เชิงรุก ทั้งในแง่กลุ่มประเทศตามภูมิภาคต่างๆ และในแง่กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวดีในอนาคต ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งทางการตลาดคือ การขาดการกำหนดมาตรฐานสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และขาดการควบคุมตามมาตรฐาน เพื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่ค้าได้ ทั้งนี้รวมถึงการไม่มีการสร้างความแตกต่างของสินค้า (Product Differentiation) และไม่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการที่เสนอให้แก่ลูกค้า ทำให้ทางเลือกของนักท่องเที่ยวเป็นไปในด้านราคาเพียงอย่างเดียวที่เป็นตัวเปรียบเทียบ ทำให้ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าและบริการของตน ไม่เกิดความพยายามในการรักษาหรือพัฒนาคุณภาพ จึงเกิดลักษณะการตัดราคาอย่างรุนแรง (Price war) ที่นำไปสู่วังจรกับดักราคาต่ำ (Low Price Trap) และเนื่องจากการท่องเที่ยวไทยมีราคาต่ำมากอยู่แล้วจนไม่อาจลดราคาให้ต่ำกว่านี้ได้ จึงจำเป็นต้องเร่งส่งเสริมด้านการตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่มและเอกลักษณ์เฉพาะ การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการจัดโปรโมชั่นหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอเป็นการทดแทน

3.4.4 ปัญหาด้านกฎระเบียบ

การกำหนดระเบียบหรือกฎหมายโดยทั่วไปจะก่อให้เกิดวิธีปฏิบัติและพิธีการต่างๆ ที่ค่อนข้างยุ่งยากและความไม่สะดวกตามมาด้วย ดังนั้นจึงควรพิจารณาว่าหากจะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวกับประเทศอื่นๆ ประเทศไทยจะต้องลดขั้นตอนและพิธีการทางกฎหมายหรือสร้างกลไกและวิธีการเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว เช่น

พิธีการทางศุลกากร การตรวจคนเข้าเมือง การคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ การสอบสวนดำเนินคดีกรณีนักท่องเที่ยวต้องเดินทางกลับประเทศ และในทางกลับกันจะต้องบังคับใช้กฎหมายให้เกิดผลอย่างจริงจังเกี่ยวกับการคุ้มครองความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และการจัดระเบียบในสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้การอำนวยความสะดวกและการบังคับใช้กฎหมายและระเบียบดังกล่าวแล้ว ควรจะผ่อนคลายและส่งเสริมกฎระเบียบเกี่ยวกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถสอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ลดข้อจำกัดและผ่อนคลายหรือผ่อนปรนระเบียบการจดทะเบียนใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมหรือเรือนรม การจดทะเบียนเปิดเว็บไซต์ของธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน การลดความซ้ำซ้อนในการจัดเก็บภาษีและรูปแบบที่หลากหลายไม่สอดคล้องกับรายได้จากการบริการที่พักแรม การออกกฎหมายกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบริหารจัดการ และดูแลทรัพยากรท่องเที่ยว ตลอดจนมีคฤเทศก์ของท้องถิ่น การกำหนดนโยบายในการเปิดด่านชายแดนของประเทศเพื่อนบ้าน การให้เช่าและการปรับปรุงเอกสารสิทธิในพื้นที่ท่องเที่ยว ตลอดจนกำหนดระเบียบปฏิบัติการส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวให้สะดวกคล่องตัว

3.4.5 ปัญหาด้านการบริหารและการจัดการ

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นงานที่ซับซ้อน เพราะมีองค์ประกอบในหลายด้านเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น องค์กร บุคลากร วิธีการจัดการ การวางแผน แนวความคิด การพัฒนาและการจัดการองค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร การสร้างเครือข่าย การกระจายอำนาจการบริหาร การสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือชุมชน ตลอดจนงบประมาณที่เข้ามาสนับสนุน องค์ประกอบดังกล่าวมีส่วนทั้งที่เป็นสภาพปัญหา และส่วนที่ต้องเสริมสร้างสนับสนุน ซึ่งพอจะจำแนกปัญหาย่อยๆ ได้ดังนี้

- ขาดความเชื่อมโยงระหว่างนโยบายและระดับปฏิบัติ ปัญหาเกิดจากการท่องเที่ยวขาดรากฐานและพลังทางการเมือง ทำให้ผู้วางนโยบายในระดับสูงเพิกเฉยต่อปัญหาในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมักเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก ขาดพลังอำนาจในการเมืองที่จะโน้มน้าวผู้บริหารระดับสูงให้หันมาสนใจกำหนดนโยบายระดับชาติอย่างจริงจัง และให้การสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ ประกอบกับรายได้ของการท่องเที่ยวได้กลายเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่สูงขึ้นเป็นลำดับในภาคเศรษฐกิจจนผู้บริหารระดับสูงของประเทศเห็นว่าไม่น่าจะมีปัญหาเมื่อนโยบายและงบประมาณขาดความชัดเจนจึงส่งผลให้ขาดการวางแผนระยะยาว และการนำแผนไปปฏิบัติอย่างเป็นระบบจึงเกิดลักษณะการปฏิบัติแบบแยกส่วนและขาดความต่อเนื่อง ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนขาดทิศทาง เป้าหมาย รวมถึงแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจนเป็นเอกภาพร่วมกัน นอกจากนี้ขาดการวางแผนระยะยาวดังกล่าวแล้วการท่องเที่ยวไทยยังขาดการวางแผนเพื่อรองรับวิกฤตการณ์ต่างๆ เช่น สงคราม โรคระบาด หรือความไม่สงบทางภาคใต้ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวต่อวิกฤตการณ์เป็นอย่างมาก เมื่อมีเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นและไม่มีการวางแผนรองรับที่ดีพอย่อมก่อให้เกิดความตื่นตระหนก ซึ่งไม่เป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมในระยะยาว

▪ ขาดการสร้างเชื่อมโยงและเครือข่าย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีหน่วยงาน องค์กร สมาคม หน่วยธุรกิจ และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องมากมาย แต่ขาดการประสานความร่วมมืออย่างเป็นทางการ และขาดการสร้างพันธมิตรร่วมธุรกิจหรือเครือข่ายวิสาหกิจในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันให้มีรูปแบบที่ชัดเจนและสอดคล้องกันในภาพรวม แต่อาจมีการรวมตัวในระดับแหล่งท่องเที่ยวบ้างซึ่งไม่เพียงพอต่อการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน หรือการสร้างคุณภาพโดยรวม

▪ ขาดการกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วมในท้องถิ่นและชุมชน การบริหารและจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังอยู่กับภาคราชการ โดยเฉพาะหน่วยงานและองค์กรที่เกิดจากราชการบริหารส่วนกลาง จึงมีความล่าช้าไม่คล่องตัว มีกฎระเบียบและวิธีปฏิบัติมากเกินไป ขาดความรู้ความเข้าใจในความต้องการและลักษณะเฉพาะของพื้นที่ และคงดำเนินงานเพียงตามหน้าที่ที่ขาดจิตสำนึกรักและห่วงแหนมรดกในพื้นที่พร้อมทั้งให้บริการที่ขาดอัธยาศัยไมตรี และการบริหารจัดการถูกแยกออกตามส่วนของการปกครอง จนลืมนองภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นการจัดการสิ่งแวดล้อมประเภทหนึ่งที่ต้องมีการบริหารจัดการแบบองค์รวมตามขอบเขตระบบนิเวศ (ecological boundary) ดังนั้นการพัฒนาจึงเป็นไปตามเขตการปกครองซึ่งแยกกันอย่างชัดเจนที่อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศระหว่างกัน

▪ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวขาดคุณภาพ ทักษะ และจรรยาบรรณในวิชาชีพ ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรในด้าน โรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้า สถานบริการ และมัคคุเทศก์ มีทัศนคติที่ไม่ถูกต้องและไม่รักษาเอกลักษณ์อันดีงามของธรรมชาติ ขาดจิตวิญญาณของนักบริการที่ดี สุภาพ อ่อนโยน มีน้ำใจ และยุติธรรม และบางครั้งมีพฤติกรรมเอาर्डเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยว จนถึงการข่มขู่ ก่อความเดือดร้อนรำคาญ อีกทั้งแรงงานด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังมีระดับการศึกษาต่ำ ขาดการฝึกฝนทักษะ ขาดความรู้และคุณภาพที่จะเป็นมืออาชีพ เนื่องจากแรงงานจำนวนมากเป็นแรงงานชั่วคราวซึ่งเกิดจากการว่าจ้างตามฤดูกาลท่องเที่ยวหรือประกอบเป็นอาชีพเสริมนอกเหนือจากอาชีพหลักเท่านั้น อย่างไรก็ตามคนไทยส่วนใหญ่ยังได้รับการขนานนามว่าเป็น “สยามเมืองยิ้ม” ประชาชนชาวไทยโดยพื้นฐานจึงมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีชอบให้บริการกับแขกผู้มาเยือน ซึ่งเป็นจุดเด่นและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอันมาก

▪ ระบบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวไม่เป็นระบบที่สมบูรณ์และไม่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ในปัจจุบันยังคงกระจกระจายอยู่ตามหน่วยงาน องค์กร รายงาน และเอกสารวิจัยต่างๆ มีการจัดเก็บที่เป็นระบบและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ตามเป้าประสงค์ได้น้อย ซึ่งในปัจจุบันมี ททท. เท่านั้นที่จัดทำและรวบรวมข้อมูลได้สมบูรณ์ที่สุด แต่อย่างไรก็ดีข้อมูลดังกล่าวก็ยังจัดเก็บไม่เข้าระบบเพื่อใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ให้สามารถติดตามสภาพและสถานการณ์ของการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่องและฉับไว และเพื่อประโยชน์ในการวางแผนหรือพัฒนาด้านการท่องเที่ยว หรือเป็นข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่จะเข้าถึงได้โดยง่ายและรวดเร็วในทุกพื้นที่ หรือเพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องข้องกับการท่องเที่ยวในการวางแผนทางธุรกิจ อีกทั้งมีการนำระบบสารสนเทศด้วย IT เข้ามาใช้งานน้อยมากและไม่เพียงพอต่อการให้บริการโดยทั่วไป

การศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวในบริบทนี้ ผู้ศึกษาต้องการชี้ให้เห็นถึงปัญหาที่มีใหม่เป็นแค่การประสานระบบท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีปัญหาเกี่ยวกับวิถีคิดที่ทำให้การแก้ไขปัญหาไม่ตรงจุด หรือสร้างระบบระเบียบ และกฎเกณฑ์ที่ซับซ้อน ทำให้เกิดปัญหาในระยะสั้นและระยะยาวตามมา ปัญหาดังกล่าวคือ **ปัญหาเชิงกระบวนทัศน์ที่เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว** ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญ 3 ประการคือ ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อความหมายของการท่องเที่ยว วิถีคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว และการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมเชิงพื้นที่ โดยมีเนื้อหาและแนวคิด ดังนี้

➤ **ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อความหมายของการท่องเที่ยว**

การท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมที่ทำให้สมาชิกในสังคมมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีการเรียนรู้ มีความสุขสนุกสนาน การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เพิ่มพลังปัญญาและสวัสดิการทางสังคมเป็นการยกระดับของภูมิปัญญา ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวต้องเริ่มต้นที่วิธีการมองให้เข้าใจในความหมายดังกล่าว แต่การท่องเที่ยวมักถูกมองว่าเป็นกิจกรรมที่ทำขึ้นเพื่อหารายได้เท่านั้น ซึ่งแท้ที่จริงการเพิ่มความพึงพอใจและสวัสดิการทางสังคมเป็นเป้าหมายหลัก ส่วนการเพิ่มรายได้เป็นเป้าหมายรอง ยิ่งไปกว่านั้นจะต้องตระหนักว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยเป็นเป้าหมายหลัก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นผลพลอยได้ เมื่อผู้บริหารและผู้วางนโยบายระดับสูงเห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นวิธีการหารายได้ ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวก็เริ่มยุ่งยากขึ้น โดยเป้าหมายจะเบี่ยงเบนเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติแทนที่จะเป็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยก่อน และวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมจึงมุ่งไปหารายได้ไม่ว่าจะได้มาด้วยวิธีใด จนถึงขั้น臆จนปัญหาที่จะใช้และพัฒนาทุนทางทรัพยากร วัฒนธรรม และสังคมในการยกระดับสวัสดิการทางสังคมผ่านการท่องเที่ยว เราจึงพบว่านโยบายส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวไปมีผลในการลดแทนที่จะเพิ่มสวัสดิการของประชาชน

➤ **วิถีคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว**

การจัดการการท่องเที่ยวไทยมักมุ่งหวังที่จะให้ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในระดับพื้นฐานที่สุด คือ การจัดหาที่กินอยู่หลับนอนและท่องเที่ยว และพยายามจัดให้มีการรองรับ (Supply) เท่ากับความต้องการ (Demand) ในส่วนบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนนั้น บ่อยครั้งที่การพัฒนาการท่องเที่ยวของเอกชนพัฒนาเริ่มต้นไปตามความต้องการตลาด (demand) ก่อนที่การลงทุนสาธารณูปโภคของภาครัฐเพื่อรองรับ (supply) จะตามทัน ดังนั้นการวางแผน การพัฒนา และการบริหารที่จะให้เกิดความยั่งยืน จะต้องเริ่มต้นและมีรากฐานบนความพร้อมของชุมชนท้องถิ่น โดยการกระตุ้นให้ชุมชนและผู้บริหารการท่องเที่ยวในท้องถิ่นค้นหาประวัติ ค่านาน ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นเสียก่อน จนเกิดความเข้าใจอันถ่องแท้เกี่ยวกับความเป็นมาของท้องถิ่น อันจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และความรู้ที่เกิดขึ้นยังเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว หรือเป็นที่มาของคำโฆษณา (advertising cliché) ตลอดจนสัญลักษณ์ประจำถิ่น ด้วนำโชค ดอกไม้ต้นไม้อันประจำเมือง และความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นที่แน่นแฟ้นยังสามารถตอบสนองความ

ต้องการทางปัญญาและจิตวิญญาณ ซึ่งเป็นความต้องการที่ละเอียดอ่อนและมีคุณค่าสูง และยังเป็นที่มาของการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งในอดีตการพัฒนาการท่องเที่ยวมีเพียงแต่การลงทุนในสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคเท่านั้น การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงเป็นการตอบสนองในระดับพื้นฐานที่สุด เราจึงขายสินค้าการท่องเที่ยวในราคาที่ถูกที่สุด เพราะผลิตเพื่อตอบสนองสัญชาตญาณพื้นฐานเท่านั้น ดังนั้นชุมชนและผู้บริหารท้องถิ่นที่มีความพร้อมและมีความเข้าใจในคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเท่านั้น จึงจะสามารถรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวให้ยั่งยืนได้ และควรเริ่มเตรียมความพร้อมของชุมชนก่อนที่จะมีการเปิดตลาดท่องเที่ยว

➤ การพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมเชิงพื้นที่

กลุ่มธุรกิจเป็นกลุ่มของผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันซึ่งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน และสามารถสร้างระบบการค้าขายที่แข่งขันกันภายในกลุ่ม แต่ในขณะเดียวกันก็ได้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ร่วมกันที่จะทำให้เกิดกำไรจากการค้าขายในตลาดกลุ่มธุรกิจ เป็นปรากฏการณ์เชิงพื้นที่ที่เห็นความสำเร็จเป็นรูปธรรมในรูปของการส่งออกไปสู่ตลาดโลก ความสำเร็จของกลุ่มธุรกิจอยู่ที่กลุ่มจะต้องมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และเจตน์จำนงร่วมกันที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ ความสำเร็จของกลุ่มธุรกิจนี้จึงขึ้นกับการสร้างสินค้าใหม่ ระบบการผลิตใหม่ และการได้กำไรจากการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้า และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตไม่ใช่การตัดราคาตัวเอง กลุ่มจะต้องสร้างกลยุทธ์ของส่วนรวม ซึ่งจะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่ม สมาชิกในกลุ่มย่อมได้เปรียบผู้ที่ไม่อยู่ในกลุ่มในด้านการแลกเปลี่ยนวิธีคิด ข้อมูลการผลิตและการตลาด การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตอันเกิดจากการที่สมาชิกในกลุ่มสร้างความชำนาญเฉพาะทาง ตลอดจนให้ส่วนลดการค้าแก่กันและกัน การพัฒนากลุ่มธุรกิจเป็นการพัฒนาร่วมกันระหว่างกลุ่มธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการเหมือนกัน และสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกัน โดยอาจมีสถาบันการศึกษาวิจัยของรัฐเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้มแข็งในองค์กรร่วมกันจึงจะแข่งขันในตลาดร่วมได้

๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕

บทที่ 4

นโยบายและแนวทางการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

4.1 นโยบายการพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้เข้าประเทศไทยปีละกว่า 3 แสนล้านบาท จึงเป็นภาคเศรษฐกิจที่สามารถโอ้อุ้มและเกื้อหนุนประเทศไทยไว้ได้ในยามเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ดังนั้นภาครัฐจึงบรรจุนโยบายการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พร้อมทั้งให้การส่งเสริมและสนับสนุนในด้านต่างๆ อาทิ งบประมาณ สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนส่งเสริมด้านการตลาด โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวไทย เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคได้ เนื่องจากปัจจุบันทุกประเทศล้วนตื่นตัวและหันมาให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยว เพราะเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สามารถทำรายได้เข้าประเทศในอันดับต้นๆ สำหรับประเทศไทยในปีสุดท้ายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2549) คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่น้อยกว่า 14 ล้านคน มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี ส่วนการท่องเที่ยวของคนไทยนั้นในปี พ.ศ. 2549 ประเมินกันว่าจะสูงถึง 59 ล้านคน ดังนั้นนโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐจะต้องชี้นำและแสดงบทบาทที่ชัดเจนต่อนโยบายและการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นไปตามความคาดหวัง ภายใต้อคติว่าความมั่งคั่งของประเทศในระยะยาวและคุณภาพชีวิตของประชาชนจะถูกกำหนดจากความสามารถในการใช้ทรัพยากรมนุษย์ เงินทุน และทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อเพิ่มผลผลิต โดยมีหลักการที่สำคัญคือ โครงสร้างทางเศรษฐกิจมหภาคที่ค้ำยันเป็นปัจจัยจำเป็นสำหรับการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน แต่ยังไม่เพียงพอหากยังขึ้นกับความสามารถการพัฒนารากฐานการแข่งขันในเศรษฐกิจระดับจุลภาคของประเทศ โดยปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจจะเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะกระตุ้นและส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตของผู้ประกอบการ พร้อมทั้งยกระดับการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในสาขาเศรษฐกิจในระดับจุลภาคที่สำคัญของประเทศไทย ในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อให้รัฐทันและปรับตัวของประเทศให้สามารถแข่งขันได้ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งแนวคิดของการแข่งขันที่เปลี่ยนจากการมุ่งไปสู่ความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรที่นับวันจะมีข้อจำกัดมากขึ้นมาเป็นการสร้างความได้เปรียบทางด้านประสิทธิภาพการผลิต ความสามารถในการสร้างให้เกิดความแตกต่าง และการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ ซึ่งต้องมีการประสานความร่วมมือทั้งใน

ระดับมหภาคและระดับจุลภาคจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ในการที่จะร่วมกันกำหนด ยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน ตลอดจนทำแผนปฏิบัติการรองรับยุทธศาสตร์ในแต่ละด้านที่กำหนดไว้อย่างบูรณาการ เพื่อใช้เป็นแนวทางหลักในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศให้มีความเข้มแข็ง มีเสถียรภาพ และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาที่กำหนดไว้ใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) ที่กำหนดให้มีการส่งเสริมการค้า บริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างงาน กระจายรายได้ และหารายได้จากต่างประเทศ ซึ่งอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมหลักที่ได้รับการพิจารณาว่ามีศักยภาพในการแข่งขันและสร้างความ มั่นคงทางเศรษฐกิจได้ดี รัฐบาลจึงได้มอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ กระทรวงการคลัง กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวง พาณิชยกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย ร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของ เศรษฐกิจโลก ภายใต้รูปแบบของคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.) โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และให้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถ ในการแข่งขันของประเทศ (สพข.) ขึ้นเป็นหน่วยงานภายในสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ เพื่อทำหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการของ กพข. และกำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ พ.ศ. 2545 ขึ้นเป็นเครื่องมือในการ ดำเนินงาน และในปี พ.ศ. 2545 นี้เองรัฐบาลได้ตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ขึ้นเป็นหน่วยงานที่ รับผิดชอบเป็นการเฉพาะในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

4.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวไทย

หน่วยงานภาครัฐที่ร่วมรับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่รัฐบาลมอบหมาย องค์กร ภาคเอกชน สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจากเขตพื้นที่ต่างๆ และสาขาอาชีพต่างๆ ได้ ร่วมกันระดมความคิดเห็นในการหาแนวทางส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม ซึ่ง จำเป็นต้องดำเนินยุทธศาสตร์การพัฒนาใน 2 ระนาบ คือการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในทั้ง ระบบ (Up-lift the Foundation) และการเชื่อมโยงไปสู่ภูมิภาค (Future Reach to the Region) พร้อมจัดทำ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระยะ 3 ปี พ.ศ. 2547 – 2549 และได้ปรับขยายเป็นแผนระยะ 5 ปี พ.ศ. 2547 – 2551 เพื่อรองรับยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคการผลิตและบริการ (Real Sector) 1 ใน 4 ยุทธศาสตร์ การพัฒนาในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่รัฐบาลเห็นชอบ ที่มุ่งเน้นการผลิต สินค้าและบริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางการแข่งขัน (From Ditch to Niche) ภายใต้ทิศทางการพัฒนาประเทศในลักษณะของเศรษฐกิจระบบคู่ขนาน (Dual Track) ที่ให้ ความสำคัญกับการแสวงหาเงินตราจากต่างประเทศโดยการส่งออก ในขณะที่เดียวกันต้องเสริมสร้างความ แข็งแกร่งของเศรษฐกิจภายในประเทศให้เป็นรากฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจที่สามารถ

พึ่งตนเองได้ โดยการสร้างความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมและบริการพื้นฐาน ทั้งนี้จะต้องดำเนินการภายใต้การทำงานร่วมกันอย่างเป็นบูรณาการ เชื่อมโยงในลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ซึ่งจะเป็นแนวทางสำคัญในการนำไปสู่การสร้าง การแพร่กระจาย และการรับนวัตกรรมเป็นอย่างดี ซึ่งในยุทธศาสตร์นี้ได้กำหนดสินค้าและบริการที่ประเทศไทยมีความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche) เพื่อการพัฒนาจุดเด่นของสินค้าและบริการไทยให้มีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่งและสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วภายใต้ศักยภาพของประเทศที่มีอยู่ โดยเฉพาะวัฒนธรรม ซึ่งจะใช้เป็นฐานของการแข่งขันได้เป็นอย่างดี และอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวมีจุดเด่นที่สร้างความเป็นเลิศในตลาดโลกและอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวมีจุดเด่นที่สร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก และเป็นรากฐานเศรษฐกิจในประเทศได้ จึงกำหนดเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ในการพัฒนาให้ประเทศไทย “เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย (Asia Tourism Capital)” ภายในปี พ.ศ. 2551 โดยมีเป้าประสงค์ให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียที่สามารถกระจายรายได้และ โอกาสการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง ซึ่งมียุทธศาสตร์หลักที่สำคัญ 3 ด้านคือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

เป้าหมาย

- เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในภูมิภาคเอเชียมากกว่าร้อยละ 10 ในสิ้นปี 2551

กลยุทธ์

- ☉ ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ
- ☉ ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway ในภูมิภาคเอเชีย
- ☉ พัฒนาระบบสารสนเทศ
- ☉ ส่งเสริม World Event Marketing

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

เป้าหมาย

- มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดและเป็น Magnet เพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น
- รายได้ของประชาชนในพื้นที่เป้าหมายที่มาจากสาขาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี
- มีแหล่งท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรชุมชนดูแล อนุรักษ์ และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์

- ☉ สร้าง พัฒนา พื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว
- ☉ ยกกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

- ๑๑. เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
- ๑๒. พัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ

เป้าหมาย

- องค์กรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมีจำนวนเพิ่มขึ้น
- เพิ่มจำนวนบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ดี
- มีการดำเนินการตามแผนงาน / โครงการแบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์

- ๑๑. เพิ่มขีดความสามารถของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว
- ๑๒. ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในทุกระดับทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนในประเทศและต่างประเทศ
- ๑๓. การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี รัฐบาลใหม่ของไทยที่มาจากการเลือกตั้ง ได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ประกาศแต่งตั้ง พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี และประกาศแต่งตั้งรัฐมนตรีประกอบเป็นคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 9 มีนาคม และ 11 มีนาคม 2548 ตามลำดับ และคณะรัฐมนตรีโดยนายกรัฐมนตรีได้แถลงนโยบายใหม่ต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2548 ซึ่งเป็นนโยบายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว โดยสรุปกล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์ ซึ่งแนวโน้มการเปิดเสรีการค้าของประเทศต่างๆ จะทำให้ประเทศไทยมีโอกาสในการขยายการส่งออก การท่องเที่ยว และการลงทุนมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็มีการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดโลก จึงต้องเตรียมรับมือกับการขับเคลื่อนอย่างเสรีของข่าวสารความรู้ เทคโนโลยี แรงงานและประชากร เงินทุน การค้า การลงทุนและบริการเพื่อนำมาใช้ประโยชน์สูงสุด ในขณะที่ปัญหาสภาพแวดล้อมภายในประเทศโดยเฉพาะภาคบริการด้านการท่องเที่ยวยังพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติโดยไม่ได้ใช้ประโยชน์เต็มที่ในการเพิ่มมูลค่า ดังนั้นรัฐบาลจึงต้องปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ มิฉะนั้นการขยายตัวของเศรษฐกิจจะนำไปสู่ภาวะขาดดุลการค้าและการแข่งขันด้านราคา อันเป็นข้อจำกัดในการขยายตัวของประเทศอย่างยั่งยืน โดยพัฒนาระบบสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านต่างๆ และส่วนหนึ่งคือ กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความเชื่อมโยงในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร แพชั่น ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ และท่องเที่ยว และส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจอื่นๆ ส่วนภาคบริการและการท่องเที่ยว นั้น รัฐบาลจะเน้นการเพิ่มมูลค่ามากกว่าการเพิ่มปริมาณ โดยรัฐบาลจะร่วมมือกับภาคเอกชน ท้องถิ่น และชุมชน ในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้านท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรม จัดระบบรับรองมาตรฐานโรงแรมและ

สถานบริการ เพิ่มขีดความสามารถขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และพัฒนามาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล ทั้งนี้รัฐบาลจะเร่งฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมหรือประสบภัยพิบัติ ตลอดจนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยจะเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงสุขภาพ รัฐบาลจะขยายฐานภาคบริการเพื่อสร้างรายได้ใหม่ เช่น บริการสุขภาพ การจัดประชุมและสัมมนานานาชาติ การขนส่งทางอากาศ และการเป็นศูนย์กลางธุรกิจในภูมิภาค ในด้านธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรัฐบาลจะสร้างโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้เข้าถึงแหล่งทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม การตลาดทั้งในและนอกประเทศ เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

4.3 ผลการดำเนินงาน

จากการที่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน ได้ร่วมกันเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยไปได้ในระดับที่น่าพอใจ โดยการส่งเสริมจากนโยบายและงบประมาณจากรัฐบาล ซึ่งในระยะครึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 เกิดผลการพัฒนาโดยสรุป ดังนี้

4.3.1 ผลการประเมินเป้าหมายการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและการพัฒนาที่ยั่งยืน

การดำเนินงานตามแนวยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและการพัฒนาที่ยั่งยืน ทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในภาพรวมปรับตัวสูงขึ้น การจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนาที่มีประชากรมากกว่า 20 ล้านคน จำนวน 30 ประเทศ โดยสถาบันนานาชาติเพื่อพัฒนาการจัดการ หรือ IMD ในปี 2546 ได้จัดให้ไทยอยู่อันดับที่ 10 ดีขึ้นจากอันดับที่ 13 ในปี 2545 และอันดับที่ 14 ในปี 2544 ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวการผลิตภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเกินกว่าเป้าหมาย อย่างไรก็ตามการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันยังมีปัญหาการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี โดยเฉพาะปัญหาขาดแคลนบุคลากรทั้งปริมาณ และคุณภาพ รวมทั้งงบประมาณสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาไม่เกินไปตามเป้าหมาย สำหรับผลการจัดอันดับของ World Economic Forum ในปี 2546 ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 32 (จาก 102 ประเทศ) ซึ่งเป็นการปรับตัวจากอันดับ 37 (จาก 80 ประเทศ) ในปี 2545 และจากอันดับ 33 (จาก 75 ประเทศ) ในปี 2544

4.3.2 ผลการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

จากการส่งเสริมและการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยตามนโยบายของรัฐบาล ส่งผลให้การท่องเที่ยวไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และสร้างรายได้ถึงปีละ 3 แสนล้านบาท แม้

อัตราการขยายตัวจะมีแนวโน้มลดลงบ้างในปี 2546 เป็นต้นมา เนื่องจากปัจจัยจากภายนอกและภายในประเทศที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดต่ำกว่าเป้าหมาย โดยอัตราลดลงร้อยละ 10.47 แต่รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศเข้ามาทดแทน ส่งผลให้ในปี 2545 และ 2546 อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 5.45 และ 5.31 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ร้อยละ 3.0 รายได้จากนักท่องเที่ยวภายในประเทศจึงขยายตัวอย่างมากและสร้างรายได้เข้ามาทดแทน และก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก เกิดการขยายตัวของธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยว ตลอดจนการขายสินค้าและบริการที่เพิ่มมากขึ้น สรุปโดยภาพรวมแล้วการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังก่อให้เกิดผลประโยชน์สุทธิที่เป็นบวก แสดงให้เห็นทิศทางตามนโยบายของภาครัฐที่มากถูกทางแล้ว แต่การดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐจะต้องพิจารณาประเด็นที่สำคัญคือ ชิดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย กลับลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง เนื่องจากการท่องเที่ยวไทยยังคงพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลัก และทรัพยากรดังกล่าวเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็วจนกำลังจะกลายเป็นจุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวในระยะยาว ประกอบกับการท่องเที่ยวไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูกที่ขาดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ขาดมาตรฐานในสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการและธุรกิจนำเที่ยวไม่เข้มแข็ง ขาดการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว บุคลากรด้านท่องเที่ยวขาดคุณภาพและทักษะ จึงส่งผลให้การท่องเที่ยวไทยเข้าสู่วงจรการแข่งขันโดยการตัดราคาที่ได้ประโยชน์ตอบแทนไม่คุ้มค่า ดังนั้นรัฐบาลจึงต้องเร่งแก้ไขปัญหาลดและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยให้ชัดเจนในการกำหนด หรือวางแผนล่วงหน้าการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4.3.3 ผลการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย และการเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

รัฐบาลปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอย่างมาก จะเห็นได้จากนโยบายและโครงการต่างๆ ที่ได้ริเริ่มขึ้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 และริเริ่มจากนโยบายของรัฐบาลโดยตรงที่เน้นในกลุ่มอุตสาหกรรมหลัก 5 กลุ่ม ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการกำหนดในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้วย ซึ่งอยู่ระหว่างการศึกษาค้นคว้าและทดลองใช้กับอุตสาหกรรมผลิตบางประเภท และการท่องเที่ยวบางพื้นที่เท่านั้น ดังนั้นการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจึงเป็นแนวความคิดที่นำมากำหนดเป็นแนวทางและทิศทางในการพัฒนาในระยะต่อไป และอยู่ระหว่างการประยุกต์ใช้อย่างเป็นระบบให้แพร่หลาย จึงทำให้การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเป็นแนวความคิดที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย และสวนทางกับแนวคิดเศรษฐกิจไทยที่ยังยึดติดกับแนวคิดภายใต้กรอบความได้เปรียบทางธรรมชาติมากกว่าความเก่งหรือความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นความพยายามในการริเริ่มและประยุกต์ใช้จึงมาจากหน่วยงานภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ โดยมีภาคเอกชนเข้าร่วมสมทบ ซึ่งขณะนี้ส่วนใหญ่อยู่ในขั้นตอนของการสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจ และวางแผน

แนวทางในการนำมาใช้ อย่างไรก็ตามก็มีการพัฒนาหรือการเกิดขึ้นของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติของธุรกิจ และเกิดจากการริเริ่มโดยภาครัฐบาลหรือเอกชนพยายามริเริ่มผลักดันให้เกิดขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจึงเกิดเครือข่ายวิสาหกิจขึ้นบ้างแต่เป็นการเกิดขึ้นในระดับย่อยคือ ในพื้นที่ท่องเที่ยวบางแห่ง แต่ในภาพรวมของประเทศยังขาดระบบความเชื่อมโยงและทิศทางที่ชัดเจน ทำให้เกิดความเข้าใจไม่ตรงกันในแนวคิดและแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานระดับปฏิบัติจนส่งผลให้เกิดปัญหาการใช้งบประมาณที่ไม่มีประสิทธิภาพ และเกิดความซ้ำซ้อนของการดำเนินการ ประกอบกับสถาบันการศึกษา สถาบันการวิจัยต่างๆ ยังมีบทบาทในการร่วมส่งเสริมน้อยมาก การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจึงขับเคลื่อนไปได้ช้าและไม่เกิดขึ้นทั้งระบบ สำหรับการเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยนั้นยังไม่เข้มแข็งพอ ที่เห็นได้ชัดคืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการต่างๆ ในรูปสมาคม และชมรมมากกว่า 200 สมาคม ตั้งแต่ระดับจังหวัด ภูมิภาค และประเทศ แต่การรวมกลุ่มดังกล่าวต่างมุ่งหวังที่จะให้เกิดความร่วมมือที่มีพลังที่สามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มธุรกิจ และในทางปฏิบัติมีหลายสมาคมที่มีบทบาทซ้ำซ้อนกัน และไม่สามารถดูแลสมาชิกและกลุ่มธุรกิจของตนได้อย่างทั่วถึง ประกอบกับการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ระหว่างสมาคมยังขาดการประสานงานที่ดี ไม่มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีบูรณาการ จึงทำให้ยังคงมีปัญหาเรื่องการดำเนินธุรกิจอย่างไร้จรรยาบรรณ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสมาคมและการรวมกลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยวยังไม่ได้มีบทบาทในการสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็งของอุตสาหกรรมเท่าที่ควร แต่อย่างไรก็ดีอุตสาหกรรมเกี่ยวโยงและสนับสนุน เช่น ธุรกิจร้านอาหาร การค้าปลีกและขายของที่ระลึก กิจกรรม MICE ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีความหลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเข้ามาสู่ประเทศได้ ซึ่งหากอุตสาหกรรมและธุรกิจต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยวเอง และธุรกิจเชื่อมโยงเหล่านี้มีการบริหารจัดการที่ดีและเป็นระบบร่วมกันมากยิ่งขึ้น จะเป็นผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับประโยชน์และมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕ ๕๕

บทที่ 5

การวิเคราะห์ และการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

การวิเคราะห์และการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในบทนี้ จะเป็นการวิเคราะห์เศรษฐกิจในระดับจุลภาคเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่กำหนดระดับความสามารถในการแข่งขันหรือผลิตภาพ และปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวไทยทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ เพื่อใช้โอกาสของความได้เปรียบ และแก้ไขจุดอ่อนในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในรูปของข้อเสนอแนะ แนวทาง และกลยุทธ์ ต่อไป

ภาพที่ 8 สรุปการวิเคราะห์คุณภาพของปัจจัยแวดล้อมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย



5.1 การวิเคราะห์คุณภาพของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Quality of the Microeconomic Business Environment)

การวิเคราะห์คุณภาพของปัจจัยทางธุรกิจด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย จะใช้กรอบแนวคิด Diamond Model ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมใน 4 กลุ่มปัจจัยหลัก เพื่อให้เห็นบรรยากาศการแข่งขันของธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบกับบทบาทของภาครัฐในการกำหนดนโยบาย และกฎระเบียบต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวย หรือเป็นอุปสรรคต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

5.1.1 เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor conditions)

ประเทศไทยมีปัจจัยการผลิตที่แข็งแกร่งเป็นจำนวนมากและหลากหลายที่เป็นตัวผลักดันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขัน แต่ไม่ค่อยมีการสงวนรักษาหรือสร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้ไม่มีการพัฒนาไปสู่ทรัพยากรขั้นสูง (Advanced Resources) ที่มีคุณภาพ เพื่อช่วยยกระดับ ทรัพยากรพื้นฐานให้แข่งขันได้ในอีกระดับหนึ่ง ได้แก่

1) ทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว

ไทยมีความได้เปรียบเป็นอย่างมากในการมีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่ หลากหลาย เช่น

- มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงามเกือบ 3,000 แห่ง กระจุกกระจายอยู่ทั่วประเทศที่ล้วนเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว
- ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีของคนไทย และชอบให้บริการแก่ผู้มาเยือนที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว
- มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์อันยาวนาน ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว และให้ความรู้สึกแปลกใหม่ (Exotic)
- มีจุดที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ โดยตั้งอยู่ในใจกลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงได้เปรียบในการเชื่อมโยงกับประเทศอื่นๆ และตั้งอยู่ในเขตร้อน จึงสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

แต่สิ่งที่น่าเป็นห่วงและอาจกลายเป็นจุดอ่อนในระยะยาวคือ แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็วกว่าร้อยละ 40 ทำให้ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมีขีดความสามารถในการแข่งขันลดลง

2) แรงงานด้านการท่องเที่ยว

คนไทยมีอัตราศรัยไมตรีที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีการต้อนรับดี และมีลักษณะ ประณีประนอม ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานที่เหมาะสมกับบริการท่องเที่ยว และมีปริมาณแรงงานเพียงพอ แต่แรงงานยังมีการศึกษาดำ ขาดคุณภาพ ขาดทักษะทางด้านภาษา และการให้บริการอย่างมืออาชีพ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะขั้นสูง และไม่มีเส้นทาง ความก้าวหน้าทางอาชีพ (Career Path) และอาจเนื่องจากแรงงานจำนวนมากเป็นแรงงานชั่วคราวตาม ฤดูกาลท่องเที่ยว ทั้งนี้มีเพียงมัลคูลเทศก์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เนื่องจากข้อกำหนดในการขอ ใบอนุญาตและมีจำนวนมากเกินความต้องการของตลาด ขณะเดียวกันก็มีการร้องเรียนเกี่ยวกับมัลคูลเทศก์ เป็นจำนวนมาก เช่น เรื่องความรู้ความสามารถ จรรยาบรรณ เป็นต้น

3) สาธารณูปโภคในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของไทยโดยทางอากาศและทางบก ยังมีความสามารถในการแข่งขันและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ดี คงมีความแออัดบ้างในท่าอากาศยาน กรุงเทพฯ และการจราจรในเขตเมืองใหญ่แออัด และบริการขนส่งมวลชนยังขาดเครือข่ายเชื่อมโยง และ ขาดคุณภาพ ส่วนรถบริการสาธารณะที่เข้าแหล่งท่องเที่ยวยังขาดมาตรฐานและคุณภาพในการบริการ ส่วนการเดินทางทางเรือและทางรถไฟ ยังมีขีดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่ำ และยังขาด มาตรฐานในเรื่องการรองรับผู้โดยสาร และการรักษาความปลอดภัย

4) การเข้าถึงแหล่งทุน

การเข้าถึงแหล่งทุนสำหรับธุรกิจใอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัด เนื่องจาก ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจด้านบริการที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก ไม่มีอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถใช้ในการ การค้ำประกันเงินกู้กับสถาบันการเงิน แต่จากวิกฤตที่เกิดกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศ รัฐบาลได้ มีนโยบายให้ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย หรือ SME Bank ช่วยเหลือในการปล่อยสินเชื่อเพื่อบรรเทาปัญหาสภาพคล่องโดยเร่งด่วน แต่ก็เป็นโครงการระยะสั้นและ ช่วยเหลือได้เฉพาะธุรกิจรายย่อยๆ ตามข้อจำกัดของวงเงินให้กู้

5) ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ในเรื่องของความปลอดภัยของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาค เดียวกันแล้วมีความได้เปรียบสูง มีความสงบและมั่นคงภายใน รวมทั้งมีความสงบและความมั่นคงในทาง การเมือง ไม่มีปัญหาความขัดแย้งด้านศาสนา และมีความสามารถในการควบคุมโรคติดต่อและโรค ระบาดได้ดี แต่ในสภาพปัจจุบันสถานการณ์ภายในเรื่องความไม่สงบใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่งผล กระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาที่เป็น ตลาดใหญ่ของการท่องเที่ยวไทย มีการระงับการเดินทางจากคำเตือนของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา ประกอบ

กับปัญหาโรคระบาด SARS ในภูมิภาคเดียวกันบางประเทศยังคงควบคุมไม่ได้เด็ดขาด จึงเป็นปัจจัยที่กระทบต่อการท่องเที่ยวจนส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในระยะนี้ลดลงอย่างมาก แสดงให้เห็นว่าความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆ ของนักท่องเที่ยวที่เลือกตัดสินใจในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์ที่ Maslow กล่าวไว้ และเมื่อพิจารณาในระดับลึกถึงทรัพยากรที่ดูแลด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวคือตำรวจท่องเที่ยวพบว่ามืออยู่อย่างจำกัดและไม่ได้เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของนักท่องเที่ยว โดยมีอัตราส่วนระหว่างตำรวจท่องเที่ยว ต่อ นักท่องเที่ยว 1 : 12,272 คน และมีการครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวเพียง 15 จังหวัดเท่านั้น ดังนั้นปัจจัยเรื่องความปลอดภัยโดยเฉพาะความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ รัฐบาลจะต้องเร่งแก้ไขให้สงบโดยเร็วและถาวร พร้อมสร้างความเชื่อมั่นกลับคืนมาใหม่ให้เป็นจุดแข็งที่ก่อให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันเช่นเดิม

5.1.2 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and supporting industries)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความหลากหลายในองค์ประกอบของธุรกิจหลัก ธุรกิจรอง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนจำนวนมาก การเชื่อมโยงอุตสาหกรรมต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นการเชื่อมโยงเชิงกิจกรรม (Activity Linkages) ในห่วงโซ่อุปทานในระดับย่อยเท่านั้น ส่วนการเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ (Cooperation Linkages) ในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ยังมีปัญหาอยู่มาก โดยมีข้อสังเกตที่สำคัญคือ

- กิจกรรมของธุรกิจแต่ละประเภทมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน และไม่ได้มีการเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบหรือเป็นห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ที่ชัดเจน นักท่องเที่ยวจึงสามารถเลือกซื้อหรือไม่เลือกซื้อสินค้าและบริการใดๆ อย่างเป็นอิสระต่อกัน และกิจกรรมแต่ละกิจกรรมก็สามารถดำเนินการอย่างค่อนข้างเป็นเอกเทศ

- ธุรกิจส่วนใหญ่ในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ก็มักจะตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว จึงเปรียบเสมือนมีการรวมตัวในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจในระดับหนึ่ง และกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศตามการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการรวมตัวในภาพรวมจึงเกิดขึ้นยากหากไม่มีกลไกและนโยบายระดับชาติมาเกื้อหนุน

- แม้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีการรวมตัวกันเป็นสมาคมและชมรมจำนวนมาก เพื่อพยายามที่จะสร้างความเชื่อมโยงในกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งมีผลคืออยู่บ้างในการเข้าถึงความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละธุรกิจ ตลอดจนสนับสนุนกลไกการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ แต่ในทางปฏิบัติมีการทำงานซ้ำซ้อนและไม่สามารถควบคุมสมาชิกได้ กิจกรรมส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นการเจรจาต่อรองเพื่อผลประโยชน์ (lobbying) มากกว่าจะสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน แสดงให้เห็นถึงการขาดความร่วมมือกันอย่างแท้จริงในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจ และการมีสมาคมขนาดเล็กจำนวนมากยังทำให้ขาดอำนาจในการเจรจาต่อรองทั้งกับภาครัฐและภาคอุตสาหกรรม

ด้วยกันเอง ถึงแม้จะได้มีการรวมตัวจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อเดือนธันวาคม 2545 แต่การดำเนินงานก็อยู่ในช่วงเริ่มต้นและยังไม่มีคามเข้มแข็งพอ อีกทั้งขาดศักยภาพที่จะเป็นแกนกลางในการสร้างความร่วมมือของอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

- นโยบายและการส่งเสริมภาครัฐในระยะที่ผ่านมามุ่งเน้นและส่งเสริมการส่งออก เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศจนธุรกิจและอุตสาหกรรมให้ความสนใจแต่เรื่องการตลาดและการแข่งขันด้านราคากับต่างประเทศ และลดต้นทุนการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าราคาถูกจนลืมเรื่องประสิทธิภาพของการผลิตและผลผลิตด้านคุณภาพ ธุรกิจและอุตสาหกรรมจึงต่างแข่งขันกันดำเนินกิจการโดยไม่ฟังพหุอาศัยกันและกัน และไม่ก่อให้เกิดแนวความคิดในการรวมตัวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในภาพรวมของกลุ่มอุตสาหกรรม

เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงขอทำการวิเคราะห์ธุรกิจที่สำคัญที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ได้แก่

1) กิจกรรมการศึกษาและการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันมีสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนและฝึกอบรมการท่องเที่ยวในระดับต่างๆ เป็นจำนวนมาก และมีผู้จบการศึกษาเพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมในเชิงปริมาณ แต่ในเชิงคุณภาพกลับมีทักษะความรู้ไม่ตรงกับความต้องการของธุรกิจ เนื่องจากขาดการเชื่อมโยงของสถาบันศึกษากับภาคธุรกิจ ทำให้หลักสูตรการศึกษาไม่ได้คำนึงถึงความต้องการของอุตสาหกรรม เช่น

- เน้นการให้ความรู้แต่ขาดการฝึกทักษะ
- เน้นการเตรียมตัวให้ออกไปศึกษาต่อในระดับสูงมากกว่าออกไปทำงานจริง
- ผู้สำเร็จการศึกษาได้ประกาศนียบัตรทางความรู้ แต่ไม่ได้ทักษะในการปฏิบัติงานที่แท้จริง เนื่องจากการฝึกปฏิบัติมีเพียง 3 – 11 % ของการศึกษาในหลักสูตร

2) กิจกรรม MICE

ในปัจจุบันไทยมีศูนย์การประชุม / ศูนย์จัดงานแสดงสินค้าในระดับนานาชาติทั้งสิ้น 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร(BITEC) IMPACT เมืองทองธานี และศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และมีโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพฯ มากกว่า 50 แห่ง ที่มีห้องประชุมรองรับผู้เข้าร่วมงานถึง 50,000 คน และรัฐบาลยังมีแผนในการสร้างศูนย์การประชุมระดับชาติที่เชียงใหม่ และภูเก็ต อีก ดังนั้นศักยภาพในการรองรับ MICE จึงมีศักยภาพสูงมากในการแข่งขัน และในปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวสูงกว่า 20 % ต่อปี เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชียจะเป็นรองเฉพาะสิงคโปร์เท่านั้น และหากพิจารณาในส่วนประกอบพบว่า ไทยมีศักยภาพสูงในการจัด Incentive Travel โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูงกว่า 30 % ต่อปี เนื่องจากไทยมีปัจจัยการผลิตด้านการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง ส่วนกิจกรรม Meeting และ Convention ไทยได้รับการจัดอันดับที่ดีอยู่ในอันดับ 20 ต้นๆ

แต่กิจกรรม Exhibition ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในด้านนี้ค่อนข้างน้อย และขยายตัวค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย ดังนั้นหากจะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น ไทยจะพึ่งพิงเพียงทรัพยากรการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวคงไม่เพียงพอ แต่จะต้องสร้างระบบการจัดการที่ดีและให้บริการอย่างมืออาชีพด้วย

3) กิจกรรมร้านอาหาร

กิจกรรมร้านอาหารเป็นอีกกิจกรรมที่มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตและความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในอันดับแรกตามทฤษฎีของ Maslow และเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างเสริมความหลากหลาย และสอดคล้องกับการท่องเที่ยวจนไม่อาจแยกออกจากกัน สำหรับประเทศไทยมีปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมร้านอาหารสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างดี คือ

- มีประเภทร้านอาหารที่หลากหลาย และมีจำนวนมากที่เป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว กับมีผลไม้ที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี และมีร้านอาหารของหลายชาติให้เลือกหรือลองตามความสนใจของนักท่องเที่ยว และยังกระจายไปทั่วทุกพื้นที่
- รสชาติอาหารไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากลว่ามีรสชาติดีน่าลิ้มลอง จนได้รับการจัดอันดับเป็นอาหารรสชาติดีเป็นอันดับ 4 เมื่อเทียบกับอาหารนานาชาติ
- มีราคาถูก อาหารที่ผลิตและจำหน่ายในประเทศไทยมีราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ เนื่องจากมีแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศและต้นทุนการผลิตต่ำ
- มีการสร้างสีสันและความสวยงาม โดยการจัดเทศกาลอาหารตามภูมิภาคของแหล่งผลิตและตามฤดูกาล เพื่อเป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และการผลิตอาหารหลายชนิดมีความวิจิตรสวยงามด้วยการสร้างศิลปะและลวดลายบนอาหารจนเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว

แม้ว่ากิจกรรมด้านอาหารจะเป็นตัวเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี แต่ร้านอาหารยังมีปัญหาด้านสุขอนามัย ด้านคุณภาพ และถูกกดราคาจากผลกระทบการแข่งขันด้านราคาของทัวร์นักท่องเที่ยว

4) กิจกรรม ช้อปปิ้งและการขายของที่ระลึก

ช้อปปิ้งเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายในไทยมากที่สุด คือ ประมาณ 31 % ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด และเป็นกิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวบางกลุ่มโดยเฉพาะในเขตเอเชีย เนื่องจากสินค้าไทยมีราคาถูก และมีความหลากหลายหาซื้อได้ง่ายจากแหล่งต่างๆ ในประเทศ และยังมีสินค้าบางประเภทที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับโลก เช่น ผ้าไหม

อัญมณี ทั้งนี้กิจกรรมช้อปปิ้งก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่รากหญ้า ส่งเสริมกิจกรรมของผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อนโยบายระดับประเทศโดยตรง กิจกรรมช้อปปิ้งจึงมีส่วนส่งเสริมและเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก แต่กิจกรรมช้อปปิ้งก็ยังมีปัญหาด้านลบ เช่น การหลอกลวงนักท่องเที่ยวด้านราคาและคุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน การผลิตและจำหน่ายของที่ระลึกยังขาดการจัดการอย่างเป็นระบบ และการสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า

5) ธุรกิจสวนสนุกและสถานพักผ่อนหย่อนใจ

ธุรกิจสวนสนุกและสถานพักผ่อนหย่อนใจเป็นกิจกรรมที่หลายประเทศใช้เป็นจุดขายเพื่อให้เกิดความหลากหลาย และทางเลือกในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยมีสวนสนุกหลากหลายประเภทเกือบ 10 แห่ง แต่เป็นสวนสนุกที่ไม่ใหญ่นัก และไม่มีชื่อเสียงในระดับโลก เนื่องจากเจตนาส่วนใหญ่รองรับการท่องเที่ยวภายในประเทศ และระดับการแข่งขันในธุรกิจสวนสนุกยังมีไม่สูงนัก เนื่องจากสวนสนุกแต่ละแห่งจะมีเอกลักษณ์ของตัวเอง และมีการเจาะกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน การเกิดขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่เป็นไปได้ยาก เนื่องจากใช้ทุนสูงและไม่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ ดังนั้นสวนสนุกจึงมีศักยภาพเพียงสร้างโอกาสเพิ่มทางการตลาดบ้างเท่านั้น

5.1.3 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว จะพิจารณาในเรื่องของขนาดและลักษณะของอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพที่มีต่อการท่องเที่ยว และสามารถส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับตลาดด้านอุปสงค์ กล่าวคือ

1) ขนาดของอุปสงค์

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยนั้นจะให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก เนื่องจากต้องการสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศจากกำลังซื้อสูง แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยแม้จะมีกำลังซื้อต่ำกลับมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ดี และมีศักยภาพที่จะท่องเที่ยวสูงขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบ “เข้าไป – เย็นกลับ” (Excursion Trip)

2) คุณลักษณะของอุปสงค์

การวิเคราะห์คุณลักษณะของอุปสงค์จะให้ความสำคัญในแง่ของคุณภาพอุปสงค์ นักท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่าปริมาณ เนื่องจากปริมาณหรือขนาดของอุปสงค์จำนวนมากจากการมีประชากรมากไม่ได้หมายความว่าจะมีขีดความสามารถในการแข่งขันมาก หากอุปสงค์ภายในที่มีอยู่ไม่ได้ช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในประเทศมีการปรับปรุงผลิตภาพของตน จนก่อให้เกิดผลเป็นนัยสำคัญต่ออุปสงค์จากภายนอกประเทศ ในทางตรงกันข้ามขนาดของอุปสงค์ที่เล็กกว่าอาจสามารถมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงได้ หากเป็นอุปสงค์ที่มีคุณภาพที่ช่วยผลักดันและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการคิดค้นและพัฒนาสินค้า และกระบวนการผลิตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นได้อย่าง

ต่อเนื่อง จนส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าคู่แข่งในประเทศอื่นๆ ในระยะยาวอย่างยั่งยืน ดังนั้นคุณภาพของอุปสงค์ภายในประเทศจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และหากพิจารณาลักษณะเชิงคุณภาพที่สำคัญของอุปสงค์ภายในประเทศที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะมี 3 ลักษณะ คือ **ลักษณะแรก** ผู้บริโภคมีลักษณะพิถีพิถันและเรียกร้อง (Sophisticated and Demanding Buyers) **ลักษณะที่สอง** อุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศสามารถช่วยคาดการณ์อุปสงค์ของผู้บริโภคประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) **ลักษณะที่สาม** โครงสร้างสัดส่วนของอุปสงค์ (Segment Structure of Demand) ภายในประเทศมีมาก หรือมีลักษณะพิเศษกว่าประเทศอื่นๆ คุณลักษณะของอุปสงค์ดังกล่าว หากสามารถนำมาวิเคราะห์กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย จะเห็นว่าการท่องเที่ยวไทยกลับให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก ที่ผ่านมาเงื่อนไขอุปสงค์ซึ่งพิจารณาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยจึงไม่ได้มีบทบาทสำคัญต่อแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศเท่าใดนัก ดังนั้นลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยวภายในประเทศจึงไม่ได้ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าและบริการ คุณลักษณะดังกล่าวที่สำคัญ ได้แก่

- นักท่องเที่ยวไทยมีความพิถีพิถัน (Sophisticated) ในการเลือก แต่ก็มิมีนิสัยประนีประนอม (Compromising) กล่าวคือ เมื่อได้รับสินค้าและบริการไม่ตรงกับความต้องการจนไม่เป็นที่พอใจก็มักจะไม่ต่อว่าหรือถ่ายถอดความไม่พอใจแก่ผู้ประกอบการโดยตรง แต่จะบ่นกันเองและเลือกที่จะไม่ใช้บริการอีก ทำให้ผู้ประกอบการไม่ได้รับข้อมูลเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการให้ดีขึ้น หรือถ้าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเสื่อมโทรมก็จะเลิกไปเที่ยวและเสาะหาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ โดยไม่สนใจกับการมีส่วนร่วมในการรักษาหรือพัฒนาแหล่งเก่าให้ดีขึ้น

- นักท่องเที่ยวไทยมีการกระจัดตัวของเวลาและสถานที่ เนื่องจากไม่ชอบวางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้า และนิยมเที่ยวในวันหยุดและเทศกาล ในขณะที่นักท่องเที่ยวในต่างประเทศจะวางแผนท่องเที่ยวล่วงหน้าและลางานระยะยาว (Vacation) ลักษณะเช่นนี้เป็นเหตุให้เกิดการแออัดในแหล่งท่องเที่ยว เกิดการใช้ทรัพยากรเกินขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว และเกิดความเสี่ยงสูงในการทำธุรกิจจากอุปสงค์ที่มีจำนวนแตกต่างกันมากในแต่ละช่วงเวลา (High Fluctuation)

- นักท่องเที่ยวไทยไม่ใช้จ่ายในการซื้อบริการ มักนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และเลือกที่จะดูแลช่วยเหลือตนเอง จึงไม่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาธุรกิจตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวไทย แม้ว่านักท่องเที่ยวไทยจะมีกำลังซื้อต่ำ แต่ก็เป็กลุ่มที่มีศักยภาพในการช่วยลดความผันผวนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตต่างๆ จึงเป็นความท้าทายในการสะท้อนคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวไทยให้เป็นปัจจัยเสริมในการพัฒนาความสามารถด้านการท่องเที่ยวต่อไป

5.1.4 บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Context for Firm Strategy and Rivalry)

ปัจจุบันผลกระทบที่ได้รับจากการแข่งขันของโลก (Exposure to Global Competition) เป็นสภาวะเงื่อนไขที่ทุกประเทศกำลังเผชิญและไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ และเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้ธุรกิจต้อง

ปรับปรุงประสิทธิภาพของตน โดยมุ่งไปสู่การใช้ปัจจัยการผลิตให้มีประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าของสินค้าและบริการด้วยการสร้างนวัตกรรม ซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมมีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้มากขึ้น บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปัจจุบันเป็นการแข่งขันตัดราคาที่รุนแรง บทบาทภาครัฐยังไม่เอื้ออำนวยให้เกิดการแข่งขันที่จะพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ ที่มีประเด็นสำคัญคือ

1) การกำหนดมาตรฐานและควบคุมมาตรฐานของสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

กิจกรรมต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขาดการกำหนดมาตรฐานและควบคุมมาตรฐาน ทำให้ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าและบริการ ไม่เกิดความพยายามในการรักษาหรือพัฒนาคุณภาพเพื่อสร้างผลประโยชน์ในระยะยาว เกิดการเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยวได้ง่าย นักท่องเที่ยวไม่อาจตั้งความหวังต่อสินค้าและบริการที่ตนจะได้รับอย่างถูกต้องจึงไม่เกิดแรงจูงใจต่อนักท่องเที่ยว ภาครัฐพยายามจัดโครงการส่งเสริมและสร้างคุณภาพ แต่ก็มีได้กระทำจริงจังและต่อเนื่อง และในหลายกิจกรรมควรจะมีการจัดอันดับและสร้างมาตรฐานอย่างเป็นระบบ เช่น แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว สินค้าของที่ระลึก ร้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น

2) ระดับความเข้มข้นของการแข่งขัน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวแข่งขันกันคึกคักนักท่องเที่ยวเข้ามาจากต่างประเทศเพราะต้องการปริมาณ เพื่อทำกำไรจึงเกิดการแข่งขันตัดราคาอย่างรุนแรง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวก็จะกดราคาผู้ประกอบการในธุรกิจอื่นๆ ตามมา เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้า เป็นลำดับต่อไป ทำให้เกิดการแข่งขันตัดราคาทั้งระบบ จนผู้ประกอบการต้องลดคุณภาพสินค้าและบริการ หรือนำไปสู่การหลอกลวงนักท่องเที่ยว เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจต่อไป

3) การบังคับใช้กฎหมาย

การบังคับใช้กฎหมายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่เข้มงวด จึงเป็นปัจจัยที่เปิดให้ผู้ประกอบการกระทำผิด ทำลายสภาพแวดล้อม ไม่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพยายามที่จะพัฒนาตนเองเกิดความไม่เท่าเทียมในการแข่งขัน และไม่เอื้อต่อการสร้างบรรยากาศในการแข่งขันที่เป็นธรรม

4) กลยุทธ์การแข่งขัน

ความไม่เข้มแข็งของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดสภาวะการแข่งขันที่ไม่เหมาะสม ดำเนินธุรกิจโดยขาดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ในระยะยาว คงมุ่งหวังเพียงกำไรระยะสั้นจึงไม่คำนึงถึงผลเสียที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากการตัดราคาหรือลดคุณภาพสินค้า จนเกิดการใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่มีจรรยาบรรณและใช้การแข่งขันแบบตัดราคา ซึ่งนำไปสู่บรรยากาศการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม จนบางกรณีเกิดพฤติกรรมนำเที่ยวแบบไม่เหมาะสมจนเกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์เชิงลบของประเทศไทย และบั่นทอนขีดความสามารถในการแข่งขัน

5.1.5 บทบาทของภาครัฐต่อการแข่งขัน

ในระยะเวลาที่ผ่านมา ภาครัฐยังขาดความชัดเจนในการกำหนดนโยบาย หรือการวางแผนล่วงหน้าระยะยาว ตลอดจนขาดการนำแผนไปปฏิบัติอย่างเป็นระบบในการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับโครงสร้างการแข่งขันของธุรกิจต่างๆ กรอบในการแข่งขันของธุรกิจ การสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยรวม จึงทำให้กลไกการแข่งขันที่เสรีบิดเบือน ขาดการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวดจนส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ นอกจากการส่งเสริมภาครัฐที่ไม่ชัดเจนดังกล่าว ยังมีกลไกภาครัฐที่ขาดประสิทธิภาพ มีปัญหาคอรัปชั่นที่ไปก่อให้เกิดการระดมทุนแก่ธุรกิจเพิ่มขึ้นด้วย อีกทั้งความร่วมมือด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสาธารณูปโภคในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังคงมีข้อจำกัดอย่างมาก เนื่องจากอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของหลายหน่วยงานที่ไม่มีภารกิจโดยตรงด้านการท่องเที่ยว จึงไม่เข้าไปในทิศทางเดียวกันอย่างถูกต้อง อีกทั้งการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมรับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวก็ยังไม่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง ภาครัฐจึงควรเป็นตัวกลางในการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในลักษณะที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม อย่างไรก็ตามในปัจจุบันรัฐบาลเริ่มเห็นความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันภาคอุตสาหกรรมไทย เริ่มกำหนดเป็นนโยบาย กลยุทธ์ และหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อเป็นกลไกในการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันขึ้นแล้วในอุตสาหกรรมหลัก 5 อุตสาหกรรม แต่ก็อยู่ในระหว่างการวางกรอบแนวคิด แผนงาน และยุทธศาสตร์ จึงยังไม่เห็นการปฏิบัติที่เกิดผลเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

5.2 การวิเคราะห์สภาพภายนอก

องค์การการค้าโลก (WTO) ได้ประมาณอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวโลก ระหว่างปี 2543 – 2553 เท่ากับร้อยละ 4.3 และคาดคะเนอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเท่ากับร้อยละ 7.7 และ WTO คาดว่าประเทศไทยจะมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 7.8 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเจริญเติบโตของโลกและของเอเชียแปซิฟิก แต่ภาวะเศรษฐกิจและสถานการณ์ของโลกที่เป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญต่อการส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และการทรุดตัวลงอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจญี่ปุ่น ซึ่งมีผลโดยตรงต่อเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้ที่กำลังอยู่ในระยะฟื้นตัว ผลที่เกิดขึ้นก็คือความต้องการท่องเที่ยว นานาชาติจะลดลงในขณะที่การแข่งขันเพื่อแย่งชิงนักท่องเที่ยวจะรุนแรงมากขึ้น และอาจมีการแข่งขันกันสูงขึ้นในตลาดราคาต่ำ ส่วนสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบให้การท่องเที่ยวข้ามประเทศลดลงคือ ข่าวการก่อการร้ายและความไม่สงบ ตลอดจนการระบาดของโรคติดต่อร้ายแรงในบางภูมิภาคที่เกิดขึ้นและการควบคุมไม่มีสมรรถภาพพอที่จะสร้างความปลอดภัยและความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวโลกจึงอาจไม่ไปตามความคาดหมาย แต่เอเชียก็เป็นดาวเด่นสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวทั้งในระยะใกล้และระยะไกล เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่มีความ

คุ้มค่าเงิน ในขณะที่ภาวะราคาทองที่วอกกลายเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเดินทางอันมีสาเหตุจากภาวะเศรษฐกิจที่กำลังย่ำแย่

ตั้งแต่สหัสวรรษที่ 2000 ระบบเศรษฐกิจของประเทศอุตสาหกรรมได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ นักท่องเที่ยวที่มาจากไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น และต้องการสินค้าและบริการที่มีส่วนประกอบของสาระและความรู้ บริการที่ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับความต้องการรายบุคคลมากขึ้น ในขณะเดียวกันไทยก็ยังมีนักท่องเที่ยวจากระบบเศรษฐกิจดั้งเดิมอยู่ส่วนหนึ่ง ความสามารถที่ไทยจะรักษาความเป็นประเทศผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียขึ้นอยู่กับ การปรับโครงสร้างการจัดการทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนให้เหมาะสมกับลักษณะความต้องการที่เปลี่ยนไป และในกระแสโลกาภิวัตน์แนวโน้มในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจะรุนแรงขึ้นตามลำดับ นานาประเทศต่างก็ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วงชิงตลาดโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ความรู้สาระและสารสนเทศกลายเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าของสินค้า ยิ่งไปกว่านี้ลักษณะของนักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มเปลี่ยนไปจากการแสวงหากความบันเทิงอย่างเดียวมาเป็นสาระบันเทิง ดังนั้นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ด้วยกำลังเป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มีคุณค่าและมูลค่าสูง ภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวจึงต้องการการลงทุนในแนวใหม่ นั่นคือการสร้างความรู้และสาระบันเทิงเพื่อการท่องเที่ยว

วิวัฒนาการเทคโนโลยีการบินปัจจุบันสามารถขนย้ายคนได้มากขึ้นและบินได้ไกลขึ้น พร้อมมีการขยายเส้นทางบินอย่างกว้างขวางทุกภูมิภาค ทำให้ความได้เปรียบด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ของไทยในฐานะเมืองชุมทางระหว่างยุโรปกับเอเชียและออสเตรเลียลดลง ในขณะเดียวกันแบบแผนการทำงานและการดำรงชีวิตในประเทศตะวันตกมีผลให้การท่องเที่ยวนานาชาติในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเป็นการท่องเที่ยวบ่อยครั้งในปีหนึ่ง แต่มีระยะเวลาสั้นลงในแต่ละครั้งของการเดินทาง อาจทำให้ความพยายามที่จะเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากไทยเป็นไปได้ยากขึ้น แต่การเพิ่มจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวต่อปีและค่าใช้จ่ายต่อการท่องเที่ยวต่อวันขึ้นอยู่กับศักยภาพและความสามารถในการดึงดูดใจของแต่ละประเทศ

5.3 การวิเคราะห์สภาพภายใน

ตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ของไทย กำหนดให้มีการเปลี่ยนแปลงระบบบริหารจัดการท้องถิ่น โดยกระจายอำนาจการปกครองไปสู่ท้องถิ่น และให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจทั้งในการบริหาร การปกครองและดูแลบริหารการพัฒนาท้องถิ่น รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย แต่เมื่อพิจารณาการปกครองในระดับท้องถิ่นเป็นการจัดการในแนวราบที่เป็นเอกเทศต่อกัน ซึ่งการบริหารจัดการแยกส่วนในระบบนิเวศเดียวกันอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่พึงประสงค์ได้ ทำให้คุณภาพสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ไม่สามารถแก้ไขปัญหาในภาพรวมตามระบบนิเวศ นอกจากนี้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังมีขีดความสามารถในการบริหารการพัฒนาด้านและมุ่งดำเนินงานเพื่อผลทางการเมืองมากกว่า

การพัฒนาส่งเสริม ดังนั้นจึงขาดความพร้อมที่จะให้ความสนใจเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งอาจทำให้การพัฒนาต่อยอดเป็นไปในทางไม่เกิดผลดีในด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

ในประเทศที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมานานชาติระดับสูงนั้น ในบางครั้งพบว่า การส่งเสริมทำให้มีผลกระทบทางลบต่อวิถีชุมชน การกระจายรายได้และสิ่งแวดล้อมทำให้ผลประโยชน์ที่ประเทศอาจได้จากการท่องเที่ยวต่ำกว่าตัวเลขที่ปรากฏ สำหรับประเทศไทยจากการสำรวจทัศนคติของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์สุทธิในทางบวก และต้องการให้รัฐส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเอเชียแปซิฟิก แม้การท่องเที่ยวจะช่วยสร้างรายได้และการจ้างงานเป็นจำนวนมาก แต่การกระจายรายได้ก็ไม่ทั่วถึงและประโยชน์สูงสุดจากการท่องเที่ยวเป็นนามธรรมในลักษณะความภาคภูมิใจในชื่อเสียงของประเทศ ส่วนผลกระทบด้านวัฒนธรรมสังคมและสิ่งแวดล้อมยังไม่มีผลกระทบทางลบมากนัก แต่สิ่งที่น่าเป็นห่วงเกี่ยวกับสถานการณ์ภายในประเทศคือ ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ส่งผลกระทบทางลบ และความไม่ปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวจนส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้หายจนวนอยู่ในระดับการขยายตัวติดลบ นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวภาคใต้ ชายฝั่งทะเลทรูคโตรมจากภัยพิบัติคลื่นสึนามิที่ผ่านมา ต้องเร่งบูรณะให้กลับฟื้นคืนสภาพดังเดิม

5.4 จุดแข็ง

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงามหลายประเภท ตลอดจนมีประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น และประวัติศาสตร์ที่ยาวนานดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และในช่วงที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่หลากหลายและสะดวกมากขึ้น แต่จุดเด่นของประเทศไทยที่ทำให้เราเหนือกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกันที่ชัดเจน ได้แก่ ประชาชนมีอัธยาศัยงดงาม ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นเอกลักษณ์ มีการลงทุนของภาคเอกชนในระดับสูง และมีการให้บริการที่คุ้มค่า ด้วยจุดแข็งเหล่านี้ประเทศไทยจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทชวนทัศน (sightseeing destination) และในขณะเดียวกันก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (holiday destination) ที่ได้ด้วย และจุดแข็งที่สำคัญในขณะนี้คือ รัฐบาลไทยในระบอบประชาธิปไตยที่มาจากการเลือกตั้งมีเสถียรภาพสูงมาก และได้รับความเชื่อถือจากประชาชนในประเทศและต่างประเทศสูง มีการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบอันจะเป็นผลดีในระยะยาวต่อไป และรัฐบาลยังเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนพร้อมการกระจายอำนาจการปกครองสู่องค์กรท้องถิ่นด้วย

5.5 จุดอ่อน

จุดอ่อนของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ถูกกล่าวขวัญเสมอคือ การรองรับที่สนามบินและประสิทธิภาพการบริการที่ไม่สม่ำเสมอ การจราจรที่แออัดในเมืองใหญ่ และมีแนวโน้มจะเกิดขึ้นในเมือง

ท่องเที่ยวหลักเมืองอื่นๆ ด้วย สภาพมลพิษและสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม สาธารณูปโภคไม่เพียงพอ โดยเฉพาะการกำจัดขยะในเมืองต่างๆ เพราะการท่องเที่ยวจะนำหน้าไปก่อนความสามารถในการจัดการ สาธารณูปโภค เพื่อรองรับปัญหาความหย่อนยานในการบังคับใช้กฎหมายก่อให้เกิดการกระทำผิด กฎหมาย ปัญหาการทุจริตในภาครัฐที่ก่อให้เกิดต้นทุนภาคธุรกิจและภาพลักษณ์ในทางเสียหาย ความอ่อนแอของกลไกภาครัฐ ซึ่งแท้ที่จริงทั้งหมดนี้เป็นเพียงอาการของปัญหามากกว่ารากเหง้าของปัญหา และต้นตอปัญหาที่แท้จริงคือ ระบบการบริหารราชการไทยที่แยกส่วน และต่างคนต่างทำ ไม่มีการ ประเมินและวัดผลการปฏิบัติงาน และไม่มีระบบการติดตามผลงานอย่างจริงจัง สิ่งเหล่านี้เป็นจุดอ่อน สำคัญในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จุดอ่อนที่สำคัญของรัฐอีกประการหนึ่งซึ่งจะทำให้การ ท่องเที่ยวอ่อนแอลงในอนาคตคือ การไม่ปฏิบัติไปตามแผนและเวลาที่กำหนดไว้ตามกลยุทธ์หรือนโยบายรัฐบาล ทำให้ความสำคัญของแผนงานรัฐลดลงในสายตาของภาคเอกชนที่จะลงทุนให้สอดคล้อง กับแผนงานของรัฐ ทำให้แผนของรัฐไม่อาจใช้เป็นเครื่องมือในการประสานการลงทุนระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนได้

ความสามารถในระดับจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว จุดอ่อนคือการรองรับนักท่องเที่ยวซึ่งมัก ขึ้นอยู่กับกำลังรองรับทางธรรมชาติจึงมีปัญหาด้านอุปทานที่เป็นสาธารณูปโภค ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดต่อ การขยายตัวของการท่องเที่ยว และในหลายจังหวัดทางภาคใต้กับบางจังหวัดในภาคอื่นๆ มีปัญหา อาชญากรรมอยู่ในระดับสูง และโดยทั่วไปมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจน สภาพสุขอนามัยไม่สูงนัก ซึ่งกลไกภาครัฐยังขาดประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ปัญหาความอ่อนแอของภาคเอกชนและผู้ประกอบการในเรื่องการบริหารจัดการ อุปสงค์ (demand) ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่คุ้นเคยกับระบบเศรษฐกิจใหม่ หากความไม่ สมดุลนี้ขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ ผลก็คือการสูญเสียดุลที่มีรายได้สูง ตลอดจนการเข้ามาช่วงชิงตลาด ภายในประเทศโดยธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์จากต่างประเทศ ซึ่งจะมีผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวขนาด กลางและขนาดย่อมของไทย และจากการมีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมาก ความ พยายามที่จะรวมตัวกันก็มักเป็นการต่อรองเพื่อลดหย่อนกฎระเบียบของรัฐ หรือขอความช่วยเหลือจากรัฐ หรือเพื่อการต่อรองทางผลประโยชน์มากกว่าร่วมกันพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในภาคอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว นอกจากนี้ภาคเอกชนส่วนหนึ่งเป็นผู้ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ กับการท่องเที่ยว เช่น ปัญหา สิ่งแวดล้อม มลพิษ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว และการฝ่าฝืนกฎระเบียบของรัฐ เป็นต้น

5.6 โอกาส

ถึงแม้การแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวนานาชาติจะเข้มข้นขึ้น แต่ประเทศไทยก็ยังมีโอกาสที่จะ พัฒนาตัวเองให้พ้นจากตลาดล่างไปสู่การท่องเที่ยวประเภท MICE ได้สูง รวมทั้งพัฒนาตลาด นักท่องเที่ยวอิสระ (free independent tourists) โดยอาศัยแพ็คเกจของกิจกรรมที่หลากหลาย

ภายในประเทศ การพัฒนาสาระที่นำรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน การขยายจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยว และโอกาสที่ดีอีกประการหนึ่งคือ การสร้างพันธมิตรกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น สิงคโปร์ และจีน หรือประเทศในกลุ่มภูมิภาคอินโดจีน โดยรวมจุดแข็งของพันธมิตรแต่ละฝ่ายทั้งด้านการตลาดและการบริการเพื่อขยายตลาดให้กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะจีนซึ่งไทยมีโอกาสดีในฐานะที่เป็นประตูจีนตะวันตกและจีนตอนใน

โอกาสสำคัญที่ประเทศไทยยังไม่ได้ให้ความสนใจอย่างจริงจังคือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลท่องเที่ยว หรือในฤดูฝน (green season promotion) โดยใช้กิจกรรมต่างๆ ที่หลากหลายประกอบในการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเพื่อสุขภาพ บันเทิง ช้อปปิ้ง ฯลฯ ซึ่งจะมีข้อดีในการเพิ่มอัตราเข้าพักในฤดูฝน จะเป็นการเพิ่มรายได้การท่องเที่ยวโดยไม่ต้องลงทุนในด้านการรองรับมากขึ้น และเป็นการจัดกลุ่มท่องเที่ยวที่เล็กลงหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ โดยอาจจะต้องเจาะตลาดพิเศษบางกลุ่มและบางประเทศมากขึ้น และการจัดการท่องเที่ยวลักษณะนี้จะต้องมีความยืดหยุ่น และมีแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ที่ฉิวว่องว่อง

ในขณะนี้ การท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยกำลังขยายตัวอย่างมาก ซึ่งเดิมเป็นคนกรุงเทพฯ ที่ท่องเที่ยว แต่กำลังกลายเป็นโอกาสของคนในชนบทและคนในภาคเกษตรมากยิ่งขึ้น เพราะการท่องเที่ยวในชุมชน (community-based tourism) ได้เริ่มขยายไปทั่วประเทศ จึงเป็นการสร้างโอกาสไม่เพียงแต่การจ้างงานและรายได้เท่านั้น แต่การท่องเที่ยวยังสร้างโอกาสการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนชนบททั้งการเรียนรู้เกี่ยวกับตนเอง ภูมิปัญญาบรรพบุรุษ ไปจนถึงทักษะการจัดการท่องเที่ยว และยังเป็นโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

5.7 สัญญาณเตือนภัยและวิกฤตการณ์

การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ก้าวหน้าไปเร็วกว่าที่สาธารณูปโภคจะรองรับทัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวและบริการเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้การแพร่ระบาดของไวรัสซุนย์หรือหิวและการขายสินค้าและบริการในราคาต่ำ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูก และตกอยู่ในวงจรหรือกับดักของราคาที่ตกต่ำอย่างต่อเนื่อง เพราะราคาขายที่ต่ำเกินไปทำให้ไม่มีการฟื้นฟูสภาพสินค้าและบริการ ซึ่งก็หมายความว่าจะทำให้ราคาต่ำไปอีกเรื่อยๆ แต่การที่ราคาต่ำลงก็มีได้ก่อให้เกิดผลในการแย่งชิงลูกค้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านราคาสูงสุดอยู่แล้ว นั่นหมายความว่าในตลาดโลกการท่องเที่ยวไทยมีราคาเกือบต่ำสุดแล้ว ดังนั้นการที่ราคาต่ำลงอีกจะส่งผลเพียงการแย่งชิงลูกค้ากันเองในประเทศเท่านั้น

สัญญาณเตือนภัยอีกประการหนึ่งคือ ความถดถอยของตลาดท่องเที่ยวนานาชาติของไทยลดลงอย่างมาก แสดงให้เห็นขีดความสามารถด้านการตลาดท่องเที่ยวของไทยลดลง โดยเฉพาะตลาดสำคัญๆ เช่น มาเลเซีย เยอรมนี สเปน อิตาลี เบลเยียม ฯลฯ สาเหตุของความถดถอยลงนี้อาจเกิดจากการแข่งขันด้านการตลาดที่รุนแรงขึ้น หรืออาจเกิดจากความเสื่อมโทรมของสิ่งดึงดูดใจในประเทศ และการโฆษณา

ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไทยตามโครงการต่างๆ ได้ถึงจุดอิ่มตัวหรือชะงักไป และสินค้าไทยในความเป็นจริงเริ่มจะไม่เป็นไปตามความคาดหวังที่เกิดจากภาพลักษณ์ที่โฆษณาออกไป ดังนั้นจึงต้องมีการลงทุนดูแลรักษาและฟื้นฟูภาพลักษณ์ด้านต่างๆ อย่างจริงจังไปพร้อมๆ กัน ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาแล้วนี้ นับวันจะสะสมตัวและทำลายภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรและมรดกท่องเที่ยวของชาติให้สูญสิ้นไป จึงมีความจำเป็นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคการท่องเที่ยวต้องร่วมกันแก้ไขปัญหาและปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้เกิดการพัฒนาการที่ยั่งยืนต่อไป

ถึงแม้ว่าจะไม่เป็นที่ประจักษ์ชัดในขณะนี้ว่าภาคการท่องเที่ยวกำลังเข้าสู่วังวนแห่งวิกฤต ในขณะที่ภาคเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศกำลังต้องการการกระตุ้นจากรายได้ของภาคการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่าการแก้ไขวิกฤตเศรษฐกิจโดยรวมและวิกฤตการท่องเที่ยวจะต้องแบ่งปัญหาออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มปัญหาเร่งด่วน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องการตลาดและการดึงดูดเงินตราต่างประเทศจากนักท่องเที่ยว เพื่อแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยวให้สูงสุด เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถแก้ไขปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศได้อย่างจริงจัง

กลุ่มปัญหาโครงสร้าง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องการเสริมสร้างทรัพยากร เอกลักษณ์ การบริหารจัดการให้เกิดการท่องเที่ยวคุณภาพสูงและยั่งยืนในระยะยาวต่อไป

๕๕๕๕๕๕๕๕๕๕๕๕

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิด สถานการณ์ต่างๆ นโยบายรัฐบาล การวิเคราะห์และประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยที่กล่าวมา จึงได้บทสรุปเกี่ยวกับการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย พร้อมข้อเสนอแนะ แนวทางแก้ไขปัญหามาในเชิงนโยบายและเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

6.1 สรุป

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้กลายเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในวงกว้างขึ้นทุกขณะในสถานะที่เป็นยุทธศาสตร์หลักต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่นานาประเทศในโลกได้เริ่มใช้เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน เนื่องจากขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ รัฐบาลภายใต้การนำของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้กำหนดเป็นนโยบายและยุทธศาสตร์สำคัญแถลงต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2548 เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยในยามที่ประเทศประสบภาวะวิกฤต และเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศปีละกว่า 3 แสนล้านบาท จนส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสูงขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะไทยเป็นตลาดท่องเที่ยวใหญ่ติดอันดับต้นๆ ของภูมิภาคเอเชียที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งประเทศไทยยังมีความได้เปรียบในด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ การมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีประเพณีกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย มีการเดินทางที่สะดวกที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวได้มาก อันเป็นศักยภาพพื้นฐานที่สามารถพัฒนาให้ยั่งยืนได้ นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีความสำคัญในการเป็นตัวกระตุ้นอุตสาหกรรมเกี่ยวโยงอื่นๆ ให้ขยายตัวตามอีกด้วย ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงก่อให้เกิดธุรกิจหลักและธุรกิจรอง ตลอดจนกระตุ้นธุรกิจอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี ก่อให้เกิดการจ้างแรงงานและการกระจายรายได้สู่ระดับรากหญ้า ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมกระจายไปทั่วประเทศ แต่การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่ถดถอยลงเนื่องจากขณะนี้ทุกประเทศล้วนตื่นตัวและให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวให้มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างฐานเศรษฐกิจของประเทศจึงมีการแข่งขันกันสูงและรุนแรงขึ้น โดยประเทศใดที่ประสบความสำเร็จในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนได้ ก็จะมี

และแผนงานที่แตกต่างกัน และรวมไปถึงการบังคับใช้กฎหมายของภาครัฐมิได้ใช้บังคับอย่างจริงจัง หรือ การผ่อนคลายกฎระเบียบบางประการเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีต่อการท่องเที่ยว

4) **ประเด็นมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและความถดถอยของสภาพแวดล้อม** การท่องเที่ยวไทยจะพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เดิมเป็นหลักจึงเกิดความถดถอยและเสื่อมโทรมเร็วจากการใช้และการทำลายของมนุษย์ ซึ่งในบางส่วนก็ถูกทำลายด้วยภัยพิบัติและขาดการบำรุงรักษา หรือการสร้างมูลค่าให้เพิ่มขึ้นจากเดิมให้สามารถเพิ่มรายได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรเพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวไทยจึงมีคุณภาพต่ำลงและราคาถูกไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดีมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

5) **ประเด็นสาธารณสุขปลอดภัยพื้นฐานในการเชื่อมโยงระดับประเทศและระดับภูมิภาค** การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่จะทำให้เกิดความสะดวกในการท่องเที่ยวและเป็นปัจจัยเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันที่ชัดเจน แม้ไทยจะมีความพร้อมในเรื่องของถนน แต่หากจะให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียในอนาคต ประเทศไทยจะต้องยกระดับความสะดวก มาตรฐาน และความเชื่อมโยงทั้งในประเทศและระหว่างภูมิภาคให้มากขึ้นเพื่อสร้างโอกาสการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการรถไฟ และการเดินเรือระหว่างประเทศที่ยังเป็นจุดอ่อน

6) **ประเด็นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว** แม้ประเทศไทยจะมีภาพลักษณ์เดิมที่ดีในเรื่องนี้เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน แต่การกระทำผิดต่อนักท่องเที่ยวทั้งในแง่ต่อชีวิตและทรัพย์สิน การหลอกลวง ยังมีสถิติที่ค่อนข้างสูงที่ต้องควบคุมและปราบปรามให้ลดลง ซึ่งรวมไปถึงมาตรการที่เกี่ยวกับการดูแลและรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานและเพียงพอต่อการคุ้มครองไว้ล่วงหน้า ซึ่งมีตัวอย่างที่สำคัญให้เห็นคือการเตือนภัยเหตุคลื่นสึนามิ ส่วนสถานการณ์ที่จะกระทบต่อความปลอดภัยอย่างมากในขณะนี้คือความไม่สงบใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ต้องเร่งแก้ไขโดยเร่งด่วน เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะพิจารณาเรื่องความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

7) **ประเด็นการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจและความเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุนกันและกัน** ในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจและการสร้างความเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุนกันทั้งในระดับผู้ประกอบการและตัวแทนองค์กรของธุรกิจให้เป็นรูปธรรม เพื่อร่วมกันเสริมสร้างและพัฒนาธุรกิจร่วมกันทั้งระบบอย่างมีคุณภาพตลอดห่วงโซ่แห่งการผลิตโดยใช้อุปทานเป็นกลไกสร้างอุปสงค์ยังไม่เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

8) **การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์** การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเห็นควรกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ใน 2 ระนาบ คือ การยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในทั้งระบบ (Up-lift the Foundation) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ที่ต้องเร่งดำเนินการเพื่อเสริมสร้างรากฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงไปสู่ภูมิภาค (Future Reach to the Region) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนา

ไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย ก็จะตอบคำถามต่อประเด็นสำคัญดังกล่าวข้างต้นและจะเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้อย่างยั่งยืนและตรงประเด็น

6.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการแข่งขันและการท่องเที่ยว การศึกษาและการประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยว การศึกษานโยบายและบทบาทภาครัฐในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวไทย โดยพิจารณาถึงปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยสำหรับการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนของประเทศ ซึ่งมีรากฐานมาจากความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเป็นหลัก จึงทำให้ทราบถึงปัจจัยที่สำคัญที่เป็นปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจใอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และสามารถนำไปสู่การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็ง ตลอดจนโอกาสหรือความได้เปรียบในการแข่งขันจนเข้าใจถึงประเด็นสำคัญข้างต้นที่ล้วนเป็นปัจจัยพื้นฐานที่บั่นทอนและเป็นอุปสรรคหรือเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน เพื่อหาแนวทางหรือข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงยุทธศาสตร์ในการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจต่างๆ ให้ยกระดับสูงขึ้น ตลอดจนการปรับกลไกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนให้มีประสิทธิภาพ ก็จะสามารถยกระดับความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามกรอบแนวคิดและการวิเคราะห์ไม่ได้ช่วยตอบคำถามว่าประเทศจะต้องกำหนดตำแหน่งการแข่งขันเชิงยุทธศาสตร์อย่างไร เนื่องจากแนวคิดของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้น บริษัท ธุรกิจ และอุตสาหกรรมเป็นผู้แข่งขัน ไม่ใช่ประเทศ แต่หากมองการแข่งขันของประเทศจะมองในแง่ประเทศแข่งขันกันในการสร้างบรรยากาศแวดล้อมที่เอื้อต่อการแข่งขันและการเพิ่มผลิตภาพของธุรกิจ ดังนั้นการกำหนดตำแหน่งการแข่งขันที่แท้จริงจะเกิดขึ้นในระดับบริษัทหรือธุรกิจไม่ใช่ในระดับประเทศ แต่หากประเทศไทยสามารถเสริมสร้างพื้นฐานความสามารถในการแข่งขันจากการดำเนินตามแนวทางหรือยุทธศาสตร์ต่างๆ ที่นำเสนอต่อไปนี้ แนวโน้มที่ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชียก็จะเป็นไปได้ ผู้ทำการศึกษาจึงขอเสนอแนะนโยบาย การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพมาตรฐานโลกและตรงกับความต้องการของตลาดโลก ดังนี้

6.2.1 การกำหนดนโยบายของภาครัฐ

นโยบายของรัฐบาลถือเป็นเครื่องมือและกลไกสำคัญในการชี้แนะและเอื้ออำนวยให้เกิดโอกาสในการพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในภาคธุรกิจเอกชน ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐจึงควรกำหนดนโยบายและเร่งดำเนินการตามเป้าหมาย ดังนี้

1) นโยบายของรัฐบาลควรกำหนดและแสดงอย่างชัดเจนในการพัฒนาและส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้เป็นสาขาที่มีความเป็นเลิศในตลาดโลก โดยมีการกำหนดเป้าหมายและยุทธศาสตร์ในระดับลึกที่สำคัญในการสร้างความเป็นเลิศ ความเป็นสากล ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและมาตรฐานสินค้าและบริการในลักษณะของการเพิ่มมูลค่ามากกว่าการเพิ่มปริมาณโดยใช้อุปสงค์เป็นตัวนำ ภายใต้ความร่วมมือในทุกระดับทั้งในระดับธุรกิจ ระดับประเทศ และระดับระหว่างประเทศ ในบริบทของเศรษฐกิจการเมืองโลกให้มากขึ้น อีกทั้งกำหนดเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งภูมิภาค โดยพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางของระบบโลจิสติกส์ในภูมิภาค อินโดจีนไปพร้อมกัน

2) กำหนดหน่วยงานและองค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ชัดเจน โดยมีหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมดำเนินการในลักษณะของ Inter-Ministry Agenda เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการประสานการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมส่งเสริมให้การดำเนินงานภาครัฐเป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติให้ได้ผลอย่างจริงจังทั้งในภาครัฐกิจ และภาคท้องถิ่นชุมชน โดยในภาครัฐกิจก็จะต้องส่งเสริมให้เกิดการสร้างบรรษัทภิบาลควบคู่ไปกับองค์กรภาครัฐด้วย

3) ควรตรากฎหมายรองรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ และปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่เป็นข้อจำกัดให้มีความสะดวกมากขึ้น

4) กำหนดนโยบายด้านการต่างประเทศต่อประเทศต่างๆ ไม่ว่าในลักษณะของทวิภาคี หรือพหุภาคี หรือระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน หรือต่อองค์กรระหว่างประเทศที่สำคัญ เพื่อวงกรอบความคิดและเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยกับต่างประเทศให้ชัดเจน หรือดำเนินการทางการทูตในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Diplomacy) โดยการเจรจาในระดับสูงเพื่อสร้างความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หรือสร้างตลาดคุณภาพในต่างประเทศและขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศให้เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวไทยด้วย

5) ปรับนโยบายการบริหารจัดการภาครัฐใหม่ โดยการเปลี่ยนศูนย์กลางการบริหารจากส่วนกลางเป็นส่วนท้องถิ่น และมอบอำนาจการบริหารให้ท้องถิ่นเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น และให้ภาครัฐเป็น Regulators กำหนดมาตรฐานและบังคับใช้กฎหมาย ส่วนภาคเอกชนเป็น Self Regulation และสร้างเครือข่ายให้แข่งขันได้ในระดับโลก

6) ควรกำหนดนโยบายเร่งด่วนด้านต่างๆ ที่สามารถเข้าไปแก้ไขปัญหาที่มีความรุนแรง และมีผลต่อการท่องเที่ยวไทยและในภูมิภาค เช่น ปัญหาความไม่สงบในภาคใต้ของไทย ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรม โดยเฉพาะปัญหาทิวทัศน์หรือหริยภูมิที่มี

การแข่งขันด้านราคาจนต่ำกว่าทุน ซึ่งขณะนี้มีปัญหารุนแรงมากที่ประเทศจีน ดังนั้นในด้านนโยบายจึงควรมีการประสานสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านในการร่วมกันกำหนดมาตรการและข้อตกลงในการแก้ไขปัญหา และสร้างมาตรฐานด้านคุณภาพสากลร่วมกัน โดยกำหนดให้มีการจดทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าในประเทศต่างๆ

7) ควรกำหนดนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ในการสร้างโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งทุน การพัฒนาคุณภาพของบริการและผลิตภัณฑ์ การสร้างนวัตกรรมใหม่ การส่งเสริมด้านการตลาดทั้งในและนอกประเทศ เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมกระตุ้นให้แนวคิดด้านการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อสร้างความเชื่อมโยงในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเกิดขึ้นเป็นรูปธรรม และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างจริงจังทั้งเครือข่ายวิสาหกิจระดับประเทศ ระดับภาค ระดับชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนระหว่างสาขาของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

8) ควรมีนโยบายและการผลักดันยุทธศาสตร์การพัฒนาเชิงพื้นที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระดับภาค “กลุ่มจังหวัด” และระดับจังหวัดให้มีความเชื่อมโยงกับภาพรวมของประเทศ โดยใช้และเพิ่มศักยภาพในแต่ละภาคที่มีอยู่ และอาศัยกลไกการบริหารผู้ว่า CEO แบบบูรณาการไปกระตุ้นการมีส่วนร่วมขององค์กรส่วนท้องถิ่นภาคธุรกิจและภาคชุมชน

9) ควรกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้อต่อการแข่งขันตามระดับความสำคัญและผลกระทบของปัจจัย โดยเฉพาะปัญหาทางปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ขาดความรู้และทักษะ กับปัจจัยด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ไม่ทันสมัยในการสร้างนวัตกรรมจะต้องเร่งพัฒนา ก่อน ส่วนปัจจัยแวดล้อมของการแข่งขันในด้านอื่นๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรทุน บรรยากาศการแข่งขันทางธุรกิจที่มีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงต่อเนื่องกันไป

6.2.2 การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

เห็นควรกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ใน 2 ระนาบ ที่เป็นการพัฒนาระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยภายในทั้งระบบ และการสร้างความเชื่อมโยงไปสู่ภูมิภาค ดังนี้

1) ยุทธศาสตร์การยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยทั้งระบบ (Up-lift the foundation)

ประเทศไทยจัดได้ว่าเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่ประสบความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดประเทศหนึ่ง แต่จากการขยายตัวและการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดความไม่สมดุลและความไม่เป็นระบบ โดยเฉพาะการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีขีดความสามารถสูงมารองรับการขยายตัวของท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ โดยให้ภาครัฐบาลกำหนดนโยบายและกลยุทธ์อย่างชัดเจน พร้อมให้การสนับสนุนงบประมาณที่ถือเป็นการลงทุนในสัดส่วนต่อรายได้จากการท่องเที่ยว

เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ นำไปใช้ในการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการ อย่างต่อเนื่องร่วมกับภาคเอกชน และกลุ่มธุรกิจ รวมถึงการกำหนดบทบาทและโครงสร้างองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้สอดคล้องต่อการร่วมกันดำเนินงานทั้งระบบ ซึ่งรวมถึงหน่วยปกครองในท้องถิ่นและธุรกิจย่อยในแหล่งท่องเที่ยวด้วย โดยกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางดำเนินการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยภายในทั้งระบบให้ชัดเจน โดยเน้นการยกระดับในเชิงคุณภาพตามแนวคิดอุปทานสร้างอุปสงค์ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างปัจจัยแวดล้อมและสิ่งแวดล้อมของการแข่งขันให้กับธุรกิจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว สร้างระบบการประสานการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภูมิภาค และท้องถิ่น ดังนี้

(1) **การบริหารแผนและปรับโครงสร้างองค์กรด้านการท่องเที่ยว** เน้นการวางแผนร่วม และให้ความสำคัญในการร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และท้องถิ่น โดยอาศัยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นตัวกลาง เพื่อให้เกิดความร่วมมือพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันและลดปัญหาในการนำไปปฏิบัติ ในขณะที่เดียวกันต้องสร้างความร่วมมือกับท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการปฏิบัติจากระดับรากหญ้า และมีบูรณาการของแผนและการปฏิบัติที่สมบูรณ์ขึ้น โดยภาครัฐมีบทบาทหน้าที่เป็นผู้กระตุ้นภาคเอกชน และเป็นผู้อำนวยความสะดวกแก่ภาคธุรกิจ ในอุตสาหกรรม หรือให้มีคณะกรรมการระดับชาติขึ้นทำหน้าที่ อำนวยการและพัฒนากการท่องเที่ยว โดยใช้หน่วยงานที่มีอยู่แล้วเป็นกลไกดำเนินการ โดยคณะกรรมการดังกล่าวจะมีอำนาจหน้าที่เบ็ดเสร็จในการอำนวยการด้านแผนงานและยุทธศาสตร์ สะสางปัญหาอุปสรรคต่างๆ เกี่ยวกับการบริหารจัดการ ปัญหาด้านการท่องเที่ยว การประสานงานกับกระทรวงต่างๆ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พร้อมประสานความร่วมมือกับภาคเอกชน โดยผ่านการนำของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการร่วมวางแผน กำหนดยุทธศาสตร์ ตลอดจนนำไปสู่การปฏิบัติของภาคธุรกิจร่วมกัน ทั้งนี้แผนที่กำหนดขึ้นใช้ควรจะมีทั้งระยะยาวระยะกลางและระยะสั้น รวมทั้งแผนในการรองรับภาวะวิกฤตตามลักษณะความเร่งด่วนของการพัฒนาหรือสภาพปัญหา โดยต้องเป็นแบบบูรณาการร่วมกันที่ครอบคลุมโครงสร้าง ทิศทางของอุตสาหกรรม ตลอดจนกลยุทธการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของทุกฝ่ายและการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นหลัก ที่สำคัญแผนที่วางขึ้นนี้จะต้องมีแผนปฏิบัติการและกำหนดเวลาที่แน่ชัดให้ทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถควบคุมและประสานแผนงานนั้นไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

(2) **จัดงบประมาณเฉพาะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน** ซึ่งมีวงเงินไม่ต่ำกว่าร้อยละ 2 ของรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพื่อดำเนินการตามแผนงาน และให้บรรจุแผนงานการท่องเที่ยวไว้ในงบประมาณประจำปี โดยให้กระจายงบประมาณลงไปสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วย

(3) **จัดตั้งศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว** โลกในยุค IT เป็นโลกที่สารสนเทศมีความสำคัญอย่างยิ่ง และเป็นเครื่องมือที่จะสร้างความแตกต่างของสินค้าในความคิดของผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ใช้ระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงควรมีการพัฒนา ระบบข้อมูลและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะเอื้ออำนวยกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดย

หน่วยงานหลักของภาครัฐเป็นเจ้าของและมีภาคเอกชนสนับสนุนในการจัดทำระบบข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นระบบศูนย์กลางข้อมูล การเชื่อมโยงข้อมูลและการกระจายข้อมูลในวงกว้างที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ข้อมูล เช่น ข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนาข้อมูลประเทศคู่แข่ง ข้อมูลเพื่อผู้ประกอบการธุรกิจ ข้อมูลการวิจัย สถิติ สถานการณ์ ข่าวสาร และข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือตลาดท่องเที่ยวออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง อาหาร สินค้าและบริการ ตลอดจนการจองและการชำระเงิน

(4) ออกกฎหมายและปรับปรุงระเบียบของทางราชการตลาดจนการบังคับใช้กฎหมาย

เพื่อรองรับระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประเทศ และกำหนดบทบาท อำนาจหน้าที่ขององค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการแผนงาน งบประมาณ และทรัพยากรธรรมชาติด้านการท่องเที่ยว และสามารถเสริมสร้างปัจจัยทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและเกิดประสิทธิผล เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ตลอดจนเสริมสร้างบรรยากาศและสร้างความสะดวกแก่ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น พ.ร.บ.การท่องเที่ยว พ.ร.บ.โรงแรม พ.ร.บ.ธุรกิจท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ กฎหมายเกี่ยวกับศุลกากร และการตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น โดยจัดให้มีการศึกษา ทบทวนกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมในเชิงบูรณาการอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสามารถในการออกข้อบังคับต่างๆ ที่ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พร้อมประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจในกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ นอกจากการออกและปรับปรุงกฎหมายเพื่อการสร้างบรรยากาศในการแข่งขันแล้ว องค์กรภาครัฐก็ควรที่จะบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังเพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความมั่นคงปลอดภัย ทั้งนี้หากต้องการให้กฎหมายเกิดผลจริงจังอย่างเป็นธรรมจำเป็นต้องปรับปรุงกลไกหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยเฉพาะการจัดปัญหาทุจริตและการเลือกปฏิบัติในภาครัฐ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของประเทศไทยทั้งต่อระบบธุรกิจภายในและต่อชาวต่างประเทศ

(5) พัฒนาระบบบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว โดยสร้างระบบข้อมูลภาคเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวในการประเมินผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) และสร้างระบบฐานข้อมูลในหน่วยงานของรัฐที่สามารถประเมินผลด้านการกระจายรายได้ และการเปลี่ยนแปลงตัวแปรเศรษฐกิจหลักๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถตรวจสอบผลกระทบของการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

(6) พัฒนาระบบการติดตามประเมินผลด้านการท่องเที่ยว อันเป็นขั้นตอนสำคัญใน

กระบวนการทำงาน เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพของแผนงาน โครงการ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน และประสิทธิผลที่กระทบต่อประชาชนหรือผู้รับบริการ และผลที่เกิดต่อระบบเศรษฐกิจ ซึ่งนับเป็นเครื่องมือสำคัญในการวัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของแผนงานหรือโครงการ อันจะนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงแผนงาน โครงการ และนโยบายในการดำเนินงานครั้งต่อไป ทั้งนี้รวมถึงการ

พัฒนาระบบการประเมินผลของภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างคุณภาพการผลิตและการปรับปรุงการบริการด้วย

(7) **ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรในการพัฒนาการท่องเที่ยว** เป็นแนวความคิดใหม่ในการพัฒนาความร่วมมือเพื่อยกระดับคุณภาพและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ พร้อมขยายตลาดร่วมกันของกลุ่มธุรกิจได้อย่างดี เนื่องจากการพัฒนาเป็นกลุ่มทำให้ธุรกิจสามารถเกื้อหนุนและร่วมกันพัฒนาการผลิตและบริการทั้งในด้านเทคโนโลยี ความรู้สะสมจนธุรกิจสามารถเลือกสร้างความชำนาญเฉพาะด้าน (Core Competencies) เลือกใช้บริการจากภายนอก (outsourcing) หรืออาศัยสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยการประหยัดจากขนาด (economics of scale) ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง ส่งผลให้การรวมตัวดังกล่าวเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวม (collective efficiency) ให้มีความพร้อมในการรองรับการขยายตัวของตลาดใหม่ การเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและความหลากหลายได้มากขึ้น ดังนั้นการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงสนับสนุนกันเพื่อให้เกิดความร่วมมือกันในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องร่วมมือและกระตุ้นให้เกิดกลุ่มคลัสเตอร์ที่เป็นรูปธรรม ทั้งในแง่ความร่วมมือทางธุรกิจและความร่วมมือในการพัฒนาคุณภาพในลักษณะห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนการขยายตลาดใหม่โดยพร้อมเพรียงกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและรักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งแต่ละธุรกิจต้องพึ่งพาอาศัยกัน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจนครบวงจรของบริการท่องเที่ยวที่เป็นชุด ไม่ว่าจะเป็นลักษณะแบบกลุ่มธุรกิจหรือแบบกลุ่มพื้นที่เฉพาะ และให้ผู้ประกอบการหลักเป็นแกนกลางของคลัสเตอร์ในแต่ละกลุ่ม และมีกลุ่มที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ร่วมมือสนับสนุนให้คลัสเตอร์เข้มแข็งและมีพลังในการขับเคลื่อนคลัสเตอร์ไปสู่เป้าหมายเดียวกันที่กำหนด และควรส่งเสริมให้คลัสเตอร์พัฒนาตนเอง โดยสร้างเสริมจริยธรรม ธรรมภิบาลหรือบรรษัทภิบาลในภาคธุรกิจทั้งระบบ ก็จะทำให้ผู้ประกอบการและคลัสเตอร์เข้มแข็งมีคุณภาพ

(8) **การพัฒนาสมรรถนะและเตรียมความพร้อมในการบริหารการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น** เพื่อรองรับการถ่ายโอนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามระบบนิเวศ การจัดการสาธารณสุขปลอดภัยและการจัดการสิ่งแวดล้อม การสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการของชุมชน และการเพิ่มมูลค่าในแหล่งท่องเที่ยว โดยการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริหารท้องถิ่น โดยเฉพาะการวางแผน การบริหารงบประมาณ และการจัดการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว และในเวลาเดียวกันก็สามารถอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ได้ในระยะยาว ทั้งนี้อาจมีการจัดกลุ่มขององค์กรท้องถิ่นตามสภาพและพื้นฐานของแต่ละท้องถิ่น เพื่อสร้างความร่วมมือในแนวระนาบเดียวกันและให้การสนับสนุนท้องถิ่นในแต่ละกลุ่มตามลักษณะความต้องการหรือตามสภาพความจำเป็น ตลอดจนให้ท้องถิ่นสามารถใช้อย่างบังคับกฎหมายหรือกฎระเบียบที่อาจแตกต่างกันไปตามสภาพท้องถิ่นนั้นๆ ทั้งนี้ต้องให้ความสำคัญกับกลไกในการเชื่อมโยงการบริหารงานร่วมกับ

จังหวัดและองค์กรอื่นๆ ในด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดบูรณาการในการดำเนินงานร่วมกันอย่างแท้จริง ซึ่งอาจใช้วิธีการสัมมนาแลกเปลี่ยนข้อมูลและระดมความคิดเห็นร่วมกัน

(9) **การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน** ปัจจุบันการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแหล่งได้พัฒนาไปเกินกว่ากำลังรองรับในพื้นที่ กิจกรรมท่องเที่ยวหลายประเภทจึงก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมต่อการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีมาตรการที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยจะต้องมีการควบคุมผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและมลภาวะที่จะเกิดขึ้น จึงเป็นวิธีการผสมผสานระหว่างการรักษาคุณภาพเดิมกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจมีแนวทางดังนี้

➤ **วางแผนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ** ซึ่งรวมถึงการบำรุงรักษาและฟื้นฟูให้อยู่ในสภาพดีทั้งในระดับสถานที่ท่องเที่ยว ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการจัดกลุ่มทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยวตามภูมิภาค เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูงขึ้น หรืออาจจัดตามกลุ่มทรัพยากรและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้การดูแลสมบูรณ์ตามลักษณะเฉพาะและตามระบบนิเวศได้ดียิ่งขึ้น เช่น การจัดคลัสเตอร์ตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว คือกลุ่มชายทะเลและหมู่เกาะ กลุ่มธรรมชาติและเชิงนิเวศ กลุ่มประวัติศาสตร์และโบราณสถาน กลุ่มศิลปวัฒนธรรมและประเพณี กลุ่มกิจกรรมและความสนใจเฉพาะ เป็นต้น

➤ **เร่งรัดการควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมและลดมลภาวะ** โดยใช้มาตรการต่างๆ ช่วยส่งเสริม เช่น สิทธิพิเศษทางภาษี การจัดเก็บรายได้ สิทธิการ โอนและใช้ประโยชน์ในที่ดินของรัฐ ซึ่งต้องกำหนดเขตการพัฒนาการท่องเที่ยว การเพิ่มพื้นที่สีเขียว การปรับปรุงภูมิทัศน์ และการกำจัดของเสียและขยะ ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการใช้พื้นที่ที่ได้รับอนุญาต กิจกรรมที่อนุญาต มาตรฐานของกิจกรรมท่องเที่ยว

➤ **ประกาศนโยบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับเขตอุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตอนุรักษ์พันธุ์พืช หรือเขตพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยว** เพื่อการปกป้องระบบนิเวศและผลกระทบที่จะเกิดต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงการกำหนดช่วงเวลาบริการและช่วงเวลาฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย

➤ **ให้ความรู้และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา ชุมชนท้องถิ่น ประชาชนทั่วไป** เกี่ยวกับการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ การปฏิบัติตนในแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หรือสร้างอาสาสมัครด้านการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น (Tourism Volunteer) ให้เป็นเครือข่ายเฝ้าระวังกระจายไปทั่วประเทศ เพื่อให้ชุมชนในท้องถิ่นเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรในท้องถิ่นตน พร้อมปลูกฝังให้เป็นเจ้าบ้านที่ดีและเป็นเพื่อนของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจด้วย

➤ **กระตุ้นให้ท้องถิ่นสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยว** โดยสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของตน บำรุงรักษาท้องถิ่น และให้ท้องถิ่นคิดสร้างสรรค์และร่วมมือกับภาคเอกชนในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในท้องถิ่นเพื่อเป็นทางเลือกเพิ่มขึ้น พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมากขึ้น เช่น การปรับปรุงทัศนียภาพ การจัดพื้นที่สีเขียว การจัดพื้นที่พักผ่อนที่ไม่มีสิ่งรบกวนจากรถยนต์และมีความปลอดภัย การจัดถนนคนเดิน ทางจักรยาน การจัดสถานที่จำหน่ายสินค้าและบริการของท้องถิ่นอย่างเป็นระเบียบในแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเชิงการพักผ่อน เชิงสุขภาพ เชิงนิเวศและการอนุรักษ์ การออกกำลังกาย การเดินป่า การดำน้ำ การขี่จักรยาน การพายเรือ การล่องแพ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นไปตามหลักอุทยานสร้างอุปสงค์

➤ **ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว** การรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยว การสร้างระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ดี การสร้างคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างนวัตกรรมใหม่ซึ่งเป็นกิจกรรมต่างๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยเงินทุนจำนวนมากในการดำเนินการ ซึ่งปัจจุบันการเข้าถึงแหล่งทุนของผู้ประกอบการยังมีข้อจำกัดจึงควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้โดยง่ายในหลายรูปแบบ เช่น การจัดตั้งกองทุนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การออกพันธบัตรการท่องเที่ยว หรือการพัฒนาแหล่งทุนร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน และขยายโอกาสมากขึ้นในการส่งเสริมทุนกับธุรกิจที่มีแนวโน้มของกิจการที่ดีหรืออยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว และขยายโอกาสให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยวที่ไม่อาจกู้ยืมเงินจากธนาคารในลักษณะทั่วไป โดยมีการผ่อนคลายกฎเกณฑ์และกำหนดช่วงของการให้เงินสนับสนุนตามความสำเร็จของการพัฒนาธุรกิจทั้งช่วงเริ่มต้นและช่วงขยายกิจการอย่างเพียงพอ ทั้งนี้รัฐบาลควรส่งเสริมทุนในรูปแบบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านต่างๆ แก่ท้องถิ่นด้วย เช่น การสร้างสาธารณูปโภค การปรับปรุงทัศนียภาพ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เป็นต้น

➤ **สร้างแหล่งดึงดูดการท่องเที่ยวระดับโลก** โดยการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมให้มีความโดดเด่นระดับโลกในแต่ละด้าน เช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ทะเล หมู่เกาะ แหล่งประวัติศาสตร์ และร่วมกับการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ พร้อมจัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีบริการทุกด้านที่ครบถ้วนอย่างมีคุณภาพ มีความปลอดภัยสูง เข้าถึงได้สะดวกแต่สงบและสะดวกสบาย เพื่อสร้างความแตกต่างที่สามารถดึงดูดความสนใจได้สูง หรือพัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลักให้เป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติที่ได้มาตรฐานสากลที่ยังคงสภาพธรรมชาติและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเสริมความโดดเด่นด้านอื่นๆ เช่น แฟชั่น สินค้าและบริการ อาหาร โดยเฉพาะศูนย์รวมของการช้อปปิ้งจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่มและกระตุ้นธุรกิจข้างเคียงให้ขยายตัวได้ดี

(10) การยกระดับคุณภาพและสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการสู่ความเป็นสากล การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ในปัจจุบันจะแข่งขันในด้านคุณภาพและการสร้างมาตรฐานสากล เพื่อให้สามารถตอบสนองความพอใจของลูกค้าและตอบสนองต่อเป้าหมายของธุรกิจ ซึ่งหากจะเพิ่มขีด

ความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรส่งเสริมให้มีการสร้างคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวใน 2 ลักษณะ ดังนี้

ลักษณะที่ 1 การจัดอันดับสินค้าและบริการ (Classification and rating) เป็นการจัดอันดับสินค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถแบ่งแยกสินค้าที่มีคุณภาพสูง และสินค้าที่มีคุณภาพรองลงมา ทำให้ผู้ประกอบการสามารถตั้งราคาสินค้าและค่าบริการได้ตามความเหมาะสมกับคุณภาพ เพื่อแก้ไขปัญหาการแข่งขันตัดราคาและการลดคุณภาพ สร้างวัฒนธรรมการแข่งขันด้านคุณภาพ ในขณะที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าสามารถตั้งความหวังที่ถูกต้อง เสียค่าใช้จ่ายตามระดับคุณภาพสินค้าและบริการ และกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังทำให้ผู้ประกอบการพยายามรักษาพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของตนเพื่อไม่ให้ตกอันดับอีกด้วย และภาครัฐกับภาคอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจควรร่วมมือกันพัฒนาและเร่งรัดการสร้างระบบรับรองคุณภาพและมาตรฐาน พร้อมกับการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อให้ได้การรับรองคุณภาพและมาตรฐานโดยเร็วทั้งระบบคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และต้องกระตุ้นให้มีการยกระดับคุณภาพอย่างต่อเนื่องและเปรียบเทียบ พร้อมแสดงผลการแข่งขันด้านคุณภาพให้ผู้รับบริการเห็นได้ชัดเจน สำหรับสินค้าและบริการที่ควรจัดอันดับ เช่น

- **โรงแรม** จัดอันดับเช่นเดียวกับโรงแรมทั่วโลก โดยให้ค่ามาตรฐาน ตั้งแต่ระดับ 1 – 5 ดาว ซึ่งอาจทำโดยผู้เชี่ยวชาญหรืออาจเป็นการลงคะแนนจากผู้ใช้บริการตามหลักเกณฑ์ที่มีการกำหนดขึ้นล่วงหน้า ซึ่งจะช่วยให้โรงแรมต่างๆ พยายามยกระดับมาตรฐานของตนเองอยู่เสมอ

- **รายการนำเที่ยว** เป็นการจัดอันดับคุณภาพของรายการนำเที่ยวของบริษัทต่างๆ ทั้งในด้านความแปลกใหม่ คุณภาพของบริการ ความคุ้มค่าของรายการ ซึ่งอาจเป็นการลงคะแนนจากนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมให้บริษัทนำเที่ยวพัฒนาสินค้าที่มีมาตรฐานหลากหลาย เปิดโอกาสให้บริษัทนำเที่ยวรายย่อยที่มีคุณภาพมีโอกาสสร้างสินค้าที่มีคุณภาพในการแข่งขันที่ทัดเทียมกับรายใหญ่ และป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกหลอกลวงจากรายการทัวร์ที่ไม่ได้คุณภาพ

- **สินค้าอื่นๆ** เช่น แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านอัญมณีและเครื่องประดับ

อย่างไรก็ตาม การสร้างมาตรฐานในการจัดอันดับสินค้าและบริการนี้ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินการควรจะให้สถาบันเอกชนเป็นผู้จัดทำ โดยภาครัฐอาจเป็นผู้สนับสนุนหรือช่วยจัดตั้งในช่วงแรก เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่การจัดอันดับที่สร้างขึ้นใหม่

ลักษณะที่ 2 การจดทะเบียนและรับรองคุณภาพของสินค้าและบริการ (Registration and certification) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย ทั้งนี้การกำหนดมาตรฐานทั้งในด้านการจัดอันดับและด้านการจดทะเบียนรับรองนั้นต้องเป็นมาตรฐานที่เป็นสากล มุ่งเน้นการปรับปรุงจุดอ่อนและสอดคล้องกับเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว และเชื่อมโยงกับกิจกรรมต่างๆ ภายในเครือข่ายวิสาหกิจ และวิธีการนี้ควรใช้ในการกำหนดมาตรฐานของประเภทธุรกิจ เช่น

- **ธุรกิจนำเที่ยว** ซึ่งในปัจจุบันได้มีการขึ้นทะเบียนบริษัทนำเที่ยวอยู่แล้ว แต่ควรเพิ่มมาตรฐานของหลักเกณฑ์และการตรวจสอบหลักเกณฑ์นั้นๆ เป็นระยะ รวมถึงการเพิ่มบทลงโทษอย่างจริงจังกับบริษัทที่ไม่ได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์นั้นๆ ด้วย
- **มัคคุเทศก์** ควรจัดระดับของการขึ้นทะเบียนตามความสามารถของมัคคุเทศก์ เช่น มัคคุเทศก์ระดับฝึกหัด ระดับสามัญ ระดับวุฒิ ระดับอาชีพ ซึ่งการแบ่งระดับนั้นควรต้องติดตามวัดผลในการปฏิบัติงานจริง ตลอดจนเก็บคะแนนสะสมจากการให้บริการหรือข้อคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลในการต่อการขึ้นทะเบียนในอนาคต
- **ธุรกิจร้านอาหาร** ควรมีการเพิ่มความสำคัญในการกำหนดหลักเกณฑ์พื้นฐานด้านคุณภาพอาหาร และสุขอนามัยร่วมกับท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับการคุ้มครองหากได้รับประทานอาหารจากร้านที่ได้รับการรับรอง
- **ธุรกิจขายสินค้าและของที่ระลึก** เช่น ร้านอัญมณีและเครื่องประดับ ร้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม หรือสินค้า OTOP เป็นต้น ควรมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในด้านคุณภาพสินค้า การกำหนดราคา และการติดป้ายราคาที่ชัดเจน

การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสินค้ากับบริการไปสู่สากลนี้เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ประกอบการต้องมุ่งพัฒนาคุณภาพและสร้างมาตรฐานตลอดจนสร้างนวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง และมุ่งสร้างความแตกต่างและสร้างเอกลักษณ์เฉพาะหรือจุดเด่นของสินค้าและบริการให้เด่นชัด รวมทั้งการพัฒนาและสร้างตราสินค้า (Brand) สู่อุตสาหกรรม โดยพยายามหาหนทางเข้าถึงและทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าหรือผู้บริโภคสุดท้ายให้มากที่สุด ซึ่งจะทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบที่จะพัฒนาคุณภาพเพื่อตอบสนองตรงตามความต้องการที่หลากหลายได้อย่างแท้จริง และมีความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน และหากสามารถจัดสร้างศูนย์รวมในการจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ในเมืองหลักของการท่องเที่ยวได้ จะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศของการท่องเที่ยวได้มากขึ้น และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มพร้อมกระตุ้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวด้วย

การจดทะเบียนและการรับรองมาตรฐานดังกล่าว ควรทำโดยหน่วยงานของรัฐร่วมกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อให้เกิดการบังคับใช้และให้ผลทางกฎหมายได้ และเพื่อให้เกิดมาตรฐานที่เป็นรูปธรรมจะต้องมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง พร้อมทำการประชาสัมพันธ์คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการให้ผู้บริโภคได้รับรู้ เพื่อสร้างคุณภาพด้านอุปสงค์ให้สูงขึ้นด้วย และผู้บริโภคเองก็จะได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากการซื้อสินค้าหรือบริการ อันหนึ่ง การสร้างคุณภาพและมาตรฐานต้องได้มาตรฐานสากลจนเกิดผลต่อการปรับปรุงจุดอ่อน และสอดคล้องกับเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว และต้องสร้างให้เกิดการเชื่อมโยงกับกิจกรรมต่างๆ ภายในเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้งระบบ ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญอย่างหนึ่งที่จะพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจทั้งระบบ

(II) **การพัฒนาบุคลากร** การพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นธุรกิจบริการมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง และไม่เพียงแต่บุคลากรในภาคอุตสาหกรรมเท่านั้น ประชาชนทั่วไปที่เปรียบเสมือนเจ้าบ้านก็ควรมีความรู้ความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาจึงควรกำหนด ดังนี้

➤ **ยกระดับการศึกษา ฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวให้เป็นระบบและมีมาตรฐาน** ทั้งในระดับสามัญศึกษา การศึกษาวิชาชีพ และระดับอุดมศึกษา ให้มีหลักสูตรที่มีมาตรฐานมีความต่อเนื่อง โดยเน้นการสร้างทักษะต่อการทำงานให้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการเป็นหลัก และส่งเสริมให้มีหลักสูตรการศึกษาต่อเนื่องในระดับสูง เพื่อสร้างความเป็นมืออาชีพและสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Path) ของผู้ทำงานในอุตสาหกรรมให้มีโอกาสพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ทั้งนี้การศึกษา ฝึกอบรมที่เป็นระบบยังสามารถสร้างเครือข่ายทรัพยากรบุคคลการท่องเที่ยวในทุกกระดับ และสามารถยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ระดับสากลในอนาคต สำหรับการยกระดับดังกล่าวควรดำเนินการในลักษณะไตรภาคี คือ หน่วยงานภาครัฐ สถานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษา ดำเนินการร่วมกันพัฒนาหลักสูตรไปในทิศทางที่สอดคล้องกันและมีระดับที่เหมาะสม โดยจัดตั้งสถาบันกลางระดับชาติขึ้นทำหน้าที่นี้ และกลุ่มบุคลากรที่จะต้องเข้ารับการพัฒนามีทั้งบุคลากรภาครัฐ ภาคอุตสาหกรรม และภาคท้องถิ่น ซึ่งอาจแยกเป็นระดับ เช่น

- ระดับผู้กำหนดนโยบาย ผู้วางแผน และผู้บริหารระดับสูง
- ระดับครูผู้สอนด้านการท่องเที่ยว หรือเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
- ระดับบริหารจัดการ
- ระดับปฏิบัติการ

➤ **เสริมหลักสูตรศึกษา ฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น** ในหลักสูตรสามัญ และการฝึกอบรมระดับท้องถิ่น โดยความร่วมมือกันระหว่างสถาบันการศึกษา ผู้ประกอบการท้องถิ่น และผู้บริหารท้องถิ่น โดยบรรจุเนื้อหาที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาชาวบ้าน และธุรกิจการท่องเที่ยวของท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนในท้องถิ่นเกิดความรู้ ความเข้าใจ เกิดความรักและหวงแหนสิ่งดีๆ ในถิ่นตน ซึ่งจะช่วยให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับรากหญ้าตรงเป้าประสงค์ของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

➤ **เผยแพร่ความรู้ในวงกว้างต่อประชาชนทั่วประเทศ** เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ และเกิดจิตสำนึกเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวทั้งในลักษณะที่ตนเองเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี การท่องเที่ยวที่ถูกต้อง และเป็นเจ้าบ้านที่ดีอย่างมีเอกลักษณ์ไทยทั่วประเทศ จนกลายเป็นอาสาสมัครอย่างไม่เป็นทางการที่เป็นเครือข่ายธรรมชาติขนาดใหญ่ที่จะคอยช่วยเหลือ ปกป้อง และแนะนำการท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง

(12) การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษคือ มีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นจำนวนมากและยังเกี่ยวข้องกับชุมชนโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวในหลายลักษณะไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาชีพ การจ้างแรงงาน การใช้ปัจจัยทางธุรกิจ ซึ่งนับเป็นกลุ่มรากฐานที่สำคัญในการสร้างรายได้ การกระจายรายได้ และการจ้างแรงงานในระดับท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญต่อกัน และย่อมต้องมีการจัดสรรประโยชน์ร่วมกันอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม รวมถึงการมีจิตสำนึกร่วมกันในการปกป้องรักษาและพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้วย โดยเฉพาะในปัจจุบันชุมชนต่างๆ ได้ทำการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวในระดับชุมชนเป็นจำนวนมาก แต่ยังมีได้สร้างความพร้อมและความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในระดับคุณภาพ และยังขาดการส่งเสริมด้านการตลาดและการพัฒนาศักยภาพในอนาคต จึงทำให้สินค้าและบริการยังออกมาในรูปของราคาที่ต่ำและแข่งขันกันด้านราคามิใช่ด้านคุณภาพ และการแข่งขันยังมีระดับสูงขึ้นจากการมีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมาก ดังนั้นการลดต้นทุนจึงยังเป็นกลยุทธ์สำคัญของผู้ประกอบการ จนอาจเป็นผลกระทบเชิงลบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนในระยะยาว ดังนั้นกลยุทธ์การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวร่วมกับผู้ประกอบการจึงต้องดำเนินไปพร้อมกันอย่างมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะในการสร้างนวัตกรรมโดยอาจมีแนวทาง ดังนี้

➤ ใช้แนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยส่งเสริมให้ชุมชนและผู้ประกอบการรวมตัวกันเชิงพื้นที่ข้ามสายธุรกิจ

➤ ส่งเสริมการรวมกลุ่มธุรกิจ (cluster) และยกระดับสมรรถนะของผู้ประกอบการในพื้นที่เดียวกัน เพื่อสร้างความพร้อมของกลุ่มธุรกิจเดียวกันและกลุ่มธุรกิจเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อมิให้เกิดปัญหาคอขวดและให้ธุรกิจทั้งกลุ่มขยายตัวทั้งระบบได้โดยเน้นให้ผู้ประกอบการเสนอหลักการสร้าง quality product ผ่านสมาคมของผู้ประกอบการ

➤ ส่งเสริมการรวมกลุ่มของชุมชนและสนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน จัดและกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยให้ชุมชนกำหนดเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของท้องถิ่นตน และให้รวมชุมชนท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของผู้ประกอบการในสมาคมผู้ประกอบการหรือในสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน โดยในระดับชุมชนควรมีการกระตุ้นและส่งเสริมการรวมตัวของธุรกิจย่อยๆ ในท้องถิ่น เพื่อประสานงานกันกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจในการสร้างสินค้าและบริการคุณภาพตัวใหม่ หรือร่วมตอบรับเทคโนโลยีใหม่

➤ จัดให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่นและสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น พิจารณาจัดหลักสูตรและการฝึกอบรม

➤ สนับสนุนด้านวิชาการและข้อมูลแก่ผู้ประกอบการ ชุมชนท่องเที่ยว องค์กรเอกชนอิสระ ร่วมกับการพัฒนาฝีมือแรงงาน จัดอบรมการให้บริการ และการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

(13) การส่งเสริมและขยายบริการด้านการท่องเที่ยว ในช่วงการรณรงค์ให้นานาประเทศรู้จักประเทศไทยในฉายา “Amazing Thailand” ประเทศไทยได้ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเอเชียแปซิฟิก จนปัจจุบันมีการขยายและแนะนำแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพิ่มขึ้นในชื่อ “Unseen in Thailand” ส่งเสริมให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทยเพิ่มขึ้น นับว่าโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่งผลต่อการขยายตัวของนักท่องเที่ยวได้มากที่บ่งชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จในเชิงปริมาณคือ จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เพิ่มขึ้น แต่ในเชิงเป้าหมายและในเชิงคุณภาพยังขาดทิศทางที่ชัดเจน ประเทศไทยจึงยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูกที่ขาดคุณภาพและยังคงพึ่งพิงแต่ทรัพยากรธรรมชาติโดยไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม และไม่อนุรักษ์สภาพแวดล้อมเท่าที่ควร จึงมีความจำเป็นต้องแก้ไขภาพลักษณ์ในด้านนี้ โดยอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อยกระดับของกลไกให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงภาพลักษณ์ของประเทศไทยได้อย่างจริงจัง ความสำเร็จด้านการตลาดซึ่งวัดโดยจำนวนนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเกิดจากการขยายตัวของรายได้นานาชาติประเทศในโลก จึงส่งผลให้อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวนานาชาติอยู่ในระดับสูง แต่หากพิจารณาในรายตลาดจะพบว่าความได้เปรียบของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในเอเชียแปซิฟิกมีแนวโน้มลดลง จำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ตลาดรายประเทศให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์มากขึ้น ประกอบกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในด้านบริการของประเทศไทยในระดับจังหวัดท่องเที่ยวต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น กรุงเทพมหานคร ยังมีระดับการรองรับโดยเฉพาะในด้านที่พักสูงมาก ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดกลยุทธ์การตลาด และการขยายบริการด้านการท่องเที่ยวในเชิงรุกอย่างมีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งอาจดำเนินการตามแนวทาง ดังนี้

➤ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดในการสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยในฐานะ “Quality Destination” เน้นการท่องเที่ยวคุณภาพสูงและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พร้อมการเสริมสร้างคุณค่าของภูมิปัญญาความรู้ไปพร้อมกัน โดยพัฒนาแนวความคิด (theme) และสร้างเรื่องราว (story) ให้เป็นจุดขายที่น่าสนใจและชัดเจนสำหรับแหล่งท่องเที่ยวก่อนทำแผนการตลาด และรณรงค์ให้นานาชาติเห็นได้ว่าไทยมีความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิก

➤ กำหนดกลยุทธ์เชิงรุกการตลาดทั้งในเชิงพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายในตลาดต่างประเทศแบบ Target Marketing ควบคู่กับการทำตลาดแบบ Mass Marketing เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เช่น ตลาดต่างประเทศที่มีแนวโน้มลดลง ตลาดใหม่ที่มีแนวโน้มดีหรือตลาดที่มีผลตอบแทนสูง ตลาดที่ต้องการสินค้าคุณภาพ ตลาดนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง ตลาด MICE ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น โดยสร้างแรงจูงใจในโฆษณาให้มากขึ้นและจัดโปรโมชั่นต่างๆ ให้เกิดความรู้สึกว่าการท่องเที่ยวคุ้มค่า หรือจัด Road Show และร่วมงาน Travel Trade ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย หรือร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านหรือกลุ่มประเทศเศรษฐกิจต่างๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค หรือสร้างความต่อเนื่องและ

ความสม่ำเสมอในการจัด World Event Marketing เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดการจดจำและเกิดค่านิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยจัดให้มี World Event Marketing ที่ครอบคลุมทุกภาคของประเทศ

➤ **พัฒนาการท่องเที่ยวแบบพหุประสงค์ (multi-purpose หรือ combination tour)** ในประเทศไทย เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยจัดชุดทัวร์ที่มีการผสมผสานรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และพัฒนากิจกรรมในการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและพร้อมรองรับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และการเสริมสร้างความรู้ การท่องเที่ยวเชิงประเพณีและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม MICE การท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือบันเทิง Long Stay ทั้งนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะต้องพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการส่งเสริมกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเป็นเครือข่ายภายในประเทศ ก็จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้วันหยุดมากขึ้น ใช้จ่ายมากขึ้น และท่องเที่ยวแผ่กว้างมากขึ้น

➤ **ส่งเสริมกิจกรรมหลักอื่นๆ เพื่อการท่องเที่ยว** เช่น การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศ การถ่ายทำภาพยนตร์ MICE โดยอำนวยความสะดวกในการลดขั้นตอนการยกเว้นภาษี เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ต้องนำเข้ามาและนำออกไป เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้แพร่หลายยิ่งขึ้น ทั้งนี้ให้มีการควบคุมผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป

➤ **ส่งเสริมการท่องเที่ยวในฤดูฝน (green season promotion)** เพื่อเสริมการขายท่องเที่ยวตามเทศกาลมิให้เกิดช่องว่างในการสร้างรายได้ตลอดปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศกึ่งทะเลทราย และทะเลทราย กลุ่มผู้สูงอายุ นักศึกษา โดยจัดกิจกรรมเสริม เช่น กีฬา สุขภาพ ซ้อมปิ้ง ศาสนา ความงาม

➤ **ส่งเสริมไทยท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่อง** เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวไทยเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ภายในประเทศที่มีความยืดหยุ่น และต้องการคุณภาพทั้งในแง่สินค้าและบริการ และไปมีผลต่อการสร้างอุปสงค์จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และยังช่วยสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวภายใน การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และการจ้างงาน อีกทั้งยังช่วยมิให้เงินตราไหลออกนอกประเทศจากการที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวต่างประเทศ

(14) **ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าทางสังคมปัญญา** การท่องเที่ยวเป็นวิธีการสำคัญที่สามารถใช้กระตุ้นให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปหันมาสนใจองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ซึ่งน่าสนใจกว่าการเรียนรู้ในห้องเรียน และยังเป็นช่องทางการเรียนรู้ทางวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่องให้กับประชาชน โดยเพิ่มประสบการณ์ความรู้และความอึดอ้อมทางปัญญาจากการดูของจริง ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เพิ่มมูลค่าให้แก่ชีวิต อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้คนไทยเกิดความเข้าใจและความรักต่อมรดกของชาติ และกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนใจในสาระบันเทิง ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงสามารถใช้เป็นวิธีการหนึ่งเพื่อ

ยกระดับความรู้และจิตสำนึกของประชาชน และเป็นการเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ มากกว่าการตอบสนองเพียงความต้องการพื้นฐาน จึงถึงเวลาแล้วที่จะต้องลงทุนในการขุดค้นความเป็นมา จินตนาการ ประวัติศาสตร์ ค่านาน ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น เรียบเรียง แปลความหมาย และสื่อให้บุคคลทั่วไปเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องในลักษณะ “เรื่องราวที่เล่าขาน” (story to tell) จนเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งอาจมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

➤ สนับสนุนการลงทุนในการสืบค้นประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา แนวคิด และภูมิปัญญาของชุมชน แหล่งท่องเที่ยวและสรรสร้าง เป็นสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวทั้งรูปเอกสาร และ E-tourism

➤ สร้างสารบบหนังสือและสาระสร้างสรรค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการหนึ่งของการให้การศึกษา ฝึกอบรม และก่อให้เกิดโอกาสการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนการวิจัยในลักษณะสหวิทยาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากองค์กรภาครัฐ สถาบันการศึกษา องค์กรท้องถิ่นและชุมชน และถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านผู้ประกอบการการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ และประชาชนในท้องถิ่น

➤ เสริมสร้างและอนุรักษ์พร้อมทำการบูรณะสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนเชิงศิลปวัฒนธรรม เมืองโบราณ แหล่งโบราณคดี วัดสำคัญๆ พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้านหรือหอศิลป์ วัฒนธรรม ชุมชน โดยคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมให้คงอยู่และสามารถนำเสนอจุดเด่นและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน

(15) การสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เนื่องจากนักท่องเที่ยวพิจารณาปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นเรื่องตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในอันดับต้นๆ เช่นเดียวกับเรื่องความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวและราคาท่องเที่ยว แต่ประเทศไทยยังคงมีจุดอ่อนในด้านนี้อยู่ไม่น้อย เช่น การก่ออาชญากรรมที่มีจำนวนมาก การหลอกลวงนักท่องเที่ยว อุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงเทศกาลและฤดูการท่องเที่ยว การขาดมาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว มาตรการลดความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติและโรครณะบาด การได้รับหลักประกันความเสียหายจากการท่องเที่ยว ตลอดจนการก่อความไม่สงบในภาคใต้ ดังนั้น ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชนจะต้องร่วมมือกันสร้างหลักประกันและความปลอดภัยให้เพียงพอต่อการสร้างความมั่นใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้หลักการป้องกันหรือลดความเสี่ยงและการโอนความเสี่ยงควบคู่กับการชดใช้ความเสียหายที่เป็นธรรม เช่น การปราบปรามอาชญากรรมในแหล่งท่องเที่ยว การจัดกลุ่มอิทธิพล การรับรองคุณภาพสินค้าและบริการ การบังคับและตรวจตราภาคธุรกิจให้วางมาตรการรักษาความปลอดภัยและการชดใช้ความเสียหาย การเสริมสร้างด้านสุขอนามัยและการควบคุมโรคติดต่อร้ายแรง การเสริมสร้างกลไกการเตือนภัยธรรมชาติและ การเสริมสร้างและการรักษาความสงบมั่นคงภายใน โดยเฉพาะปัญหาความไม่สงบในจังหวัดภาคใต้ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ตลอดจนการ

ส่งเสริมธุรกิจประกันภัยเพื่อเข้ามาเป็นหลักประกัน และเป็นผู้รับ โอนความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับ นักท่องเที่ยว และสร้างความเชื่อมั่นว่าเมื่อเกิดความเสียหายจะได้รับการชดเชยค่าเสียหายอย่างเป็นธรรม

(16) การเสริมสร้างสาธารณูปโภคภายในเพื่อการท่องเที่ยว ให้มีมาตรฐานด้านขนาด และความปลอดภัย มีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายและมีความพอเพียง สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยสะดวกทุกฤดูกาล เช่น ถนน ป้ายบอกทาง สัญญาณเตือนภัย ระบบการขนส่งมวลชน ท่าเรือน้ำลึก และการเดินทางทางน้ำ ท่าอากาศยานที่สะดวกสบาย ระบบรถไฟความเร็วสูง รถโดยสารสาธารณะที่มี คุณภาพ เครื่องอุปโภคและบริการพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอและมีมาตรฐาน

2) ยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงไปสู่ภูมิภาค (Future reach to the region)

การมีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่ดี และการสร้างรากฐานการท่องเที่ยวภายใน คงไม่เพียงพอที่จะส่งเสริมให้ไทยก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย แต่จะต้องมีการ พัฒนาปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ เพื่อให้สามารถใช้ศักยภาพที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ ปัจจัยที่จำเป็นต้องให้ ความสำคัญ คือ

(1) การเชื่อมโยงเครือข่ายคมนาคมในภูมิภาค (Transportation linkage) การเป็น ศูนย์กลางของภูมิภาคโดยอาศัยที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่อยู่ใจกลางของภูมิภาคคงจะไม่อาจเป็นศูนย์กลางได้ สมบูรณ์ แต่จะต้องเชื่อมโยงภูมิภาคอินโดจีนให้เปรียบเสมือนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเดียวกัน โดยอาศัยการ เชื่อมโยงเครือข่ายคมนาคมในภูมิภาคเข้าด้วยกัน โดยประเทศไทยจะต้องสร้างศักยภาพไปสู่การเป็น ศูนย์กลางด้านคมนาคม (Transportation hub) ของภูมิภาค ซึ่งจะอาศัยเครือข่ายการบินเป็นตัวกลางใน การเชื่อมโยงระยะไกล (long haul connection) และอาศัยเครือข่ายทางบกคือ ถนน รถไฟ เป็นตัวกลางใน การเชื่อมต่อระยะใกล้ (short haul linkage) เพราะถนนจะส่งเสริมความคล่องตัวและความอิสระในการ ท่องเที่ยวกับการเข้าถึงการท่องเที่ยวในระดับลึก ส่วนรถไฟจะส่งเสริมการขนถ่ายคนจำนวนมากและขน ถ่ายสินค้าซึ่งเป็นการเดินทางแบบประหยัด ในขณะเดียวกันก็ใช้เครือข่ายทางเรือในการเดินทางท่องเที่ยว ทางทะเลสู่บ่งที่เป็นการเพิ่มทางเลือก (alternatives) ให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มอีกทางหนึ่ง จึงจำเป็น ที่ภาครัฐจะต้องลงทุน หรือส่งเสริมให้ภาคเอกชนลงทุนในการสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานด้านเครือข่าย คมนาคมอย่างครบวงจร เพื่อมุ่งเน้นการเชื่อมต่อทั้งภูมิภาคโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อน บ้าน ซึ่งอาจดำเนินการตามแนวทางดังนี้

➤ พัฒนาเมืองหลักในประเทศให้เป็นศูนย์กลางการบินเชื่อมต่อกับเมืองหลัก ของประเทศเพื่อนบ้านในการบินระยะสั้น โดยพัฒนาท่าอากาศยานกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางการบินหลัก เชียงใหม่และภูเก็ต เป็นศูนย์กลางการบินรองทางตอนเหนือและตอนใต้ ซึ่งจะเป็นจุดรับผู้โดยสารจาก ภูมิภาคอื่นและกระจายสู่ภูมิภาคอินโดจีนตามเมืองหลักของประเทศเพื่อนบ้าน โดยอาศัยความร่วมมือ ระหว่างประเทศ และอาศัยจุดแข็งที่ไทยมีสนามบินที่พร้อมกว่าประเทศต่างๆ ในแถบอินโดจีน และมี ผู้โดยสารเฉลี่ยมากกว่า ซึ่งประเทศเหล่านี้สามารถใช้สนามบินของไทยเป็นฐานในการรับผู้โดยสารจาก

ระยะไกลโดยไม่ต้องลงทุนสร้างสนามบินขนาดใหญ่ ในขณะที่เดียวกันจะต้องส่งเสริมให้มีการเพิ่มเที่ยวบินหรือเส้นทางบินระหว่างศูนย์กลางการบินหลักและรองกับเมืองหลักๆ ในภูมิภาค ซึ่งอาจใช้เครื่องบินที่มีขนาดเล็กกว่า นอกจากนี้รัฐบาลอาจใช้มาตรการต่างๆ ที่จะกระตุ้นอุปสงค์ภายในภูมิภาคมากขึ้น เช่น การยกเว้นภาษี หรือการให้สิทธิพิเศษสำหรับการท่องเที่ยวในภูมิภาค

➤ **สร้างถนนเชื่อมภูมิภาค (East-west and north-south trans Asia link)**

ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างถนนเชื่อมประเทศในมหาสมุทรอินเดียกับประเทศในมหาสมุทรแปซิฟิก เพื่อเชื่อมโยงประเทศพม่า ไทย ลาว เวียดนาม โดยผ่านเมืองสำคัญที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ให้หลากหลายที่สามารถจัดทัวร์แบบ Package ได้ ซึ่งภาครัฐจะต้องเร่งสร้างความร่วมมือกับประเทศต่างๆ ให้สร้างเสร็จโดยเร็ว พร้อมกับการพัฒนาเส้นทางเชื่อมระหว่างประเทศจีนตอนใต้ผ่านไทย มาเลเซีย ลงไปสู่สิงคโปร์

➤ **พัฒนาและเชื่อมเส้นทางรถไฟ** โดยสร้างเส้นทางรถไฟและพัฒนา

คุณภาพของระบบรถไฟผ่านสิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย กัมพูชา เวียดนาม และจีน ซึ่งนอกจากจะส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้วยังสามารถเป็นช่องทางการขนส่งสินค้าที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพด้วย

➤ **เปิดเส้นทางลำน้ำโขง** เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวทางเรือตลอดลำน้ำ

โขง โดยพัฒนาท่าเรือและเส้นทางเดินเรือจากจีน ลาว ไทย กัมพูชา เวียดนาม ออกสู่มหาสมุทรแปซิฟิก จะเป็นการท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ที่มีอารยธรรมลุ่มแม่น้ำโขงที่น่าสนใจศึกษา เรียนรู้ และจะเป็นการเชื่อมโยงการค้า การขนถ่ายสินค้าด้วย

➤ **เชื่อมการเดินทางเรือในมหาสมุทร (Revitalize the ocean)** พัฒนาให้เกิด

เส้นทางเดินเรือสำราญท่องเที่ยวระหว่างมหาสมุทรอินเดียและมหาสมุทรแปซิฟิก โดยสร้างและปรับปรุงท่าเรือน้ำลึกพร้อมจัดสร้างสาธารณูปโภคมารองรับ และในระดับประเทศจะต้องประสานความร่วมมือเพื่อสร้างเส้นทางเรือชายและท่าเทียบเรือ

(2) **การสร้างแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกและรัศมีการท่องเที่ยวในภูมิภาค** เพื่อให้

นักท่องเที่ยวมาถึงไทยในฐานะที่เป็นประเทศที่ต้องเดินทางไปท่องเที่ยว นอกจากจะเป็นศูนย์กลางแห่งการคมนาคมในภูมิภาคแล้วจำเป็นต้องมีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีจุดดึงดูดภายใต้แนวคิด Supply create demand จนเกิดเป็นศูนย์กลางของแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคในระดับโลก และสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในภูมิภาคกับประเทศใกล้เคียงกันเป็นรัศมีการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค ซึ่งมีวิธีที่อาจดำเนินการได้คือ

➤ **การยกระดับแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมให้มีความโดดเด่นระดับโลก** เช่น

จังหวัดสุโขทัย ซึ่งได้รับการยอมรับให้เป็นเมืองประวัติศาสตร์ระดับโลกอยู่แล้ว จัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีมาตรฐานโลกในด้านคุณภาพและบริการ และขยายเป็น Package ไปสู่อุทยาน ล้านนา เป็นต้น หรือยกระดับการท่องเที่ยวในเชิงศาสนาพุทธให้เกิดเป็นศูนย์กลางแห่งความศรัทธา เช่น การชูพุทธมณฑลให้เป็นสัญลักษณ์ของพิธีสำคัญแห่งพุทธศาสนา หรือ

แหล่งพุทธบูชาที่สำคัญของโลก โดยเชื่อมโยงกับแหล่งสำคัญอื่นๆ ทางศาสนาพุทธ ที่ชาวต่างประเทศให้ความสนใจ

➤ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพิ่มเติมจากแหล่งทรัพยากร วัฒนธรรม หรือเมืองสำคัญที่มีศักยภาพ ให้โดดเด่นหรือเทียบเท่าระดับแหล่งท่องเที่ยวโลกที่สำคัญในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น กรุงเทพมหานคร หรือเมืองแพะชัน เป็นต้น

➤ สร้างกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างกับประเทศอื่นๆ ในลักษณะของกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย หรือผสมผสานรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือผสมผสานกันได้อย่างกลมกลืนเป็นชุดของการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากกว่าการท่องเที่ยวในลักษณะเดียว เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา + สุขภาพ + การวางแผนโบราณ เป็นต้น

➤ การสร้างรัศมีการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค โดยใช้แหล่งท่องเที่ยวไทยเป็นศูนย์กลางและแผ่เส้นทางการท่องเที่ยวออกไปเป็นรัศมีเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นชุดการท่องเที่ยวระยะยาว และเป็นวงเครือข่ายระดับภูมิภาคโดยอาศัยเครือข่ายคมนาคมในภูมิภาคที่สอดคล้องกับรัศมีการท่องเที่ยว

6.2.3 แนวทางสำคัญที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยว

ความสำเร็จของการพัฒนาหรือการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยนั้นอาจเกิดขึ้นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนได้หากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคธุรกิจ ภาคการศึกษา ตลอดจนองค์กรท้องถิ่นและชุมชนร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนา โดยนำยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปกำหนดเป็นนโยบาย แผนงาน โครงการ และกิจกรรมไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีเอกภาพ โดยทุกส่วนในแต่ละภาคที่เกี่ยวข้องจะต้องทำหน้าที่เป็นกลไกหรือศูนย์กลางหลักของเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ซึ่งผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางสำคัญที่จะส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวให้เกิดผลสัมฤทธิ์ใน 2 ระดับ ดังนี้

1) ระดับนโยบายของประเทศ

รัฐบาลจะต้องเป็นผู้นำสูงสุดในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายที่ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ชัดเจนในระยะยาว ควบคู่กับการสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่อง พร้อมกำกับให้กลไกภาครัฐเป็นตัวขับเคลื่อนและผลักดันนโยบายและยุทธศาสตร์ไปสู่แผนงาน โครงการ และกิจกรรมในระดับปฏิบัติการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีคุณภาพโดยไม่ทุจริต อีกทั้งรัฐบาลจะต้องมีมาตรการเฉพาะเพื่อการบังคับและการผ่อนคลายในการส่งเสริมและสร้างบรรยากาศต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และจะต้องเป็นผู้นำกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียในการกระตุ้นประเทศต่างๆ ให้เกิดความร่วมมือหรือประสานประโยชน์ร่วมระหว่างประเทศ ทั้งนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยคงไม่อาจดำเนินการตามนโยบายโดยลำพังได้ แต่

จะต้องดำเนินการโดยเชื่อมโยงกับนโยบายด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องควบคู่กันไป หรือเกี่ยวพันกัน เช่น การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารที่มีเป้าหมายให้ไทยเป็นครัวโลก หรือโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ซึ่งต่างมีศักยภาพในการแข่งขันที่สามารถดำเนินการควบคู่ในกลุ่มนโยบายที่เชื่อมโยงกันได้

2) ระดับการปฏิบัติ

นโยบายเป็นเรื่องที่รัฐบาลคิด ดังนั้นหากจะให้แนวความคิดแปลงไปสู่การปฏิบัติที่ดีจะต้องส่งผ่านความคิดไปสู่หน่วยปฏิบัติของภาครัฐ ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภาคธุรกิจ ภาคเอกชน องค์กรท้องถิ่น ชุมชน และประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันอย่างถูกต้อง จึงจะก่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติตามนโยบาย ซึ่งหน่วยปฏิบัติในแต่ละภาคจะต้องประสานแนวคิด ประสานการบริหารจัดการ และประสานการปฏิบัติตามกรอบแผนงานและโครงการให้เป็นเอกภาพอย่างต่อเนื่อง จึงจะเกิดผลต่อการพัฒนาตามเป้าหมาย

ขณะนี้ประเทศไทยมีรัฐบาลที่เข้มแข็ง มีนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาประเทศที่ชัดเจน และยังมีความชัดเจนในการปฏิรูปภาคราชการให้เป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพทั้งด้านโครงสร้างและกำลังคน ประกอบกับรัฐบาลชุดปัจจุบันได้เข้ามาบริหารประเทศต่อเนื่องเป็นสมัยที่สอง ดังนั้นจึงเป็นโอกาสดีและเป็นจุดแข็งต่อการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวไทยให้ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้อย่างยั่งยืนต่อไป

๕ ๕ ๕ ๕ ๕ ๕ ๕ ๕ ๕ ๕

ภาคผนวก



ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี
ว่าด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
พ.ศ. ๒๕๕๕

เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะในการแข่งขันของประเทศ รวมทั้งความเข้มแข็งของภาคการผลิตและบริการอันจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่มีเสถียรภาพและยั่งยืน รัฐบาลจึงได้มีนโยบายให้การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเป็นวาระแห่งชาติ และเป็นแนวทางหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยให้มีการผนึกกำลังและสนับสนุนซึ่งกันและกันในทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๑(๘) แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๓๔ นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี จึงวางระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ พ.ศ. ๒๕๕๕"

ข้อ ๒ ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ในระเบียบนี้

"หน่วยงานของรัฐ" หมายความว่า กระทรวง ทบวง กรม หรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นและมีฐานะเป็นกรม ราชการส่วนภูมิภาค ราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐบรรดาที่มีการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

"การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ" หมายความว่า การจัดการเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างต่อเนื่องโดยการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการที่มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้ในการจัดการและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของปัจจัยสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โครงสร้างพื้นฐาน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการปรับปรุงการบริหารจัดการทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค รวมทั้งการปรับเปลี่ยนบทบาทและแนวทางการจัดการในภาครัฐทั้งทางด้านเศรษฐกิจและ

สังคมให้เป็นบูรณาการและมีพลวัตต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของโลก เพื่อเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งผลิตภาพควบคู่ไปกับการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันกับนานาชาติอันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยอย่างยั่งยืน

"กพข." หมายความว่า คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

"สพข." หมายความว่า สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ข้อ ๔ ในกรณีที่มีความจำเป็นที่ไม่อาจปฏิบัติตามระเบียบนี้ได้ หรือมีอุปสรรคในการดำเนินการตามนโยบาย แผน แผนงาน โครงการ กิจกรรม แนวทาง หรือมาตรการที่ กพข. ให้ความเห็นชอบ ให้ สพข. รายงานนายกรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาสั่งการได้ตามที่เห็นสมควร เพื่อให้การดำเนินงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เป็นไปอย่างคล่องตัว มีประสิทธิภาพ และทันต่อเหตุการณ์

ข้อ ๕ ให้นายกรัฐมนตรีเป็นผู้รักษาการตามระเบียบนี้

หมวด ๑

คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ข้อ ๖ ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า "คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ" เรียกโดยย่อว่า "กพข." ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ รองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมาย ประธานกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประธานสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประธานสมาคมนักข่าวไทย และผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้งจำนวนไม่เกินห้าคน เป็นกรรมการ

ให้เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นกรรมการและเลขานุการ และให้ผู้ช่วยเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และรองผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ข้อ ๗ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิมีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละสองปี

ในกรณีที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระ หรือในกรณีที่นายกรัฐมนตรีแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่ง ให้ผู้ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนหรือเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่ง เท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้แต่งตั้งไว้แล้ว

เมื่อครบกำหนดวาระตามวรรคหนึ่งแล้ว หากยังมีได้มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
 ขึ้นใหม่ ให้กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ในตำแหน่งเพื่อดำเนินการต่อไปจน
 กว่ากรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้รับแต่งตั้งใหม่เข้ารับหน้าที่

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้

ข้อ ๘ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- (๑) ตาย
- (๒) ลาออก
- (๓) นายกรัฐมนตรีให้ออกเพราะบกพร่องต่อหน้าที่ มีความประพฤติเสื่อมเสียหรือ
 หย่อนความสามารถ
- (๔) เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๕) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (๖) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความ
 ผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

ข้อ ๙ การประชุมคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของ
 จำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม

ในการประชุมคณะกรรมการ ถ้าประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่
 ได้ ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งทำหน้าที่แทน

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการ
 ลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

ข้อ ๑๐ ให้ กพช. มีอำนาจและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- (๑) กำหนดกรอบ ทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน
 ของประเทศ
- (๒) ผลักดันให้มีการนำกรอบทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถใน
 การแข่งขันของประเทศไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและบูรณาการ
- (๓) อนุมัติแผนงาน โครงการ และวงเงินเพื่อดำเนินกิจกรรมภายใต้กรอบและ
 หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้
- (๔) กำกับ ดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามกรอบทิศทางและยุทธศาสตร์การ
 พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

- (๕) แต่งตั้งคณะกรรมการ หรือคณะทำงานเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานหรือปฏิบัติงานตามที่ กพข. มอบหมาย
- (๖) ออกระเบียบ ประกาศ และคำสั่ง เพื่อปฏิบัติการตามระเบียบนี้
- (๗) ประสานหรือมอบหมายให้คณะกรรมการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามความเห็นสมควร เพื่อให้การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศบรรลุผลตามเป้าหมาย
- (๘) ปฏิบัติการอื่นใด เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบนี้ ตามที่คณะรัฐมนตรี หรือนายกรัฐมนตรีมอบหมาย

หมวด ๒

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ข้อ ๑๑ ให้มีสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เรียกโดยย่อว่า "สพข." เป็นหน่วยงานภายในสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการของ กพข. โดยมีอำนาจและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) สร้างเครือข่ายการดำเนินงานโดยการจูงใจ อำนวยความสะดวก ประสานกับหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผนปฏิบัติการให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

(๒) รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำข้อเสนอเกี่ยวกับนโยบาย แผน แผนงาน โครงการ กิจกรรม แนวทาง และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมทั้งปัญหา อุปสรรค ข้อขัดข้องที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน ตลอดจนแนวทางการแก้ไข เพื่อเสนอต่อ กพข.

(๓) ประสาน และให้คำแนะนำแก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

(๔) เป็นศูนย์กลางประสานกับคณะกรรมการที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายหรือมติคณะรัฐมนตรีหรือคณะกรรมการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

(๕) บริหารแผนงานรวม ประสานการบริหาร และการปฏิบัติการตามแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

(๖) ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อเสนอต่อ กพข.

(๗) เผยแพร่และประชาสัมพันธ์การดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

(๘) เชิญบุคคลจากหน่วยงานของรัฐและองค์กรอื่นมาให้ข้อเท็จจริง คำอธิบาย หรือส่งข้อมูล หรือสถิติใด ๆ ได้

(๙) ขอความร่วมมือในการยืมตัวบุคคล วัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และอสังหาริมทรัพย์ได้ตามความจำเป็น

(๑๐) รายงานผลการดำเนินงานต่อ กพข.

(๑๑) ปฏิบัติงานหรือดำเนินการอื่นใดตามที่ กพข. มอบหมาย

ข้อ ๑๒ ให้มีผู้อำนวยการ สพข. ทำหน้าที่บริหารงานของ สพข. และเป็นผู้บังคับบัญชาของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานใน สพข. และให้มีรองผู้อำนวยการ สพข. เป็นผู้ช่วยสั่งและปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ให้เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแต่งตั้งผู้อำนวยการ สพข. และรองผู้อำนวยการ สพข. จากข้าราชการซึ่งสังกัดสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ข้อ ๑๓ ให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งงบประมาณประจำปีเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารงานของ สพข.

ข้อ ๑๔ ค่าใช้จ่ายสำหรับ กพข. คณะอนุกรรมการและคณะทำงานที่แต่งตั้งโดย กพข. เจ้าหน้าที่ที่ได้รับคำสั่งให้มาปฏิบัติงานใน สพข. หรือสถาบันหรือบุคคลใดที่มาช่วยปฏิบัติงานของ สพข. รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอย่างอื่น ให้เบิกจ่ายจากงบบริหารของ สพข. ตามอัตราค่าตอบแทนและประโยชน์ตอบแทนอื่นที่ กพข. กำหนด โดยความเห็นชอบของกระทรวงการคลัง

หมวด ๓

การดำเนินงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ส่วนที่ ๑

การจัดทำแผนงาน โครงการ และกิจกรรม

ข้อ ๑๕ เมื่อคณะรัฐมนตรีอนุมัตินโยบายและแผนงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่ กพข. เสนอแล้ว ให้ กพข. กำหนดขั้นตอน วิธีการ และแนวทางดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายและแผนงานดังกล่าว รวมทั้งกำหนดหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องหรือองค์กรอื่นที่จะรับผิดชอบปฏิบัติงานดังกล่าวด้วย

ข้อ ๑๖ ให้หน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่นที่ กพข. กำหนดตามข้อ ๑๕ จัดเตรียม แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ สำหรับงานที่จะต้องปฏิบัตินั้นขึ้น โดยประสานงานกับ สพข. แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมดังกล่าว ต้องมีรายละเอียดชัดเจนเกี่ยวกับเป้าหมายการดำเนินงาน แต่ละขั้นตอน กำลังคน วัสดุอุปกรณ์ และทรัพยากรการบริหาร ตลอดจนวงเงินรายจ่าย ทั้งนี้ ต้องจำแนกไว้ด้วยว่าส่วนใดจะจัดหาจากที่ใด โดยวิธีใด

เมื่อหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่นจัดเตรียมแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นแล้ว ให้ สพข. รวบรวมและวิเคราะห์ เพื่อนำเสนอ กพข. เพื่อพิจารณาต่อไป

ข้อ ๑๗ เมื่อ กพข. อนุมัติแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมใดแล้ว ให้หน่วยงานของรัฐ หรือองค์กรอื่นดำเนินการให้เป็นไปตามนั้นโดยไม่ชักช้า

ในกรณีที่ต้องมีการใช้เงินกู้ เงินบาทสมทบ หรือความช่วยเหลือจากต่างประเทศ ให้ กพข. แจ้งไปยังกระทรวงการคลัง สำนักงบประมาณ หรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาดำเนิน การตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนด้านการเงินให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดตามความ เหมาะสม

ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องปฏิบัติตามแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมใดโดยเร่งด่วน กพข. อาจนำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติให้จัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินการตามแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมนั้นเป็นกรณีพิเศษได้

ข้อ ๑๘ ถ้าหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่นใดที่ กพข. กำหนดตามข้อ ๑๕ ไม่สามารถ รับผิดชอบงานที่จะให้ปฏิบัตินั้นได้ หรือไม่เห็นด้วยกับ สพข. ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งตามแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมที่จะรับมาปฏิบัติ ให้หน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่นดังกล่าวรายงานปัญหา อุปสรรค และ ความเห็นให้ กพข. ทราบ เพื่อพิจารณาหาข้อยุติ

ในกรณีที่ กพข. ได้พิจารณารายงานของหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่นตามวรรคหนึ่ง แล้วมีมติเป็นเช่นใด ให้หน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่นปฏิบัติตามนั้น แต่ถ้าหน่วยงานของรัฐหรือ องค์กรอื่นนั้นยังไม่เห็นชอบกับมติของ กพข. หน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่นดังกล่าวอาจเสนอให้ คณะรัฐมนตรีชี้ขาดได้ แต่ต้องนำเสนอคณะรัฐมนตรีภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับแจ้งมติของ กพข. หากมิได้มีการดำเนินการเสนอคณะรัฐมนตรีภายในกำหนดเวลาดังกล่าวให้เป็นอันยุติตามมติของ กพข.

ส่วนที่ ๒

การบริหารแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม

ข้อ ๑๙ ให้หน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่นที่รับผิดชอบแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม ที่ กพข. อนุมัติ แจ้งชื่อผู้รับผิดชอบแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม และเจ้าหน้าที่ตำแหน่งสำคัญที่

จะมอบหมายให้ปฏิบัติงานตามแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมต่อ สพช. เพื่อการประสานงานระหว่างหน่วยปฏิบัติ

ข้อ ๒๐ ให้ผู้รับผิดชอบแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ จัดให้มีแผนปฏิบัติการที่เหมาะสมเพื่อดำเนินงานตามแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปตามเป้าหมายและมีคุณภาพ รวมทั้งทบทวนค่าใช้จ่าย การใช้วัสดุ อุปกรณ์ และทรัพยากรการบริหารเป็นประจำตามควรแก่กรณี และทำรายงานความก้าวหน้าของแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมนั้นให้ สพช. ทราบเป็นระยะๆ

รายงานความก้าวหน้าของแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปตามแบบที่ กพช. กำหนด

ในกรณีที่มีปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม ให้ผู้รับผิดชอบแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมนั้น ประสานงานกับ สพช. เพื่อพิจารณาแก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว

ส่วนที่ ๓

การควบคุมแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม

ข้อ ๒๑ ให้หัวหน้าหน่วยงานของรัฐและองค์กรอื่นที่รับผิดชอบแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม อำนวยความสะดวกให้หน่วยงานตามแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายดำเนินการไปด้วยความเรียบร้อย และสอดคล้องกับนโยบายและแผนการพัฒนาศักยภาพขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ข้อ ๒๒ ให้หน่วยงานของรัฐและองค์กรอื่นที่รับผิดชอบแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม จัดให้มีระบบการควบคุมตรวจสอบ ติดตามการดำเนินงาน และส่งรายงานความก้าวหน้าให้ สพช. เพื่อรายงานต่อ กพช. ตามระยะเวลาที่ กพช. กำหนด

ข้อ ๒๓ ให้ สพช. ติดตามความก้าวหน้าของแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมทั้งพิจารณา วิเคราะห์ และประเมินผลความก้าวหน้าของงานเสนอต่อ กพช. เพื่อทราบหรือพิจารณาตามควรแก่กรณี

ข้อ ๒๔ ให้ กพช. มีอำนาจปรับหรือแก้ไขแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมที่ได้อนุมัติไปแล้วนั้น รวมตลอดถึงการปรับวงเงินรายจ่าย ได้ตามความเหมาะสม

ในกรณีที่ กพช. พิจารณาเห็นว่าแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมใด ไม่อาจดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่อไปได้ หรือหมดความจำเป็น หรือไม่เป็นประโยชน์ หรือดำเนินการต่อไปจะต้อง

เสียค่าใช้จ่ายเกินความจำเป็น ให้มีอำนาจพิจารณาขุบเลิกแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่
เกี่ยวกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้นได้

หมวด ๔

การดำเนินงานอื่นเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ข้อ ๒๕ ในกรณีที่ กพข. ได้มีมติให้มีการดำเนินงานเกี่ยวกับการประสานงาน การ
บริหาร หรือการใช้ประโยชน์ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการพัฒนาขีดความสามารถในการ
แข่งขันของประเทศ ให้หน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามมติของ กพข. ในกรณีที่
หน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่นใดที่เกี่ยวข้องมีปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติตามมติ กพข. ให้ สพข.
รายงานให้ กพข. เพื่อพิจารณา และให้นำความในวรรคสองของข้อ ๑๘ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

ประกาศ ณ วันที่ ๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๕

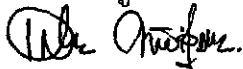
พันตำรวจโท



(ทักษิณ ชินวัตร)

นายกรัฐมนตรี

สำเนาถูกต้อง



(นายเสมา คล้ายสุวรรณ)

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน ๗

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547 – 2551, [2547].
(อัครสำเนา)
- คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ, สำนักงาน. ร่วมคิด ร่วมสานฝัน เพื่อพัฒนาประเทศไทย : กรุงเทพมหานคร , สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. วารสารเศรษฐกิจและสังคม ปีที่เล่มที่ : ฉบับเดือน (มีนาคม – เมษายน 2546)
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. วารสารเศรษฐกิจและสังคม ปีที่เล่มที่ : ฉบับเดือน (พฤศจิกายน – ธันวาคม 2546)
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจไทย : จากวิกฤตสู่โอกาส : เอกสารประกอบการประชุมประจำปี. กรุงเทพมหานคร, 2545.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. กรอบยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ : กรุงเทพมหานคร, 2547.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. ทิศทางพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากล เพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์ : เอกสารสัมมนาวิชาการประจำปี. กรุงเทพมหานคร, 2545.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. รายงานประจำปี 2547 : กรุงเทพมหานคร, 2548.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. รายงานการติดตามประเมินผลการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ : ครึ่งแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 : กรุงเทพมหานคร, 2547.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ... (และคณะ). ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก : กรุงเทพมหานคร, 2545.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. และสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์. โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย เล่มที่ 1 : กรณีศึกษาในระดับมหภาค : กรุงเทพมหานคร, 2546.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. และสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์. โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย เล่มที่ 2 : กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรม : กรุงเทพมหานคร, 2546.

ทหารไทย, ธนาการ. วารสารเศรษฐกิจสนเทศ ปีที่ เล่มที่ : ฉบับเดือน (พฤษภาคม)
กรุงเทพมหานคร, 2546.

พัฒนาการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สำนักงาน. ... (และคณะ). เป้าหมายของการ
เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย “Tourism Capital of Asia” : กรุงเทพมหานคร, (ม.ป.ป.)
วิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, สถาบัน. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 –
2549) : กรุงเทพมหานคร, 2544.

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ — สกุล นายสุวิทย์ คุลยะนันท์

วัน เดือน ปี เกิด 3 สิงหาคม 2503

สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร

ที่อยู่ปัจจุบัน 82/4 หมู่บ้านเสนานิเวศน์ (โครงการ 1) พหลโยธิน
แขวงจรัญเขี้ยว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 12300
โทรศัพท์ 0-2578-1234 มือถือ 0-1919-9414

ตำแหน่ง นิติกร 8 ว.

สถานที่ทำงาน สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
78 ทำเนียบรัฐบาล โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (เดิม) อาคาร 1
ถนนราชดำเนินนอก กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์ 0-2282-9247 ; 0-2280-6193 ต่อ 207
โทรสาร 0-2282-9247

ประวัติการศึกษา นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง