



ารเตรียมพร้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวไทย ตามแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน ปี 2011-2015

Thai Business Preparations under the 2011- 2015 ASEAN Strategic Plan of Tourism

- **ดร. ธานีมาญ เจียรกุล**
- อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ
- มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
-
- **Dr. Tanyamai Chiarakul**
- Lecturer, School of Business Administration
- Huachiew Chalermprakiet University
- E-mail: tchiarakul@gmail.com

บทคัดย่อ

เพื่อให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน ปี 2011-2015 ประเทศไทยทุกภาคส่วนได้เริ่มและมีส่วนร่วมในการเตรียมความพร้อมของธุรกิจท่องเที่ยวไทยตามแผนกลยุทธ์ดังกล่าวใน 6 ประเด็น ได้แก่ การพัฒนาอย่างเป็นระบบและบูรณาการ การพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ การให้บริการที่เป็นเลิศ และประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แตกต่างและมีปฏิสัมพันธ์ ประเด็นความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลายนั้นนับว่าสำคัญมากเพราะมีส่วนช่วยสนับสนุนการเตรียมความพร้อมในประเด็นต่าง ๆ อีก 5 ประเด็นให้เป็นรูปธรรมขึ้น ประเด็นที่ต้องใช้เวลาและความพยายามมากที่สุด คือ การพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ประเด็นนี้ควรจะได้รับความร่วมมืออย่างดีจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

คำสำคัญ: แผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน การมีส่วนร่วมของชุมชน

Abstract

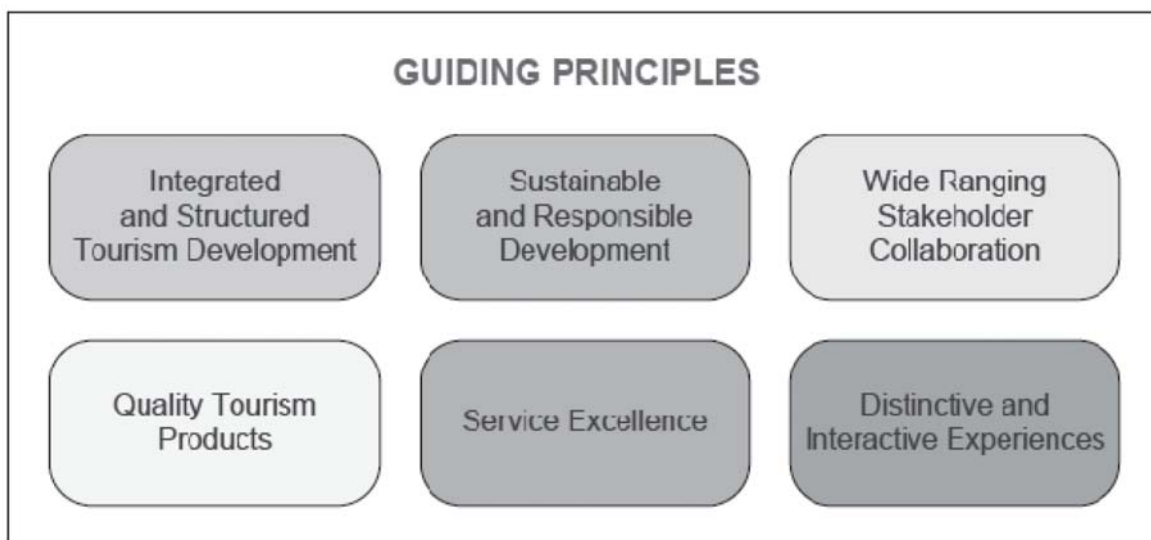
In response to the 2011-2015 ASEAN Strategic Plan of Tourism, all related sectors in Thailand are making preparations for Thai tourism industry in the following six issues: Integrated and Structured Tourism Development, Sustainable and Responsible Development, Wide Ranging Stakeholder Collaboration, Quality Tourism Products, Service Excellence, and Distinctive and Interactive Experiences. In particular, the issue of the Wide Ranging Stakeholder Collaboration is the most important to support the preparation of the remaining 5 issues. The issue that requires the most time and effort is the Sustainable Development and Responsibility, which should receive good cooperation from all sectors, especially the participation of local communities.

Keywords: The ASEAN Tourism Strategic Plan, Participation of Local Communities

บทนำ

อาเซียน (ASEAN) หรือสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีสมาชิกจำนวน 10 ประเทศ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2510 ในระยะแรกมีสมาชิกจำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ บรูไน ดารุสซาลาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ภายหลังมีสมาชิกเพิ่มขึ้นอีก 4 ประเทศ คือ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนามหรือที่เรียกกันว่า CLMV โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาค อันจะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมและได้มีการรวมกลุ่มเพื่อขยายความร่วมมือและการค้าระหว่างกันให้มากยิ่งขึ้น

จากการประชุมการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Forum) 2010 ที่ประเทศบรูไน ในการกำหนดแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน ปี 2012-2015 ได้มีการรับรองหลักการสำคัญ 6 ประการเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน (ASEAN Tourism Strategic Plan: ATSP) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1: หลักการสำคัญ

ที่มา: ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015, 2010: 9

ประเด็นต่าง ๆ ทั้ง 6 ประเด็น มีรายละเอียด ดังนี้

1. การพัฒนาอย่างเป็นระบบและบูรณาการ (Integrated and Structured Tourism Development)

แนวทางที่เป็นระบบและบูรณาการ จะช่วยให้ประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถดำเนินการได้สอดคล้องกับเป้าหมายของผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย เพิ่มผลกระทบในทางบวกและลดผลกระทบในทางลบที่มีต่อภาคการท่องเที่ยว แผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน (ATSP) จึงมีการวางกรอบเพื่อให้ครอบคลุมปัจจัยและกระบวนการต่าง ๆ ที่อาจส่งผลต่อพัฒนาการของการท่องเที่ยวอาเซียนได้อย่างเป็นระบบและสมเหตุสมผล การปรับโครงสร้างอย่างบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

ดังนั้น ในปี 2558 นี้ ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ภาคธุรกิจทุกแขนง ต้อง

ปรับตัวและเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโลกกว้าง และเป็นจุดเริ่มต้นการเตรียมความพร้อมก้าวสู่ประชาคมอาเซียนในอนาคต

ดร. ทักษิณ ปิลวาสน์ นายกสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กล่าวว่า โอกาสและข้อได้เปรียบเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันโดยเฉพาะการท่องเที่ยวไทย ที่เห็นได้ชัด คือ การใช้ข้อได้เปรียบในการเป็นประตูสู่ภูมิภาค (Gateway to Asean) ของ AEC ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านที่ความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับไทยอย่างพม่าและกัมพูชา ก็มีนโยบายเปิดประเทศมากขึ้น นักท่องเที่ยวทั้งจากในและนอกภูมิภาคสนใจการเดินทางและการลงทุนใน 2 ประเทศดังกล่าวมากขึ้นทุกวัน ทำให้ไทยยังมีโอกาสจับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชื่อมโยงมาไทยก่อนกระจายไปสู่เพื่อนบ้านได้ นายกสมาคมฯ กล่าวอีกว่า “เราได้เปรียบประเทศอื่นใน

หลาย ๆ เรื่อง ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับไปทั่วโลก และเรายังเป็น ศูนย์กลางในการกระจายความเจริญ ความสะดวก ในการเดินทาง เป็นศูนย์กลางของสายการบิน นักท่องเที่ยวหนึ่งเครื่องบินมาลงกรุงเทพฯ แล้วเดินทาง ด้วยรถลู่มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซียได้ ส่วนทาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทางภาคเหนือก็สามารถ เดินทางออกไปกัมพูชา เวียดนาม จีน จนถึงทิเบตได้ เราต้องเตรียมพร้อมและต้องดึงเพื่อนบ้านมาเป็นมิตร ให้ได้ ต้องไม่แข่งกัน แต่ต้องสามัคคีและร่วมมือกัน ทำธุรกิจ และนำเสนอไปยังนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น ซึ่งในกลุ่มประเทศ เหล่านี้ ชอบท่องเที่ยวในประเทศไทยมากอยู่แล้ว” (ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2555)

สำหรับทางด้านของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว นั้น นายกสมาคมฯ กล่าวว่า “ต้องเปิดโลก เปิดตา และส่งเสริมพนักงานที่มีฝีมือไปศึกษาดูงานต่าง ประเทศ ให้ทุนการศึกษาต่อระดับสูง และจัดอบรม ระยะสั้น เรียนรู้ว่าอะไรจะเกิดขึ้นในการค้าเสรี อาเซียน ส่วนภาครัฐที่รับผิดชอบในด้านการท่องเที่ยว ก็ต้องเรียกประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องและให้ความรู้ในเรื่อง อาเซียน ภาษา การตลาดอย่างเร่งด่วน ให้ผู้ประกอบการ ทราบว่าจะต้องปรับตัวและพัฒนาองค์ประกอบ ไรบ้าง ที่สำคัญในเรื่องการตลาด ที่ต้องให้ผู้ประกอบการ หันมาพัฒนาเว็บไซต์ขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น เพราะในขณะนี้โลกเปลี่ยนเป็นโลกโซเชียลไปแล้ว นักท่องเที่ยวเปิดดูข้อมูลในอินเทอร์เน็ตได้จากทั่วโลก ฉะนั้น ทำการตลาดต้องทำในรูปแบบใหม่ เพื่อพร้อม รับความเปลี่ยนแปลง ในส่วนของพนักงาน ต้องมีความชอบในอาชีพ ต้องเรียนรู้และศึกษาตลอด ในการทำงาน ต้องมีใจรัก มีความอดทน ใจเย็น มีการบริการที่ดี ปัจจุบันธุรกิจท่องเที่ยวขาดบุคลากร

จำนวนมาก เพราะคนไทยเลือกงาน ขอทำงานสบาย ไม่คิดที่จะเรียนรู้” นายกสมาคมกล่าว

นอกจากนี้ ปัญหาที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวยิ่งกว่าภัยธรรมชาติ คือ ปัญหาทาง การเมือง หากการเมืองยังขาดความมั่นคง ก็จะกลายเป็นปัจจัยที่ทำให้ทำลายตัวเอง ทำลายศักยภาพในการ แข่งขัน เรื่องการเมืองจึงถือว่าเป็นเรื่องสำคัญ หาก ต้องการสร้างโอกาสในเวลาที่ประชาคมอาเซียนเป็น หนึ่งเดียว การเมืองของประเทศไทยจะต้องมีความ มั่นคง

การบูรณาการ หมายถึง การพัฒนาควบคู่กันไป ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และ ด้านวัฒนธรรม และด้านจิตสำนึก และยังมี การบูรณาการกับ 4 กลุ่มประชากร ได้แก่ ภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว

ปิยวรรณ คงประเสริฐ (2551: 290) ได้ศึกษา แนวทางการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง นิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อปลูกจิตสำนึกด้าน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยพัฒนาเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีมาตรฐานระดับ โลกเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง และ สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนโดยยึดหลักการพัฒนา ตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ เกษตรยั่งยืน และเกษตร แบบเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้ชุมชนสามารถพัฒนา ตนเองได้อย่างยั่งยืน

จึงเห็นได้ว่าการบูรณาการอย่างยั่งยืนต้อง มี การจัดระเบียบที่ดี ทรัพยากรปัจจุบันจึงจะอยู่ได้ ถึงลูกหลาน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้จึงหมายถึง แรงผลักดันที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธรรมชาติและ

พัฒนาการจัดการ ส่วนคำว่ายั่งยืนเป็นกลยุทธ์นำไปสู่ การจัดกิจกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมคำนึงถึงระบบ นิเวศ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง รักษาธรรมชาติให้อยู่ได้ ในระยะยาว

2. การพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีความ รับผิดชอบ (Sustainable and Responsible Development)

ประเด็นเรื่องความยั่งยืนและการมีความรับผิดชอบเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการวางแผนพัฒนา ของอาเซียน ที่จะต้องทำให้แน่ใจว่าพัฒนาการ ด้านการท่องเที่ยว นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่ม ประชากรผู้ด้อยโอกาสแล้ว ยังต้องไม่ส่งผลกระทบ ในทางลบต่อสังคมโดยรวม เช่น ทำให้ราคาที่อยู่ อาศัยเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ประชาชนต้องออกไปจาก ที่อยู่เดิม หรือเป็นผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมและมรดก ทางวัฒนธรรมของชาติ

Weaver (2005: 444) ได้ให้ความหมายของ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development: STD) คือ ผลกระทบที่ การท่องเที่ยวที่พยายามจะหลีกเลี่ยงหรือลด ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม ในเวลาเดียวกันเป็นการสร้างโอกาสการเรียนรู้ที่เอื้อ ต่อการบำรุงรักษาหรือการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งก่อให้เกิดผลประโยชน์ในเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ ท้องถิ่น

นอกจากนี้ วิโรไท สันติประภพ (2549) กล่าว ว่า จากแนวคิดในหนังสือ Code green เน้นถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งเป็นแนวคิด ที่เน้นการรับผิดชอบต่อสามเรื่องหลัก คือ 1) ความ รับผิดชอบต่อสภาวะแวดล้อม โดยการท่องเที่ยว ต้องลดผลกระทบต่อธรรมชาติและรักษาความ หลากหลายของชีวิตที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นให้มาก

ที่สุด ลดผลกระทบต่อสิ่งต่าง ๆ ที่คนรุ่นก่อนได้มอบ เป็นมรดกไว้ให้ รวมทั้งรู้จักวิธีที่จะชื่นชมแหล่ง ท่องเที่ยวร่วมกับคนในท้องถิ่นได้โดยไม่เกิดความ ขัดแย้ง 2) ความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรมชุมชน โดยเฉพาะการเคารพสิทธิและวิถีชีวิตของคนใน ท้องถิ่น ส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นรักษาและภูมิใจใน วัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน โดยไม่ดัดแปลง วิถีชีวิตเพื่อให้หาเงินจากนักท่องเที่ยวได้โดยง่าย รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น 3) ความ รับผิดชอบต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยส่งเสริมให้ ชุมชนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ได้รับ ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรมจากผู้ประกอบการท่องเที่ยว ดังงานวิจัยของ โฆษิต ไชยประสิทธิ์ (2553: 103-104) ที่ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนในมิติการพัฒนาจากภายใน กรณีศึกษาชุมชน ในศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย ตำบลแม่ริม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยการพึ่งตนเอง ของชุมชนในท้องถิ่นเป็นไปอย่างเหมาะสม ชุมชน บ้านหนองหอยสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับสภาพบริบท ของชุมชนด้านต่าง ๆ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี โดย พัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนอย่างมีส่วนร่วมเป็น กลุ่มหรือคณะกรรมการ ดำเนินการในรูปแบบสหกรณ์ หรือวิสาหกิจชุมชนมีเป้าหมายดำเนินการ คือ ไม่เอา เงินเป็นตัวตั้ง ไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตัว ดำเนิน ธุรกิจแบบช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้กิจกรรมการ ท่องเที่ยวในชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืนตลอดไป

นอกจากนี้ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นแหล่งท่องเที่ยวของไทย ที่มีการเติบโตอย่าง

รวดเร็วจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ จึงเกิดปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลงไปบ้าง ซึ่ง ดร. อริสรา เสนานนท์ (2552: 171) ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ควรให้การศึกษาและฝึกอบรม เช่น สนับสนุนกิจกรรมที่สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว และเยาวชนในพื้นที่ และส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินการ การประเมินผล และการได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

ธนุตร์ เอี่ยมอร่าม และอินทรา มีอินทร์เกิด (2554: 45) ได้ศึกษาเรื่อง การวัดความสำเร็จของโครงการพัฒนานุรักษ์ต่อผู้มีส่วนร่วมในชุมชนตลาดน้ำอัมพวาและบริเวณใกล้เคียง พบว่า องค์กรท้องถิ่นและเอกชนได้ดำเนินการในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา และผลการดำเนินงานสามารถสร้างผลสำเร็จของโครงการพัฒนานุรักษ์ได้ โดยจะเห็นได้ว่า สามารถอนุรักษ์ศิลปกรรม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนได้ สร้างการรับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถสร้างรายได้จากการขายสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ให้กับชาวบ้านเพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันท้องถิ่นก็ได้รับการพัฒนาซึ่งส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทำให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

โครงการต่าง ๆ ที่ดำเนินการไปแล้ว ล้วนแต่เน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการรักษาและคงไว้ของวัฒนธรรมดั้งเดิม ดังนั้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องหันมาเน้นการพัฒนาจากความร่วมมือของชุมชนท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้และให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกัน

3. ความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย (Wide Ranging Stakeholder Collaboration)

การสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งในกระบวนการจัดการและจัดทำแผนการท่องเที่ยวของอาเซียนรูปแบบของการมีส่วนร่วม จะต้องสะท้อนความแตกต่างซับซ้อนของอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีโอกาสปรึกษาหารือวางแผน ดำเนินการ และติดตามพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวร่วมกันและสนับสนุนกลไกแบบบูรณาการเพื่อกระตุ้นการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้นเป็นสิ่งสำคัญ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) หมายถึง ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามากำหนดทิศทางของการท่องเที่ยว บนฐานความคิดที่ว่า ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและมีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรในท้องถิ่นต่าง ๆ ที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วิถีชีวิต และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุน หรือปัจจัยในการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ และบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงาน ตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่รุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ (สมาคมการบริหารโรงแรมไทย, 2549) การพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีความสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ

อย่างมาก เป็นโอกาสในการกระจายรายได้สู่ชุมชน ในชนบทและการจ้างงานในท้องถิ่น ภาครัฐจึงได้ กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของชุมชน โดย กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาได้สนับสนุนให้องค์กร ท้องถิ่นสามารถกำหนดนโยบาย เป้าหมาย แผนงาน และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นอิสระ โดยภาครัฐจะสนับสนุนด้านความรู้ ประสบการณ์ และงบประมาณอุดหนุนผ่านกลไกของรัฐในรูปแบบ ต่าง ๆ ปัจจุบันสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวง ท่องเที่ยวและกีฬา ได้ตั้ง “คณะกรรมการประสาน งานเชิงบูรณาการระหว่างกระทรวงเพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์การพัฒนา” ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) ได้ขยายตัวอย่าง รวดเร็ว และคาดหวังว่าจะเป็นการท่องเที่ยวที่มี คักยภาพ เพราะเป็นการท่องเที่ยวแบบสร้างส่วนร่วม ให้แก่ชุมชน สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสร้างรายได้แก่ เศรษฐกิจชุมชนของประชาชนในท้องถิ่นอีกด้วย ในด้านการตลาด การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ยังเป็น กลุ่มเฉพาะ (Niche Market)

ตัวอย่างการท่องเที่ยวแบบสร้างส่วนร่วมให้แก่ ชุมชน เช่น การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอบางปะกง จังหวัดสมุทรปราการ (นักรบ เถียรอำ, 2552: บทคัดย่อ) ได้สร้างเครือข่าย ในระดับชุมชนมีลักษณะของการสร้างกลุ่มธุรกิจ เป็นกลุ่ม ๆ นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับกลุ่มอาชีพอื่น เพื่อประสานกำลังในการบริการนักท่องเที่ยว และ ภายนอกชุมชนนั้นมีการสร้างพันธมิตรกับแหล่ง ท่องเที่ยวใกล้เคียงกันเพื่อเพิ่มความหลากหลาย ทางการท่องเที่ยว และภาควิชาการเพื่อยกระดับ มาตรฐานการท่องเที่ยว บทบาทและหน้าที่ของ องค์กรบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง สนับสนุน

ด้านงบประมาณ สถานที่ และคอยให้คำปรึกษาด้วย การจัดการท่องเที่ยว รวมทั้งเปิดพื้นที่ให้ชุมชนมา ร่วมกันประชุมประชาคม

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ได้สร้างรายได้เสริมให้กับ ชาวบ้าน การสร้างบรรทัดฐานของการพึ่งพาอาศัยกัน การรวมกลุ่มอาชีพธุรกิจ และการสะสมทุนและ กระจายสวัสดิการ ตลอดจนกระบวนการมีส่วนร่วม ของชาวบ้านบางน้ำผึ้ง เพื่อเสนอข้อคิดเห็น ความต้องการของตน และที่สำคัญเพื่อต่อรอง ผลประโยชน์จากรัฐท้องถิ่น รวมถึงชุมชนบางน้ำผึ้งได้ สนับสนุนให้ประชาชนในชุมชน มีการฟื้นฟู การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนั้น จากผลการศึกษาของอริสรา เสยานนท์ (2553: 95) ที่ศึกษาการสร้างมูลค่าการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษา โฮมสเตย์บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทร- สงคราม กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบ โฮมสเตย์ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิง นิเวศ เพราะรูปแบบของโฮมสเตย์สามารถตอบสนอง ความต้องการใหม่ ๆ ของนักท่องเที่ยวได้อย่าง เหมาะสมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่า ปริมาณเป็นการให้คุณค่าแก่วัฒนธรรมและระบบ นิเวศในชุมชนได้มากกว่า โดยชุมชนจะมีบทบาท เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนตั้งแต่การพัฒนาที่พักอาศัยให้ ถูกสุขลักษณะ ซึ่งส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิต ของคนในชุมชน ผลการวิจัยสรุปได้ว่าความต้องการ ที่เกี่ยวกับโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบ ทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ใน ระดับมาก และผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ พบว่า การประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ปัจจุบันนี้ ไม่เป็นแต่เพียงรายได้เสริมให้กับครอบครัวของคนใน ท้องถิ่น แต่เปลี่ยนเป็นอาชีพหลักให้กับผู้ประกอบการ บางรายแทน

การพัฒนาอย่างยั่งยืน ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลากหลายฝ่าย ในการเกื้อหนุน สนับสนุนกัน โดยมีเป้าหมายเดียวกันเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน มิใช่ดำเนินการไปเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้วก็ทิ้งไป

4. ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality Tourism Products)

คุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั่วโลกเริ่มมองหาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ยืดหยุ่น และมีคุณภาพคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายออกไปมากขึ้น แผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน (ATSP) จึงกำหนดนโยบายหลายประการที่ช่วยเพิ่มคุณภาพสินค้าบริการท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะทำให้อาเซียนสามารถแข่งขันและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้แล้ว ยังมีโอกาสพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลกได้อีกด้วย

จากการที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) ได้คาดการณ์ว่า เมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเกือบ 1,600 ล้านคน โดยภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิกมีแนวโน้มว่าจะเป็นปลายทางยอดนิยมมากขึ้น โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 25 ของตลาดการท่องเที่ยวทั่วโลก และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาถึง 400 ล้านคน ขณะที่กลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวยอดนิยมแห่งใหม่ โดยมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกหรือประมาณ 130-140 ล้านคน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555)

ดังนั้น ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีของไทยจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยอาศัยจุดแข็งของไทย ทั้งด้านความหลากหลายทางธรรมชาติ มีมรดกทางวัฒนธรรม มีอุปนิสัยที่เป็นมิตร และรสชาติอาหารที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ในการช่วยสร้างความแตกต่างให้กับภาคการท่องเที่ยวของไทยควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ธุรกิจ Hospitality ของไทยสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในระยะยาว

ด้วยความโดดเด่นทางด้านความหลากหลายของสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยว อรรถาศัยไมตรี ความคุ้มค่าเงิน ประกอบกับทำเลที่ตั้งของประเทศไทยและอีกหลาย ๆ ปัจจัย ทำให้คาดว่าธุรกิจ Hospitality ของไทยยังคงมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอาเซียน โดยเฉพาะธุรกิจสปา แพทย์แผนไทย ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ-เชิงนิเวศน์-เชิงวัฒนธรรม เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555)

จากความโดดเด่นดังกล่าว ผู้ประกอบการไทยควรนำเสนอการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจุบันกำลังอยู่ในกระแสความสนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมและที่พักสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวด้วยการออกแบบโรงแรมที่พักรให้มีลักษณะเป็นอาคารประหยัดพลังงานและใช้พลังงานจากธรรมชาติ เช่น พลังงานน้ำ พลังงานลม และพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งถือเป็นพลังงานสะอาดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้า รวมทั้งมีการจัดการทรัพยากรภายในโรงแรมอย่างคุ้มค่าด้วยการนำวัสดุเหลือใช้ เช่น เศษกระดาษมารีไซเคิล (recycle) หรือใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ เช่น

ถุงผ้าและกล่องกระดาษ ขณะที่ผู้ประกอบการในธุรกิจบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวอาจใช้ยานพาหนะที่ใช้เชื้อเพลิงจากธรรมชาติ เพื่อลดปัญหามลภาวะในอากาศ นอกจากนี้ บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ ก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจ เนื่องจากตลาดอาเซียนกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประกอบกับประชากรชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องนับเป็นการจุดเด่นของการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของไทยอีกทางหนึ่ง ซึ่งสามารถสร้างจุดขายที่แตกต่างจากประเทศอื่น ๆ ในอาเซียนได้ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, ฝ่ายวิจัยธุรกิจ, 2555: 1)

นอกจากนั้น ยังมีโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรฯ โดยกรมวิทยาศาสตร์บริการได้ดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต ด้วยการจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร “การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” ให้กับผู้ประกอบการชุมชน อาจารย์และนักเรียนและผู้สนใจทั่วไปในจังหวัดต่าง ๆ ทุกภาคของประเทศ จำนวน 20 ครั้ง หลักสูตรการอบรมได้เน้นให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) ทราบถึงข้อกำหนดตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กระบวนการผลิตที่ถูกต้องและการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยใช้ ๖ & ท เพื่อให้ผู้ฝึกอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้มีความหลากหลายและมีคุณภาพดีตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากการดำเนินงานกรมวิทยาศาสตร์บริการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้ประกอบการชุมชนให้ได้รับการรับรอง มพช. แล้ว 21 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สบู่สมุนไพร 6 ผลิตภัณฑ์ แชมพูสมุนไพรและครีมนวดผสมสมุนไพร 5 ผลิตภัณฑ์ ลูกประคบสมุนไพร

10 ผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้า และทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้าชุมชนเพิ่มขึ้นด้วย

สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เช่น สปา ธุรกิจครุภัณฑ์พัฒนาเรื่องความสะอาดทั้งสถานที่ เตียง ผ้าปูเตียง อุปกรณ์สำหรับการนวด ปรับปรุงความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่บริการ สร้างบรรยากาศให้เหมาะสม ยึดหลักความเป็นส่วนตัว และพัฒนามาตรฐานการบริการให้เป็นเอกลักษณ์ เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์วิถีชีวิตชุมชน ต้องพัฒนาความพร้อมด้านที่พักอาศัย ห้องน้ำ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในบ้าน นอกจากนี้ การสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย (วัชรินทร์พันธุ์, พิภพ สมเทวี และชนกันต์ หิรัญพันธุ์, 2549: 161-162)

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ แสดงให้เห็นถึงความพยายามของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและแตกต่างเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่กำลังจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต และเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขันของประเทศในอาเซียน จึงต้องมีการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

5. การให้บริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence)

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนจำเป็นต้องพิจารณาด้วยความเจริญเติบโตในอุตสาหกรรมนั้น เป็นผลมาจากการให้บริการที่เน้นลูกค้าเป็นหลักและมีคุณภาพตามมาตรฐานโลกหรือไม่ ดังนั้น แผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน (ATSP) จึงเน้นเรื่องการยกระดับมาตรฐาน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่เป็นเลิศและความเป็นมืออาชีพ รวมถึงสร้างระบบการรับรองคุณภาพผู้ประกอบการของอาเซียน ซึ่งในประเทศไทยได้จัดให้มีโครงการอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นมืออาชีพและให้บริการที่เป็นเลิศได้ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการลงนามในบันทึกความร่วมมือกับสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneurship Development Institute: CEDI) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2554 ในการจัดหลักสูตรอบรม โครงการส่งเสริมศักยภาพผู้ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) และผู้มีโอกาสได้รับรางวัลจากทั่วประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาส่งเสริมผู้ประกอบการและองค์กรที่ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้สามารถยกระดับความสามารถเชิงการแข่งขันให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล รวมทั้งสร้างการรับรู้แก่สังคมต่อการจัดประกวดรางวัล Thailand Tourism Awards ที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญต่อการท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการอย่างมีคุณภาพ มีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่ยั่งยืน สำหรับการอบรม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม 2 หลักสูตร คือ หลักสูตร “ชนะรอบทิศ พิชิตอาเซียน” สำหรับผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เคยได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) มีผู้เข้ารับการอบรม 50 ราย และหลักสูตร “พิชิตกินรี การันตีท่องเที่ยวไทย” สำหรับผู้ประกอบการหรือหน่วยงานในแวดวงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและหน่วยงานอื่น ๆ ที่สนใจ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ

โดยมุ่งหวังการเพิ่มโอกาสในการได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นเครื่องหมายแสดงความมีมาตรฐานด้านการบริหารจัดการที่ดี พร้อมทั้งให้ความใส่ใจในสังคมและสิ่งแวดล้อม หลักสูตรนี้มีผู้เข้ารับการอบรม 100 ราย โดยมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยว สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และการบริหารจัดการผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับภาคส่วนอื่น ๆ ในมิติที่หลากหลาย เพื่อความพร้อมของธุรกิจที่กำลังขยายตัวและเตรียมพร้อมสำหรับก้าวต่อไปสู่การเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในสถานการณ์ที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการแข่งขันกันสูงทั้งในประเทศและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

นอกจากนั้น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ในส่วนของข้อมูลความต้องการฝึกอบรมด้านภาษาจากกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย พบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการฝึกอบรมด้านการใช้ภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาหลักของอาเซียน รองลงมา คือ ภาษาจีนและภาษามลายู ทางสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 12 สงขลา และสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ร่วมกัน จึงได้จัดให้มี “พิธีลงนามในข้อตกลงความร่วมมือการพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้านภาษาต่างประเทศ สาขาการท่องเที่ยว” เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2555 ที่ผ่านมา สำหรับการจัดอบรมโครงการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการรายย่อยในครั้งนี้นี้ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มภาษาอังกฤษสำหรับร้านค้าและห้างสรรพสินค้า กลุ่มภาษาจีนกลางสำหรับร้านค้าและห้างสรรพสินค้า กลุ่มภาษาจีน

กลางสำหรับการบริการ กลุ่มภาษาอังกฤษสำหรับการบริการ และกลุ่มภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว (หาดใหญ่สุดโครงการภาษาต่างประเทศหวังพัฒนาผู้ประกอบการรองรับ AEC, 2555)

สมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา เปิดการฝึกอบรมโครงการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการรายย่อย รุ่นที่ 2 หวังเตรียมความพร้อมรองรับการเกิดประชาคมอาเซียน ปี 2558 เผยเปิดสอนทักษะ 5 กลุ่ม เน้นหลักสูตรจีน อังกฤษ ครอบคลุมทุกงานบริการ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2555

จะเห็นว่าสถาบันทั้งหลายต่างร่วมมือร่วมใจในการเร่งพัฒนาการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีการบริการที่เป็นเลิศ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายและอาจต้องใช้เวลามากในการเตรียมพร้อมในการบริการที่ดีดังกล่าว สถาบันอื่นๆ ก็ต้องช่วยกันคนละไม้คนละมือในการเร่งพัฒนาบุคลากรในการให้บริการที่เป็นเลิศ

6. ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แตกต่างและมีปฏิสัมพันธ์ (Distinctive and Interactive Experience)

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบุคลากรในวงการศึกษาวิจัยมีความเห็นตรงกันว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันมักมองหาประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แตกต่าง มีเอกลักษณ์ และมีโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน (ATSP) ได้เน้นในจุดนี้ โดยกำหนดทิศทางการกลยุทธ์ใหม่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการสร้างความแตกต่าง ตลอดจนปรับเปลี่ยนบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม พบว่า

นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นเรื่องของการเดินทางผนวกกิจกรรมด้านสุขภาพ อาทิ มาท่องเที่ยว และหาเวลาตรวจสุขภาพและการเข้ารักษาพยาบาลที่โรงพยาบาลหรือคลินิก รวมทั้งการใช้โปรแกรมแพทย์ทางเลือก เช่น การนวดแผนไทย การทำสปา เสริมสวย อาบน้ำแร่ การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ สมุนไพร และการเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษา สร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลาย

ทั้งนี้การผสมผสานแนวคิดระหว่างภูมิปัญญาไทย และองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะทำให้เกิดการปรับปรุงรูปแบบสปา และการให้บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ทั้งเรื่องสถานที่ ความสะอาด ความสะดวก ความปลอดภัย ด้านบุคลากรและการให้บริการ สปาและการนวดไทย ถือเป็นศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำชาติไทย มีหลายรูปแบบ เช่น บิวตี้สปา เมดิคอลสปา วารีบำบัด พลังบำบัด (การใช้ฉ้อฉลณี เพชร พลอย กิ่งไม้ และสมุนไพรไทย) ทำให้เกิดความคุ้มค่าในความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2555)

นอกจากนี้ ยังมีโครงการการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุนคือ โครงการ “เที่ยวเมืองเหนือทีละก้าว: SLOW TRAVEL” ปีแรกจัดขึ้นระหว่างเดือนกันยายน-ธันวาคม 2553 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวในภาคเหนือ ภายใต้แนวคิด Slow Travel ที่มุ่งเน้นการตอบสนองรูปแบบการท่องเที่ยวและการใช้ชีวิตให้ช้าลง โดยคำนึงถึงความชื่นชอบเฉพาะตัวและความต้องการทางการท่องเที่ยวที่

แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจ เฉพาะเป็นสำคัญ ทั้งผู้ที่นิยมขี่จักรยานชมเมือง หรือชอบเที่ยวด้วยการปั่นจักรยาน (Big Bike) ผู้ที่ชื่นชอบสถาปัตยกรรมหรือวิถีชีวิตวัฒนธรรม ฯลฯ นำทีมโดยกูรูเดินช้า อาทิ สุกี้-กมล สุโกศล แคลปป์ ฌวัฒน์ อิศรไกรศีล และพลอย มัลลิกะมาส ร่วมกันถ่ายทอดประสบการณ์เที่ยวเหนือที่ละก้าวภายในงาน

“เที่ยวเมืองเหนือที่ละก้าว” เป็นการผสมผสานวิถีของความเนิบช้า และความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภาคเหนือ เข้ากับกระแสการท่องเที่ยวแบบ Slow Travel ที่ต้องการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้ซึมซาบประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่ลึกซึ้งขึ้น โดยให้ความสำคัญกับเรื่องราวระหว่างการเดินทาง การมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนและคนท้องถิ่น และการให้เวลากับการท่องเที่ยวอย่างช้า ๆ และมีคุณค่า โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องไปเยือน การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ จะก่อให้เกิดความเข้าใจในธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงกลไกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อันจะพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ในที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่น่าสนใจอีกแบบหนึ่ง คือ ทัวร์การเมือง (Political Tours) ซึ่งกลุ่มลูกค้าของทัวร์การเมืองค่อนข้างกว้าง มีตั้งแต่กลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการแสวงหาความรู้ นอกห้องเรียน กลุ่มนักข่าวและนักการเมืองที่ต้องการขยายขอบเขตความรู้ใหม่ ๆ กลุ่มนักวางแผนนโยบาย และเอ็นจีโอที่ต้องการรับรู้ถึงปัญหาในพื้นที่ หรือแม้กระทั่งบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจต่อการเมืองและเหตุการณ์ปัจจุบัน

สร้างความแตกต่างด้วยการเน้นบริการในเชิงให้ความรู้และประสบการณ์ทางการเมือง ความพิเศษนี้ทำให้ลูกค้าทัวร์ของ “ทัวร์การเมือง หรือ Political Tours” ได้เข้าไปสัมผัสกับผู้คนในพื้นที่จริง ได้นั่งคุยกับชาวบ้าน ได้ป้อนคำถามกับนักการเมืองหรือนักวิเคราะห์ในท้องถิ่น พร้อมกันนั้นก็ผูกโปรแกรมการเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์เข้าไปด้วย (อาศิรา พนาราม, 2555)

ดังนั้น การสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและมีปฏิสัมพันธ์ก็เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติและช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่ผู้ประกอบการไทยต้องให้ความสำคัญและเริ่มสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ของการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และประชาสัมพันธ์ให้ต่างชาติทราบอย่างทั่วถึง

สรุป

การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนต้องเป็นลักษณะการสร้างความร่วมมือและเครือข่ายร่วมกัน ไม่ใช่แข่งขันกันเอง ดังนั้น การท่องเที่ยวของไทยจึงได้มีการเตรียมการตามแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน 2012-2015 ทั้ง 6 ด้านไปพร้อม ๆ กัน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อโดยมีการอบรมและพัฒนาเพื่อเตรียมบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมเป็นมืออาชีพ และมีมาตรฐานการบริการที่ดีเลิศสู่สากล นอกจากการให้ความสำคัญในด้านการสื่อสารด้วยการใช้ภาษาต่าง ๆ แล้ว ควรให้ความสำคัญกับการจัดให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ โดยจัดให้มีโครงการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการเรียน การฝึกงานแก่นิสิตนักศึกษา

ระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งการมีองค์ความรู้ที่รอบด้านเปรียบได้กับการรู้เขารู้เรา และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็ง อีกทั้งการสร้างเครือข่ายกันในแต่ละท้องถิ่น สุดท้ายคือต้องสร้างและประสานความร่วมมือ ให้การสนับสนุนซึ่งกันและกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน

บรรณานุกรม

AEC Thailand. 2012, April 10. **Thailand Spa and Travel and Its Impact on the AEC Community** [Online]. Available: <http://www.thai-aec.com/99> (in Thai).

ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. 10 เมษายน 2555. **สปาไทยและการท่องเที่ยวกับผลกระทบเมื่อเปิด AEC สู่อประชาคมอาเซียน** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.thai-aec.com/99>

AEC Thailand. 2012, May 28. **Tourism Entrepreneurs Should Prepare for AEC** [Online]. Available: <http://www.thai-aec.com/219#ixzz23fq9fh7j> (in Thai).

ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. 28 พฤษภาคม 2555. **ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวควรเตรียมความพร้อมรับ AEC** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.thai-aec.com/219#ixzz23fq9fh7j>

ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015 [Online]. 2012, July 20. Available: <http://www.aseansec.org/documents/ATSP%202011-2015.pdf> (in Thai).

แผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวอาเซียน 2011-2015 [ออนไลน์]. 20 กรกฎาคม 2555. เข้าถึงจาก: <http://www.aseansec.org/documents/ATSP%202011-2015.pdf>

Chaiprasit, Kosit. 2010. **The Dimensions of Sustainable Tourism Development from within: Case Study of Nong Hoi Royal Development Center, Mae Ram Tumbon, Mae Rim District, Chiang Mai Province**. Chiang Mai: Chiang Mai Rajabhat University. (in Thai).

โฆษิต ไชยประสิทธิ์. 2553. **การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมิติการพัฒนาจากภายใน กรณีศึกษาชุมชนในศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

Export-Import Bank of Thailand. Business Research Department. 2012. **Adaptation of the Thai Tourism Business to Take Advantage of The AEC** [Online]. Available: <http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/38839.pdf> (in Thai).

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. ฝ่ายวิจัยธุรกิจ. 2555. **การปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยวไทยเพื่อใช้ประโยชน์จาก AEC** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/38839.pdf>

Hat Yai Start New Foreign Language Programs That Support the Development of The AEC [Online]. 2012, June 2. Available: <http://www.samilatimes.co.th/?p=2037> (in Thai).

**หาคัดใหญ่ชุดโครงการภาษาต่างประเทศห้วงพัฒนา
ผู้ประกอบการรองรับ AEC [ออนไลน์].**

2 มิถุนายน 2012. เข้าถึงจาก: <http://www.samilatimes.co.th/?p=2037>

Hiranyapan, Watcharee, Somvethi, Pipop, and Hiranyapan, Chonakant. 2006. **Business Development Programs, Marketing Promotion and Service Psychology of Cultural Tourism Products of Phuket, Phang Nga and Krabi.** Phuket: Phuket Rajabhat University. (in Thai).

วัชรวิ หิรัญพันธุ์, พิภพ สมเวที และชนกันต์ หิรัญพันธุ์. 2549. **แนวทางการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป การส่งเสริมการตลาดและจิตวิทยาการบริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่.** ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

lamaram, Tanut, and Meeingerd, Intira. 2011. "Measuring the Success of the Chai Pattananurak Project for the Participants in the Community and Nearby Amphawa Floating Markets." **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 31, 1: 35-49. (in Thai).

ธนุตร์ เอี่ยมอร่าม และ อินทิรา มีอินทร์เกิด. 2554. "การวัดความสำเร็จของโครงการช่วยพัฒนาธุรกิจต่อผู้มีส่วนร่วมในชุมชนตลาดน้ำอัมพวาและบริเวณใกล้เคียง". **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 31, 1: 35-49.

Kongprasert, Piyawan. 2008. "Integrated Ecotourism Planning for Sustainable Tourism Development on Pha-ngan Island, Suratthani Province". Master's Thesis, Faculty of Ecotourism Planning

and Management, Graduate School, Srinakarinwirot University. (in Thai).

ปิยวรรณ คงประเสริฐ. 2551. "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี". ปรินญาณิพนธ์วิทยาศาสตร์-มหบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Panaram, Arsira. 2012. January 12. **Political Tour-Knowledge Tourism, Creating New Market with Different Experience** [Online]. Available: <http://article.tcdconnect.com/ideas/political-tours#ixzz1z4Llcog5> (in Thai).

อาศิรา พนาราม. 12 มกราคม 2555. **ทัวร์การเมือง – การท่องเที่ยวเชิงความรู้ สร้างตลาดใหม่ด้วยประสบการณ์ที่แตกต่าง** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://article.tcdconnect.com/ideas/political-tours#ixzz1z4Llcog5>

Santiprapob, Wiratai. 2006, October 18. **Nomad Economics: Code Green Tourism and Sufficient Economy Philosophy** [Online]. Available: http://www.bangkokbiznews.com/2006/10/18/news__21852759.php?news__id=21852759 (in Thai).

วิโรไท สันติประภพ. 18 ตุลาคม 2549. **เศรษฐศาสตร์พเนจร: Code Green Tourism กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://www.bangkokbiznews.com/2006/10/18/news__21852759.php?news__id=21852759

- Sawettanun, Nakrich. 2012. **Are Hotel Business Ready for AEC?** [Online]. Available: <http://www.thai-aec.com/96> (in Thai).
- ณกฤช เศวตนันท์. 2555. **ธุรกิจโรงแรมพร้อมรับ AEC ประชาคมอาเซียนหรือยัง** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.thai-aec.com/96>
- Seyanont, Arisara. 2009. "The Prevention of Deterioration and Natural Resources and Environmental Conservation of Amphawa Floating Market". **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 29, 4: 163-172. (in Thai).
- อริสรา เสยานนท์. 2552. "การป้องกันการเสื่อมโทรม และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวา". **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 29, 4: 163-172.
- Seyanont, Arisara. 2010. "Creating Value for Sustainable Tourism in the HomeStay Business: Case Study of HomeStay at Amphawa Floating Market Area in Samutsongkhram Province". **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 30, 4: 77-96. (in Thai).
- อริสรา เสยานนท์. 2553. "การสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษาโฮมสเตย์บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม". **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 30, 4: 77-96.
- Teanum, Nakrob. 2009. **Creating a Strong Community of Travel Management of Floating Market: A Case Study of Bangnampueng Floating Market, Phrapradaeng District, Sumutprakarn Province**. Doctoral Dissertation, The Faculty of Liberal Arts, Krirk University. (in Thai).
- นักรบ เกียรติอ่ำ. 2552. **การสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ: กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกरिक.
- Thai Hotel and Hospitality Management Associations. 2006, March 30. **Community-Based Tourism Development** [Online]. Available: http://www.thma.org/th/index.php?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=33 (in Thai).
- สมาคมการบริหารโรงแรมไทย. 30 มีนาคม 2549. **การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://www.thma.org/th/index.php?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=33
- Thailand. Kasikorn Research Center. 2012, March 31. **Development of Hospitality Business in Tourism Service Sector** [Online]. Available: <http://www.smeclinic.in.th/smeclinic-articles/marketing/277-hospitality.html> (in Thai).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 31 มีนาคม 2555. **การพัฒนาธุรกิจ Hospitality ในภาคบริการท่องเที่ยว** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.smeclinic.in.th/smeclinic-articles/marketing/277-hospitality.html>

Thailand. Ministry of Science and Technology. 2012, August 28. **Quality Development of Herbal Products Used in Medical Tourism Services** [Online]. Available: <http://www.most.go.th/main/index.php/summary-technology/health-technology-medicine-and-pharmacy/1641.html> (in Thai).

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 28 สิงหาคม 2555. **การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้ในสถานบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.most.go.th/main/index.php/summary-technology/health-technology-medicine-and-pharmacy/1641.html>

Tourism Authority of Thailand. 2010, September

7. TAT Adverse of Hurry Life Pulled 10 Good Reputation People to Join with the North Travel by Step: Slow Travel [Online]. Available: <http://www.tatnewsthai.org/newsdetail.php?newsID=1715&NEWS=1> (in Thai).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 7 กันยายน 2553. **ททท. สวนกระแสชีวิตเร่งรีบ ดึง 10 คนมาร่วม “เที่ยวเมืองเหนือที่ละก้าว: Slow Travel”** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.tatnews thai.org/newsdetail.php?newsID=1715&NEWS=1>

Weaver, D. 2005. “Comprehensive and Minimalist Dimensions of Ecotourism”. **Annals of Tourism Research** 32, 2: 439-55.



Ms. Tanyamai Chiarakul is a lecturer at the Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet University. She obtained her Ph.D. Degree in International Business from the Asian Institute of Technology. Her research interests include Marketing Management, International Business and Business Strategic Management.