



รายงานการศึกษากลุ่ม
(Group Project)

เรื่อง โมเดลการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว
เชิงอัตลักษณ์ 4.0

จัดทำโดยกลุ่มที่ 1 รุ่นที่ 89

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม

หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.

ประจำปี 2562

ลิขสิทธิ์ของสำนักงาน ก.พ.



รายงานการศึกษากลุ่ม (Group Project)

เรื่อง โมเดลการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ 4.0

จัดทำโดยกลุ่มที่ 1 รุ่นที่ 89

1. นางสาวสิริกานต์	มหาสิทธิ์ตระกูล
2. นายวิรัช	เกตุนวม
3. นางสาววรธีรา	สุวรรณศรี
4. นายเอกบดินทร์	จำเนียรกาล
5. นางสาวสายใจ	กิมเกษนอม
6. นายสหวัดน์	โสภา
7. นางไพรินทร์	กันทะวงษ์
8. นายฉลาด	อาสาฤทธิ์
9. นายมานิต	ปานเอน

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม

หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.

ประจำปี 2562

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน



(หน้าอนุมัติ)

สำนักงาน ก.พ.

เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรมของสำนักงาน ก.พ.

ลงชื่อ
(.....)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ
(.....)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ
(.....)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ
(.....)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปผู้บริหาร

จากสภาพปัญหาของประเทศ ทั้งมิติทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำและการขยายตัวลดลง สังคมที่มีความเหลื่อมล้ำ รวมทั้งสิ่งแวดล้อมที่ยังต้องการรักษาดูแล จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมหนึ่งที่ยังมีพื้นที่ในการส่งเสริมและพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง คือการท่องเที่ยวซึ่งอาจเป็นทางเดียวในขณะนี้ที่สามารถนำมาเป็นกลไกในการแก้ปัญหา การกระจายรายได้ และลดความเหลื่อมล้ำของประเทศไทย โดยหากดำเนินการกับกลุ่มชุมชนซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศโดยสร้างความเข้มแข็งและสามารถสร้างรายได้ได้ด้วยตนเอง โอกาสในการยกระดับประเทศให้พ้นประเทศที่มีรายได้ปานกลางก็จะมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ หากจะประสบความสำเร็จได้ภาครัฐให้การสนับสนุนจะช่วยผลักดัน โดยการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เข้ามาในช่วยให้การส่งเสริมเรื่องดังกล่าว โดยกระบวนการที่จะผลักดันให้เกิดต้องสร้างความเข้มแข็งจะต้องพัฒนาตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งแนวทางการแก้ปัญหาและการพัฒนาสามารถที่มีประสิทธิภาพประการหนึ่ง คือการสร้างโมเดลการท่องเที่ยวเป็นโมเดลสำเร็จรูป ซึ่งใช้ชื่อว่าโมเดลการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ 4.0 เพื่อให้แต่ละพื้นที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ตามพื้นที่ของตนเองได้อย่างเหมาะสมรวมทั้งส่วนประกอบที่จะพัฒนาทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และจะเป็นส่วนหนึ่งที่ผลักดันยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มีวิสัยทัศน์ประเทศคือ “ประเทศไทย มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”

Amidst of various structural issues in Thailand, i.e. economic recession and slow growth in industrial expansion together with environmental concerns as well as inequality in society, tourism industry is still one of the most prospect for future development in Thailand. To develop tourism industry in Thailand will not only support the economic issues as a whole but also remedy the inequality of revenue distribution to rural areas as well. By boost the tourism development in rural areas where the majority of Thai population are reside, each provinces will then be able sustain their living as the income will be gradually distributed. Thus this will strengthening the country economic landscape and eventually lifts Thailand up from middle income country. To make this happen, the government must support with technology, innovation and creativity to all relevant parties, namely front, middle and end-users. The tourism model called “tourism community identity model 4.0” may be the solution to efficiently manage and resolve issues in tourism regime. Each community can utilize this model and adapt what is suitable for them in aspect of

front, middle and end-users. Consequently, this tourism community identity model 4.0 will support and push Thailand toward the 20-year National Strategy with the vision for Thailand “Security, Prosperity, Sustainability to become a high-income country with the philosophy of Sufficiency Economy”.

กิตติกรรมประกาศ

When something good happens, travel to celebrate. If something bad happens travel to forget it. If nothing happens, travel to make something happens. ท่านเชื่อในคำพูดนี้หรือไม่ สำหรับพวกเรากลุ่มที่ 1 เราเลือกที่จะทำงานเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยว เพราะเชื่อว่าการเดินทางท่องเที่ยวจะให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ที่ดี และการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ในการเข้าร่วมอบรมนักบริหารระดับสูง ต้องขอขอบคุณโชคชะตาที่พาให้กลุ่มที่ 1 มาเจอกัน ร่วมเดินทางท่องเที่ยวร่วมทำงาน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน จนเกิดเป็นสิ่งมหัศจรรย์ที่เรียกว่ามิตรภาพ it make something happen จริง ๆ

สำหรับการร่วมเดินทางครั้งนี้ มีหลายท่านช่วยให้เราบรรลุเป้าหมาย และทำให้งานครั้งนี้เกิดขึ้นได้ ขอขอบพระคุณ ดร. วิฑูรย์ สิมะโชติ อดีตปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม อาจารย์ที่ปรึกษาที่รักยิ่งของกลุ่ม บุคลิกท่าทางใจดี แต่ให้คำแนะนำที่มีประโยชน์มากมาย ดร. รัฐ ธนาธิเรก สำหรับคำแนะนำที่มาเติมเต็มผลงานของกลุ่ม และอาจารย์ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน นอกจากนี้ ยังมีชุมชนบ้านแหลมจังหวัดสุพรรณบุรี ชุมชนที่เข้มแข็งสำหรับการต้อนรับในการดูงานที่เป็นประโยชน์ สนุก ประทับใจจริง ๆ รวมทั้ง น้อง ๆ กรรมการท่องเที่ยวสำหรับการสนับสนุนข้อมูลอันมีค่ามากมาย ทีมงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน และนิดา ในการจัดการที่ทำให้หลักสูตรนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ของเรามีทั้งความรู้ ความสนุก และความประทับใจ และผ่านพ้นไปด้วยดี....พวกเราขอขอบคุณจากใจ

คณะผู้จัดทำ กลุ่มที่ 1

พฤษภาคม 2562

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	จ
1. สภาพทั่วไปของปัญหา	1
2. การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต	31
3. แนวทางแก้ปัญหา และ/หรือ การพัฒนา	44
4. การนำแนวทางบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ	53
5. สรุปในภาพรวม	54
บรรณานุกรม	57
ภาคผนวก	59
คณะผู้จัดทำ	64

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 สัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (Gini Coefficient) ของรายได้	11
ตารางที่ 2 การแปลงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นเครื่องมือในการท่องเที่ยว	44

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals (SDGs))	4
ภาพที่ 2 แสดงสถิติรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน ปี 2560	8
ภาพที่ 3 แสดงสถิติรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน ปี 2561	9
ภาพที่ 4 แสดงความเหลื่อมล้ำในประเทศไทย ปี 2559	10
ภาพที่ 5 Conceptual model of destination competitiveness	19
ภาพที่ 6 Fesenmaier's five spatial patterns of travel tendencies	20
ภาพที่ 7 Conceptual model of DestCompST	21
ภาพที่ 8 กลไกในการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน	42
ภาพที่ 9 โมเดลการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ 4.0	46

1. สภาพทั่วไปของปัญหา

1.1 หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันประเทศไทยยังคงมีประเด็นความท้าทายการพัฒนาในหลายมิติทั้งในมิติเศรษฐกิจที่โครงสร้างเศรษฐกิจยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมอย่างเต็มที่ ผลผลิตทางการผลิตของภาคบริการและภาคเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ คุณภาพและสมรรถนะของแรงงานที่ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการในการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศ การส่งออกสินค้าซึ่งเคยเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยหดตัวต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากปัญหาเชิงโครงสร้างทั้งที่เป็นปัจจัยภายในได้แก่ ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิตในสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของไทยเนื่องจากขาดการลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิตมาเป็นเวลานานแม้เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวในอัตราเดิมแต่กลับไม่ทำให้การส่งออกของไทยขยายตัวสูงเช่นในอดีต ประกอบกับปัจจุบันอุปสงค์ของเศรษฐกิจโลกยังฟื้นตัวแบบเปราะบาง ขณะที่ภาคเอกชนชะลอการลงทุนเพื่อรอความชัดเจนของภาวะเศรษฐกิจโดยรวม โดยปัจจุบันมีเพียงการส่งออกด้านบริการได้แก่ภาคการท่องเที่ยวที่ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่งซึ่งแม้จะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 17 ของ GDP แต่กลับทำหน้าที่เป็นกลไกสำรองที่ช่วยพยุงเศรษฐกิจไทยให้ประคองตัวต่อไปได้ มิติทางสังคม ได้แก่ การยกระดับรายได้ของประชาชน การแก้ปัญหาด้านความยากจนและความเหลื่อมล้ำ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการขยายโอกาสในการเข้าถึงระบบบริการสาธารณะยังคงมีช่องว่างที่สามารถพัฒนาต่อไปได้มิติสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของการฟื้นฟูและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมยังเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และมิติของการบริหารจัดการภาครัฐที่ยังขาดความต่อเนื่องและความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการในการแก้ปัญหาของประชาชนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังมีสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่มีสัดส่วนประชากรวัยแรงงานลดลงและประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ความท้าทายใหม่ ๆ ซึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทั้งด้านความมั่นคงและเศรษฐกิจ การเชื่อมโยงกันอย่างซับซ้อนจากการรวมกลุ่มภายในภูมิภาคและการเปิดเสรีด้านต่าง ๆ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความเชื่อมโยงของระบบนิเวศซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวจะก่อให้เกิดความท้าทายในการพัฒนาประเทศทั้งในมิติความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ในการแก้ปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ในระยะยาว ประเทศไทยจำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ด้านต่าง ๆ ที่รอบคอบและครอบคลุมเพื่อเป็นกรอบในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า

อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มีวิสัยทัศน์ประเทศคือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม โดยการประเมิณผล การพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบด้วย 1) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย 2) ชีตความสามารถในการแข่งขันการพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ 4) ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม 5) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ 6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึง การให้บริการของภาครัฐจากสถานการณ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าเรื่องหนึ่งที่น่าสนใจเนื่องจากยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง คือ ภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นภาคบริการที่ยังพุงเศรษฐกิจไว้ได้ ทั้งนี้จากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวพบว่า เป็นอุตสาหกรรมที่ยังคงเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ต่อเนื่อง และสามารถสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศชาติ จากการรายงานข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า การท่องเที่ยวไทยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยอย่างมาก โดยมีสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมทางตรงที่เกิดจากภาคการท่องเที่ยว (Direct Tourism GDP) ต่อ GDP ประเทศ ร้อยละ 7.02 สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมทางอ้อมที่เกิดจากภาคการท่องเที่ยว (Indirect Tourism GDP) ต่อ GDP ประเทศร้อยละ 11.11 สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกระจายใน 12 สาขา ด้านการท่องเที่ยว อาทิ ที่พัก คมนาคมขนส่ง ร้านอาหาร สินค้าและของที่ระลึก เป็นต้น ก่อให้เกิดการจ้างงานด้านการท่องเที่ยว 4.38 ล้านคน การท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทั้งจำนวนและรายได้ โดยในปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยจำนวน 38 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 2,007 ล้านบาทสำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศก็เติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเที่ยวไทย รวมทั้งสิ้น 226 ล้านคนต่อครั้ง ก่อให้เกิดรายได้ 1,068 ล้านบาท ซึ่งรวมแล้วในปี 2561 ประเทศไทยมีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวถึง 3,075 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.04 (รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 28 ม.ค. 2562) นอกจากภาคการท่องเที่ยวแล้วอีกกลุ่มหนึ่งที่ยังสามารถเติบโตได้คือกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในปี 2559 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มีมูลค่า 6,061,143 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.2 ของ GDP รวมทั้งประเทศ และขยายตัวได้ร้อยละ 4.8 ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อม (SE) มีมูลค่า GDP เท่ากับ 4,267,810 ล้านบาท

ขยายตัวจากปีก่อนเท่ากับ ร้อยละ 5.1 วิสาหกิจขนาดกลาง (ME) มีมูลค่า GDP เท่ากับ 1,793,333 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าเท่ากับร้อยละ 4.3 สำหรับโครงสร้างของ GDP SME ในปี 2559 ภาคการบริการ ยังคงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุด รองลงมาได้แก่ ภาคการค้าและการซ่อมบำรุง และภาคการผลิต มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 40.6, 29.2 และ 23.4 ตามลำดับ (รายงานสถานการณ์ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2560, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าทั้ง 2 ส่วนนี้เป็นเป้าหมายภาคการบริการที่สามารถพัฒนาและส่งเสริมได้ โดยจะต้องดำเนินการตามยุทธศาสตร์คือการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน จะสามารถช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำซึ่งเป็นปัญหาทางสังคมของ ประเทศไทยได้ ทั้งนี้ การจะทำให้ภาคบริการของไทยสามารถเติบโตได้อย่างมีศักยภาพ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และช่วยรองรับปัญหาวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืนนั้น ภาครัฐจำเป็นต้องยกระดับภาคบริการ ของไทยให้ก้าวไปสู่ความเป็น Modern Services มากยิ่งขึ้น

ในการเป็น Modern Service เพื่อให้เกิดความยั่งยืนนั้นนอกจากประเทศไทยได้จัดทำ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเป็นทิศทางในระยะยาวเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีวิสัยทัศน์ประเทศ คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” ซึ่งประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วยความมั่นคง การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความเสมอภาคทางสังคม การเติบโตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การปรับสมดุลของสภาพแวดล้อม และการพัฒนาภาครัฐแล้ว องค์การสหประชาชาติได้กำหนด เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) โดยอาศัยกรอบความคิดที่มองการพัฒนาเป็นมิติ (Dimensions) ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้มีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งประกอบไปด้วย 17 เป้าหมาย (Goals) ได้แก่ 1. No Poverty ขจัดความยากจนทุกรูปแบบทุกสถานที่ 2. Zero Hunger ขจัดความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร ส่งเสริมเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน 3. Good Health and well-being รับรองการมีสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนทุกช่วงอายุ 4. Quality Education รับรองการศึกษาที่เท่าเทียมและทั่วถึง ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน 5. Gender Equality บรรลุ ความเท่าเทียมทางเพศ พัฒนาศักยภาพสตรีและเด็กผู้หญิง 6. Clean Water and Sanitation รับรอง การมีน้ำใช้ การจัดการน้ำและสุขาภิบาลที่ยั่งยืน 7. Affordable and Clean Energy รับรองการมีพลังงาน ที่ทุกคนเข้าถึงได้ เชื่อถือได้ยั่งยืนทันสมัย 8. Decent Work and Economic Growth ส่งเสริมการเติบโต ทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องครอบคลุมและยั่งยืนการจ้างงานที่มีคุณค่า 9. Industry Innovation and Infrastructure พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการปรับตัวให้เป็น อุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนทั่วถึง และสนับสนุนนวัตกรรม 10. Reduced Inequalities ลดความเหลื่อมล้ำ

ทั้งภายในและระหว่างประเทศ 11. Sustainable Cities and Communities ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัยทั่วถึงพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอย่างยั่งยืน 12. Responsible Consumption and Production รับรองแผนการบริโภค และการผลิตที่ยั่งยืน 13. Climate Action ดำเนินมาตรการเร่งด่วนเพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบ 14. Life Below Water อนุรักษ์ และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร และทรัพยากรทางทะเลเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 15. Life on Land ปกป้อง ป่าผืน และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบกอย่างยั่งยืน 16. Peace and Justice Strong Institutions ส่งเสริมสังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 17. Partnerships for the Goals สร้างพลังแห่งการเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระดับสากลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ภาพที่ 1 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals (SDGs))



ที่มา: องค์การสหประชาชาติ (2558)

1.2 ประเด็นปัญหา

จากสภาพปัญหาทั่วไปข้างต้น หากจะพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสามารถแก้ปัญหาหลักของประเทศในเรื่องการยกระดับรายได้ของประชาชน การแก้ปัญหาด้านความยากจน และความเหลื่อมล้ำ รวมถึงการกระจายรายได้ ก่อนจะหาแนวทางในการพัฒนา หากวิเคราะห์ประเด็นปัญหาในส่วนของ การท่องเที่ยวในปัจจุบันจะเห็นว่ายังมีอีกหลายเรื่องที่ต้องส่งเสริมและพัฒนาในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. การกระจายรายได้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างการกระจายรายได้ที่ดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายใช้สอยยังพื้นที่ที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยตรง ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่มีความอยู่ดีกินดีมากขึ้น อย่างไรก็ตามหากพิจารณาถึงการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย จะพบว่า การท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ในจังหวัด และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเท่านั้น โดยเฉพาะการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากข้อมูลนักท่องเที่ยวรายจังหวัด ในปี พ.ศ. 2556 พบว่า มีเพียง 9 จังหวัด ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเกิน 1 ล้านคน ได้แก่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ อยุธยา และพังงา และจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด 10 อันดับแรก มีนักท่องเที่ยวรวมกันถึงกว่าร้อยละ 85 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งประเทศ และในขณะที่ค่าเฉลี่ยนักท่องเที่ยวต่างชาติของทุกจังหวัดทั่วประเทศ มีประมาณ 7 แสนคน แต่มีเพียง 11 จังหวัดแรกที่มีนักท่องเที่ยวมากกว่า 7 แสนคน (กรมการท่องเที่ยว 2558) และรายได้จากการท่องเที่ยวยังกระจุกตัวอยู่ในบางกลุ่มในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเท่านั้น อาทิ โรงแรม ภัตตาคาร เป็นต้น ยังไม่กระจายสู่ชุมชนหรือคนในท้องถิ่นโดยตรง ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำในสังคม

2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนบางแห่ง ยังไม่มีการบริหารจัดการแบบครบวงจร ทำให้ไม่มีความพร้อม ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวไม่ประทับใจ นักท่องเที่ยวหนาแน่นแออัด สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการ

3. การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เมื่อสถานที่ท่องเที่ยวหรือชุมชนได้รับความนิยมต่อนักท่องเที่ยวอย่างมาก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดด มีนักธุรกิจจากภายนอกเข้าไปลงทุนโดยปลูกสร้างสิ่งก่อสร้างเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยไม่ได้คำนึงถึงอัตลักษณ์ วิถีชีวิตดั้งเดิมของท้องถิ่น ทำให้อัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นลดน้อยลงขาดเสน่ห์ทางการท่องเที่ยว

4. การคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวขาดคุณภาพและมาตรฐานและมีไม่เพียงพอ

(1) ความสามารถในการแข่งขันการคมนาคมทางบกและทางน้ำอยู่ในระดับต่ำ โดยประเทศได้คะแนนเพียง 3.41 จากคะแนนเต็ม 7 เป็นอันดับที่ 71 จาก 141 ประเทศทั่วโลก (ภาคผนวก 2) แม้ว่าการคมนาคมภายในประเทศโดยรวมจะมีความสะดวกสบายขึ้นมาก โดยเฉพาะการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำก็ตาม นอกจากนี้ความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพของเครือข่ายการขนส่งทางบกก็ยังอยู่ในระดับต่ำมาก คือ ลำดับที่ 94 ของโลก

(2) การคมนาคมภายในแหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอและขาดการกำกับดูแลมาตรฐาน เห็นได้ชัดจากระบบขนส่งสาธารณะในหัวเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น ภูเก็ต และเชียงใหม่ ที่ระบบไม่มีมาตรฐานและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการหลอกลวงนักท่องเที่ยวตามมา

จากการสำรวจความพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2557 พบว่า การคมนาคมในประเทศเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจน้อยที่สุด และเป็นด้านเดียวที่มีคะแนนต่ำกว่า 3 (จาก 5) ในทุกไตรมาส

5. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องน้ำสะอาด ป้ายบอกทาง ข้อมูลการท่องเที่ยว รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังขาดประสิทธิภาพในการจัดทำระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว

6. บริการด้านการท่องเที่ยวขาดมาตรฐาน ผิดกฎหมาย และประสบปัญหาภัยคุกคาม

(1) การหลีกเลียงกฎหมายของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลียงภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดจากข้อกำหนดของรัฐ ทำให้การกำกับดูแลมาตรฐานและการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเป็นไปได้ยากและไม่สามารถควบคุมอุปทานของบริการด้านการท่องเที่ยวได้ โดยในปัจจุบันมีโรงแรมผิดกฎหมายจำนวนมากทั่วประเทศโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น กรุงเทพฯ ภูเก็ต พัทยา เกาะสมุย หัวหิน - ชะอำ และเชียงใหม่ ซึ่งมีสัดส่วนห้องพักที่ไม่ได้จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายที่สูงมาก

(2) การแข่งขันด้านราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยว ทำให้ธุรกิจนอกระบบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศติดกับดักราคา โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมและที่พัก ซึ่งยืนยันได้จากผลการสำรวจข้อมูลราคาโรงแรมเปรียบเทียบ 68 ประเทศทั่วโลก จากการเข้าพักของนักท่องเที่ยวอังกฤษ ในปี พ.ศ. 2556 พบว่าประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 59 โดยมีอัตราค่าที่พักต่อคืนเพียง 68 ปอนด์ ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งทางการท่องเที่ยวในเอเชีย เช่น เกาหลีใต้ (97 ปอนด์) ญี่ปุ่น (94 ปอนด์) ไต้หวัน (93 ปอนด์) อินโดนีเซีย (91 ปอนด์) มาเลเซีย (84 ปอนด์) จีน (78 ปอนด์) อินเดีย (76 ปอนด์)

และมีราคาเท่ากับฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะราคาสำหรับโรงแรม 4 ดาวนั้นต่ำเพียงแค่ 70 ปอนด์ ซึ่งเกือบจะต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับทั่วโลก ส่วนราคาโรงแรม 3 ดาว และ 2 ดาว เท่ากับ 35 ปอนด์ และ 22 ปอนด์ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าราคาโรงแรมและที่พักในเชียงใหม่ลดลงถึงร้อยละ 12 นับเป็นเมืองที่มีอัตราการลดลงสูงสุดเป็นอันดับ 4 อีกด้วย (Hotel.com 2014)

7. บุคลากรทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอทั้งเชิงคุณภาพ ปริมาณ และมีรายได้ต่ำ

(1) บุคลากรขาดประสบการณ์และทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ทักษะทางด้านภาษา และการให้บริการ โดยมีคะแนนความสามารถในการแข่งขันด้านบุคลากร 5.0 คะแนน (จาก 7) และอยู่ในอันดับที่ 29 ของโลก ทั้งนี้ได้มีทำข้อตกลงร่วมกันในการกำหนดมาตรฐานสมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวภายในกลุ่มประเทศอาเซียน หรือ ASEAN MRA on Tourism Professionals จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาแรงงานและความสามารถในการแข่งขันด้านแรงงานของประเทศในอนาคตอันใกล้ ทำให้บุคลากรที่ผ่านมาตรฐานสามารถทำงานภายในประเทศสมาชิกอื่น ๆ ได้

(2) บุคลากรมีแนวโน้มขาดแคลน เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานขับรถ โดยในปี พ.ศ. 2554 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 19 ล้านคน มีมัคคุเทศก์ทั้งหมดประมาณ 55,000 คน แต่ในปัจจุบัน ปี พ.ศ. 2562 มีมัคคุเทศก์ทั้งสิ้นประมาณ 75,000 คน โดยมีมัคคุเทศก์ภาษาจีนกลางประมาณ 9,800 คน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 200 ในช่วงเวลาเดียวกัน ดังนั้นจากข้อมูลพบว่ามัคคุเทศก์ที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ยังไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจีนในปัจจุบัน นอกจากนี้ การที่ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและมีกำลังแรงงานลดลงในขณะที่การท่องเที่ยวเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ยิ่งจะทำให้ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต

(3) รายได้ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับสาขาพาณิชยกรรมอื่น ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการประสบปัญหาเกี่ยวกับต้นทุน เช่น ราคาห้องพักต่ำ ซึ่งเกิดจากการแข่งขันอย่างรุนแรงในการให้บริการการท่องเที่ยว ทำให้ไม่เกิดแรงจูงใจให้แรงงานเข้ามาทำงานในสาขาท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ โดยจากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) พบว่า ปี พ.ศ. 2556 ค่าตอบแทนเฉลี่ยต่อเดือนของพนักงานประจำในสาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหารอยู่ในระดับต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ และเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีค่าตอบแทนต่ำกว่าภาคอื่น ๆ ในทุกระดับตำแหน่ง

8. ปัญหาความปลอดภัยในการท่องเที่ยว และการหลอกลวงนักท่องเที่ยว

(1) ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว เช่น ผู้ให้เช่าเจ็ทสกีบริเวณชายหาด มัคคุเทศก์หลอกลวงไปซื้อของ หรือสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน เช่น เครื่องประดับ เป็นต้น

(2) กลไกในการดูแลความปลอดภัยและการตอบสนองช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน และไม่ทันท่วงที และความหละหลวมของการบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลความปลอดภัย

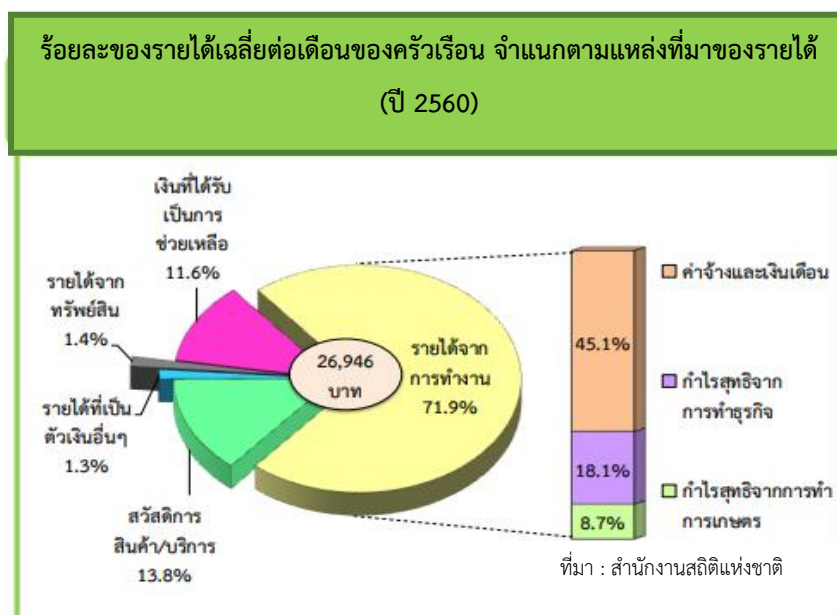
(3) ปัญหาความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เนื่องจากภัยธรรมชาติ และความไม่มั่นคงทางการเมืองของประเทศ

9. ปัญหาอื่น ๆ

รายได้ประชาชนและความเหลื่อมล้ำ

ในปี 2560 สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้รายงาน ครีวเรือนทั่วประเทศ มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 26,946 บาท ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการทำงานร้อยละ 71.9 ซึ่งได้แก่ ค่าจ้างและเงินเดือน ร้อยละ 45.1 กำไรสุทธิจากการทำธุรกิจร้อยละ 18.1 และกำไรสุทธิจากการทำการเกษตรร้อยละ 8.7 และมีรายได้ที่ไม่ได้เกิดจากการทำงาน เช่น เงินที่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นนอกครัวเรือน/รัฐ ร้อยละ 11.6 รายได้จากทรัพย์สิน เช่น ดอกเบี้ยร้อยละ 1.4 นอกจากนั้นยังมีรายได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน ในรูปสวัสดิการ/สินค้า และบริการต่าง ๆ ที่ได้รับมาโดยไม่ต้องซื้อร้อยละ 13.8 (รวมค่าประเมินค่าเช่าบ้าน/บ้านของตนเอง)

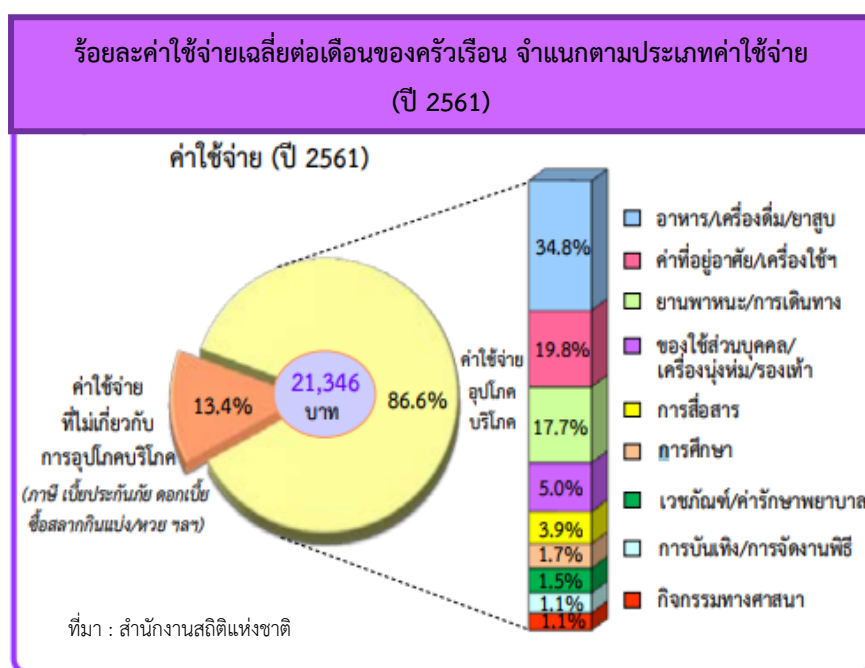
ภาพที่ 2 แสดงสถิติรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน ปี 2560



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559)

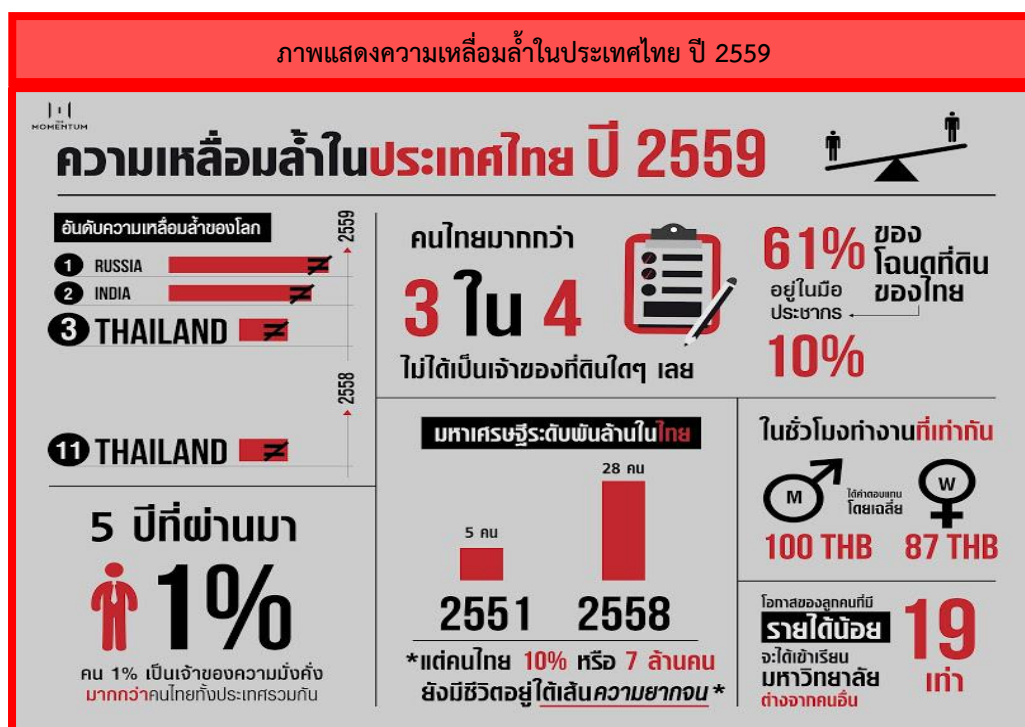
ส่วนในปี 2561 ได้มีการรายงานเฉพาะค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 21,346 บาท ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ ร้อยละ 34.8 เป็นค่าอาหารเครื่องดื่มและยาสูบ รองลงมาเป็นค่าที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ภายในบ้าน ร้อยละ 19.8 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเดินทางและยานพาหนะร้อยละ 17.7 ของใช้ส่วนบุคคล/เครื่องนุ่งห่ม/รองเท้า ร้อยละ 5.0 ค่าใช้จ่ายในการสื่อสารร้อยละ 3.9 ค่าใช้จ่ายในการศึกษาร้อยละ 1.7 ค่าเวชภัณฑ์/ค่ารักษาพยาบาลร้อยละ 1.5 ค่าใช้จ่ายสำหรับการบันเทิง/การจัดงานพิธีและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางศาสนา เท่ากันคือร้อยละ 1.1 ตามลำดับสำหรับค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค เช่น ค่าภาษี เบี้ยประกันภัยซื้อสลากกินแบ่งดอกเบี๋ยร้อยละ 13.4

ภาพที่ 3 แสดงสถิติรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน ปี 2561



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560)

ภาพที่ 4 แสดงความเหลื่อมล้ำในประเทศไทย ปี 2559



ที่มา : Oxfam (2018)

จากสถิติข้างต้น บริษัท Oxfam ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่ส่งเสริมการแก้ไขปัญหาความยากจนทั่วโลก จากต่างประเทศได้ประเมินภาพความเหลื่อมล้ำของประเทศไทยล่าสุดเมื่อปี พ.ศ. 2559 พบว่า ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ประเทศไทยติดอันดับ 3 ประเทศที่ปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้มากที่สุดในโลก โดยเป็นรองเพียงรัสเซียและอินเดียเท่านั้น โดยการถือครองสินทรัพย์ของประชากรที่ร่ำรวยที่สุด 1% แรกของประเทศไทยสูงถึง 58% หรือเกินกว่าครึ่งหนึ่งของสินทรัพย์และความมั่งคั่งของทั้งประเทศ นั่นหมายความว่าคนไทยอีก 99% หรือเกือบจะทั้งประเทศที่เหลือถือครองสินทรัพย์และความมั่งคั่งเพียงแค่ 42% ของประเทศ หรือไม่ถึงครึ่งประเทศ หรือหากคิดในอีกมุมหนึ่ง คนไทยเพียง 670,000 คนที่รวยที่สุดของประเทศถือครองสินทรัพย์เกือบ 60% ของประเทศ (กลุ่มธนาคารและสถาบันการเงินเครดิตสวิส (Credit Suisse's)) โดยกลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด (Bottom 40) ในประเทศไทย (ประมาณ 26.9 ล้านคน) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ครอบคลุมทั้งคนจนคนเกือบจนกลุ่มที่เสี่ยงต่อการตกเป็นคนจนได้ง่าย เป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,344 บาทต่อคนต่อเดือน ในปี 2558 ร้อยละ 38.7 ของประชากรกลุ่มนี้เป็นคนยากจนและคนเกือบจนอันเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการตกเป็นคนจนได้ง่าย และเมื่อพิจารณาในภาพรวม กลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุดนี้มีรายได้โดยเฉลี่ยเพียง 4,074 บาทต่อคนต่อเดือน ซึ่งเป็นรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของไทยที่กำหนดให้มีอัตราอยู่อย่างน้อยวันละ 300 บาท

ในทุกจังหวัด ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่แรงงานร้อยละ 55.7 ของไทยเป็นแรงงานนอกระบบ การมีงานทำไม่แน่นอน ทำให้รายได้ไม่แน่นอนด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ยังมีตารางแสดงรายได้สัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (Gini coefficient) ของรายได้ จำแนกตามภาค และเขตพื้นที่ พ.ศ. 2531 - 2560 ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความไม่เสมอภาคของประชากรทั่วประเทศ

ตารางที่ 1 สัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (Gini coefficient) ของรายได้ จำแนกตามภาค และเขตพื้นที่ พ.ศ. 2531 - 2560

ปี	ทั่วราชอาณาจักร	กรุงเทพ	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้	เขตเมือง	เขตชนบท
2531	0.49	0.39	0.44	0.44	0.45	0.46	0.43	0.44
2533	0.52	0.42	0.48	0.47	0.43	0.47	0.48	0.45
2535	0.54	0.46	0.46	0.48	0.47	0.48	0.49	0.44
2537	0.52	0.41	0.46	0.47	0.47	0.50	0.47	0.46
2539	0.51	0.40	0.47	0.46	0.47	0.47	0.48	0.44
2541	0.51	0.42	0.44	0.46	0.46	0.49	0.47	0.45
2543	0.52	0.42	0.45	0.47	0.48	0.48	0.47	0.47
2545	0.51	0.44	0.44	0.47	0.47	0.46	0.47	0.45
2547	0.49	0.42	0.43	0.48	0.45	0.45	0.46	0.45
2549	0.51	0.46	0.44	0.49	0.51	0.48	0.48	0.48
2550	0.50	0.47	0.42	0.47	0.48	0.46	0.47	0.46
2552	0.49	0.47	0.41	0.45	0.49	0.48	0.47	0.44
2554	0.48	0.51	0.40	0.44	0.46	0.46	0.49	0.43
2556	0.47	0.45	0.40	0.43	0.44	0.44	0.45	0.45
2558	0.45	0.40	0.40	0.39	0.43	0.45	0.43	0.41
2560	0.45	0.41	0.40	0.42	0.45	0.45	0.44	0.43

หมายเหตุ : ค่าสัมประสิทธิ์ จีนิ (Gini coefficient) เป็นเครื่องมือในการวัดความไม่เท่าเทียมในรูปของสัดส่วน (Gini ratio) ซึ่งค่าอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 ยิ่งค่าเข้าใกล้ 1 มากเท่าไรแสดงว่าความไม่เท่าเทียมกันของ

รายได้ยังมีมากขึ้น โดยคำนวณจากการใช้ค่าของพื้นที่ระหว่าง Lorenz curve ของการกระจายรายได้ กับเส้นการกระจายรายได้สมบูรณ์เป็นตัวตั้งและค่าของพื้นที่ใต้เส้นการกระจายรายได้สมบูรณ์ทั้งหมดเป็นตัวหาร

รายได้ หมายถึง รายได้ประจำ ที่ไม่รวมรายรับอื่น ๆ (เช่น เงินทุนการศึกษา มรดก พินัยกรรม ของขวัญ ประกันสุขภาพ ประกันภัยและประกันชีวิต/ประกันสังคม เงินถูกสลาก เงินรางวัล ค่านายหน้า และเงินได้จากการพนัน เป็นต้น)

ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี

1.3 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ภาครัฐ องค์กรเอกชน ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังรวมถึงกิจกรรม หรือกระบวนการในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ซึ่งสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะครอบคลุมองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 6 ประการ คือ 1) นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน 2) สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว 3) โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว 4) องค์กรภาครัฐ 5) องค์กรภาคเอกชน 6) เจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่

1) นักท่องเที่ยว ในประเทศ ต่างประเทศ

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปค้างคืนยังอีกสถานที่หนึ่งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อกิจกรรมต่าง ๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าตอบแทน จากสถานที่ตนไปเยือน

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังสถานที่หนึ่งภายในประเทศโดยมีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ไม่เกิน 90 วัน ในสถานที่ที่ตนไปเยือนเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าตอบแทน

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (Foreign Tourist) หมายถึง บุคคลที่ถือสัญชาติอื่นที่มีสัญชาติเดียวกันกับประเทศที่ตนไปเยือน เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปค้างคืนอีกยังสถานที่หนึ่งโดยมีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนแต่ต้องไม่เกิน 90 วัน เพื่อกิจกรรมต่าง ๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้างค่าตอบแทน

นักท่องเที่ยวสามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง โดยไม่ได้ใช้บริการผู้ประกอบการนำเที่ยว กลุ่มที่สอง เป็นนักท่องเที่ยวที่มอบให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวจัดการเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวให้โดยมอบเงินเป็นค่าตอบแทนในการจัดการ

นักท่องเที่ยวเป็นผู้ที่มาชมบ้านชมเมือง ชมธรรมชาติศิลปวัฒนธรรม โดยสิ่งที่คาดหวังจะได้รับ คือ ความพอใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ การต้อนรับที่ดี ความสะดวกสบาย การพักผ่อน และความทรงจำที่น่าประทับใจ นักท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว

ดังนั้น นักท่องเที่ยว จึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว หากขาดองค์ประกอบส่วนนี้ไปก็จะทำให้การท่องเที่ยวไม่สามารถเกิดขึ้นได้ จึงควรมีการศึกษาให้เข้าใจ พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทศนคติพื้นฐานด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นิยมท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวชุมชน หรือท่องเที่ยวเพื่อดูศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ดังนั้น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจึงถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการนำมาเป็นข้อมูล สำหรับใช้วางแผนทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว

2) ชุมชน

ชุมชน คือ กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในละแวกเดียวกัน โดยมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

ชุมชนกับการท่องเที่ยว จะต้องเริ่มต้นที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว หากไม่ได้รับความร่วมมือแล้วก็ไม่สามารถเกิดการท่องเที่ยวในชุมชนได้เลย หรือหากเกิดขึ้นจะเป็น การท่องเที่ยวที่ไม่ยั่งยืน เพราะไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชน ดังนั้นเพื่อให้สมาชิกทุกคน ในชุมชนร่วมมือด้วยดีต้องเห็นความสำคัญ และประโยชน์ของการท่องเที่ยวในชุมชน

ปัจจุบัน การท่องเที่ยวเริ่มเข้ามามีบทบาทกับชุมชนเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวต่างพากันท่องเที่ยว ในพื้นที่ชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นน่าสนใจ เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชน เป็นต้น เมื่อการท่องเที่ยวเริ่มมีผลต่อชุมชนจึงมีความจำเป็นที่ชุมชนจะต้องรวมตัวกันเข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ช่วยกันคิดวางแผน ดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมกันพัฒนา และร่วมกันแบ่งปันผลประโยชน์ รวมถึงร่วมกันสร้างกฎ กติกาของชุมชนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวให้ปฏิบัติอยู่ในกฎ กติกาของชุมชน หรือ การสร้างมาตรฐานต่าง ๆ ของชุมชน เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบที่เกินความสามารถของคนในชุมชนจะแก้ไขได้ ซึ่งปัญหา ที่เกิดขึ้นของหลาย ๆ ชุมชน คือการไม่ได้เตรียมความพร้อมสำหรับการท่องเที่ยวที่กำลังเข้าถึง จำนวนมากขึ้น บุคลากรในชุมชนขาดองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยว หรือขาดองค์ความรู้ ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างมูลค่าของสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนให้สามารถมีมูลค่าเพิ่มขึ้นได้ รวมถึงชุมชน ท้องถิ่นหลายแห่งกำลังเผชิญหน้ากับปัญหาวิกฤต ในด้านของความเสื่อมโทรมของธรรมชาติ และความยากจน

ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับชุมชนที่จะสมบูรณ์ได้นั้นต้องมีการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในชุมชน และหน่วยงานภายนอกชุมชนที่ประสานงานกันอย่างสมบูรณ์ แต่ละบุคคล กลุ่มบุคคล และภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกื้อกูลกัน ซึ่งประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยว ตัวแทนกลาง ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ผู้ให้การสนับสนุนการบริการนักท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ทั้งหมดจะทำงานประสานกันเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น พร้อมนำเสนอส่งมอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กองทุนชุมชน การพัฒนาอาชีพและฝีมือแรงงาน หัตถกรรมพื้นบ้าน เกษตรปลอดภัยจากสารพิษ รวมทั้งการพลิกฟื้นกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนในด้านการเชื่อมต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

3) ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการตามพจนานุกรม หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการอาจหมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งองค์กรเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินกิจการมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในธุรกิจ พร้อมทั้งเป็นผู้แบกรับความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ เพื่อผลกำไรและความพอใจหรือมีบทบาทเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหาการวางแผนอย่างรอบคอบและตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการรวมทั้งผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ทำงานอย่างสร้างสรรค์มีมุมมองในแง่ดีตามพันธะในการจัดสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่หรือนำความสามารถเก่าไปรวมกันเป็นลักษณะใหม่เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ตามวิถีพอเพียงสร้างความมั่นคงแก่กิจการและรับผิดชอบต่อสังคม การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและนวัตกรรมใหม่สู่ตลาดตลอดเวลา

จากแนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบันรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีการเปลี่ยนแปลงและมีความหลากหลายมากขึ้น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องควรศึกษาและทำความเข้าใจถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ เพื่อที่จะคว้าโอกาสในการเจาะกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวทางเลือก โดยผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องอาจวิเคราะห์ถึงขีดความสามารถเดิมของตนรวมถึงการปรับกลยุทธ์เพื่อที่จะขยายขอบเขตสินค้าและบริการให้ครอบคลุมและสามารถเจาะกลุ่มฐานลูกค้าประเภทใหม่ ๆ ได้มากขึ้น อาทิ

- (1) นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อสนับสนุนในส่วนต่าง ๆ ของธุรกิจ
- (2) นำเสนอสินค้าและบริการสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม
- (3) ปรับกลยุทธ์เพื่อตอบรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวเมืองรองที่เพิ่มขึ้น

4) หน่วยงานภาคเอกชน

หน่วยงานภาคเอกชน หมายถึง การดำเนินธุรกิจด้านการเดินทางและท่องเที่ยวและธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งการลงทุนเพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ดำเนินการโดยองค์กรเอกชน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศขยายตัวเติบโตขึ้น

องค์กรเอกชนที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำแนกได้ดังนี้

(1) องค์กรภาคเอกชนหรือองค์กรที่ไม่ใช่รัฐบาล (Non-Government Organization) แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ องค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลประโยชน์ทางการค้า เช่นสมาคมโรงแรมไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ เป็นต้น

(2) องค์กรเอกชนที่ดำเนินการในรูปของธุรกิจองค์กรประเภทนี้เป็นองค์กรเฉพาะเรื่อง ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจ หรือหวังผลทางการค้า อาจจัดตั้งในรูปของการประกอบการเฉพาะเรื่อง เช่น

- สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (Association Of Thai Travel Agents : ATTA)
- สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (Thai Travel Agents Association : TTAA)
- สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทยหรือ สนท. (The Association of Thai Tour Operators : ATTO)
- สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพหรือ สมอ. (Professional Tourist Guide Association : PGA)
- สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association : THA)
- สมาคมสปาไทย (Thai Spa Association)

ทั้งนี้ หน่วยงานภาคเอกชนตามข้างต้น ปัจจุบันได้เข้ามามีส่วนช่วยหรือมีแผนนโยบายวางแผนเพื่อการท่องเที่ยวโดยมิได้มุ่งหวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่อาจมีบทบาทสำคัญต่อการมีส่วนช่วยให้เกิดผลประโยชน์ส่วนรวมของชุมชนด้วย เช่น มีบทบาทสำคัญต่อการวางแผนด้านการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม เป็นต้น

5) ภาครัฐ

องค์กรของรัฐทำหน้าที่ควบคุมกำกับดูแลและกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีการจัดองค์กรบริหาร โดยองค์กรภาครัฐที่มีอำนาจหน้าที่กำกับดูแลด้านการพัฒนาและด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งหน่วยงานภาครัฐส่วนกลางที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และส่วนภูมิภาค ได้แก่ จังหวัด อำเภอ และราชการส่วนภูมิภาคอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังมีโครงสร้างองค์กรรัฐในระบบราชการส่วนท้องถิ่น มีภาระงานบางส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล สภาตำบล กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา จะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวส่วนใหญ่

นอกเหนือจากพื้นที่ที่กฎหมายกำหนดให้อยู่ในการควบคุมดูแลขององค์กรภาครัฐในระบบราชการส่วนกลาง เช่น อุทยานแห่งชาติเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ซึ่งอยู่ในการดูแลของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดีซึ่งอยู่ในการดูแลของสำนักโบราณคดี กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ฯลฯ

หน่วยงานภาครัฐเหล่านี้มีหน้าที่ในการให้การสนับสนุนทั้งเรื่องงบประมาณองค์ความรู้ การส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม และแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งประชาชน หรือคนในชุมชน สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง รู้จักการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์และยั่งยืน

6) สมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เป็นแกนกลางเสริมสร้างความเข้มแข็ง และผลิตภาพอุตสาหกรรมไทย ให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของไทยให้ยั่งยืน โดยสมาคมฯ มีบทบาทเป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมภาคเอกชนในการประสานนโยบายและดำเนินการกับรัฐ ส่งเสริมและพัฒนากิจการประกอบอุตสาหกรรม รวมถึงการศึกษา วิจัย อบรม เผยแพร่วิชาการ และเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรม ทำหน้าที่ในการตรวจสอบสินค้า ออกใบรับรองแหล่งกำเนิด หรือใบรับรองคุณภาพสินค้า ให้คำปรึกษาและเสนอแนะแก่รัฐบาล เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ด้านอุตสาหกรรม

7) สมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เป็นองค์กรนิติบุคคล มีวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติ ดังนี้

- เป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในด้านการประสานงานอย่างมีระบบ ระหว่างรัฐกับเอกชนและเอกชนกับเอกชนด้วยกัน
- ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเอกลักษณ์ของความเป็นไทย
- ส่งเสริมให้มีจรรยาบรรณในการท่องเที่ยว
- ส่งเสริมให้มีระบบการรับรองคุณภาพ ระบบมาตรฐานและระบบประกันคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว
- ควบคุมดูแลให้สมาชิกผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดำเนินการอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรมและมีจรรยาบรรณ
- ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ทดลอง อบรม และเผยแพร่วิชาการและเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้แก่สมาชิกหรือจัดเป็นบริการแก่บุคคลทั่วไป
- ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสมาชิกและบุคคลทั่วไปทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

- ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 ทั้งนี้ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเกิดขึ้น เพื่อจะให้องค์กรนี้เป็นตัวแทนที่แท้จริงของเอกชนในการส่งเสริม พัฒนา แก้ปัญหา ยกระดับมาตรฐานบริการท่องเที่ยว และประสานงานกับภาครัฐเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ

8) สมาคม SME /Startup

สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ ได้แก่

- ให้ความรู้ความสามารถในด้านการตลาดและการขาย
- การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ
- สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงานได้อย่างมีระบบ
- ให้ปรับตัวเตรียมพร้อมไปกับกระแสโลกธุรกิจ
- สนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจให้มีผลประกอบการสูงขึ้น
- สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการให้ได้รับความร่วมมือระหว่างสมาชิก องค์กรเอกชน และภาครัฐ
- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการยึดหลักธรรมาภิบาล และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

ในการดำเนินธุรกิจ

Startup Thailand เป็นหน่วยงานระดับประเทศที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) และระบบนิเวศของวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup Ecosystem) ตามนโยบายของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ (National Startup Committee : NSC) โดยมีกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้นให้ใช้ทรัพยากรของประเทศในการผลิตสินค้าและบริการ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม การจ้างงานในท้องถิ่น และการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค รวมทั้งก่อให้เกิดอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศ

ธุรกิจ Startup คือ ธุรกิจที่ถูกออกแบบมาให้เติบโตอย่างรวดเร็วมาตั้งแต่แรก ตั้งแต่ทีมงานโครงสร้างธุรกิจ ไปจนถึงวิธีการใช้เงิน และการทำตลาด โดยไม่ได้เกี่ยวข้องว่าจะต้องเป็นธุรกิจที่เป็น “ธุรกิจเทคโนโลยี” หรือได้รับการลงทุน หรือ “Venture Capital” หรือมีการ “Exit” ผ่านการควบกิจการหรือการเข้าตลาดหุ้นแต่อย่างใด

ส่วนธุรกิจ “SME” (Small Medium Enterprises) หรือที่สมัยนี้มักเรียกว่า “SMB” (Small Medium Businesses) มีเป้าหมายการดำเนินการธุรกิจให้มีรายได้เติบโตอยู่ที่ประมาณปีละ 30%-50% หรือหากเป็นช่วงเกิดใหม่ก็อาจอยู่ที่ปีละ 100%-200% เป็นอย่างมาก ธุรกิจ Startup นั้นมีเป้าหมาย

ที่จะเติบโตขึ้นให้ได้อย่างน้อยปีละ 1,000% โดยหากได้น้อยกว่านั้น ถือว่าธุรกิจ Startup นั้น “ยังไม่โต” หรืออาจถึงขั้น “ไปไม่รอด” ในฐานะ Startup ก็ว่าได้

ดังนั้น ไม่ใช่ว่าธุรกิจทุกประเภทที่จะเป็น “Startup” ได้ เช่น ธุรกิจบริการอย่างเช่น ร้านอาหาร ธุรกิจสปา หรือช่างซ่อมอุปกรณ์ไฟฟ้า ที่มีข้อจำกัดในการเติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะต่อให้ร้านอาหารได้รับความนิยมเพียงใด หรือช่างที่มีฝีมือจะเป็นที่ต้องการแค่ไหน ธุรกิจเหล่านั้นก็จะมีข้อจำกัดทางด้านกายภาพที่ยากที่จะเอาชนะได้อย่างสถานที่ตั้ง และพื้นที่ที่สามารถให้บริการ และทำตลาดได้

9) หอการค้า

หอการค้า คือ สถาบันที่บุคคลหลายคนจัดตั้งขึ้น เพื่อส่งเสริมการค้า การบริการ การประกอบวิชาชีพอิสระ อุตสาหกรรมเกษตรกรรม การเงินหรือเศรษฐกิจ อันมิใช่เป็นการหากำไร หรือรายได้แบ่งปันกัน หอการค้า มี 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

- (1) หอการค้าจังหวัด
- (2) หอการค้าไทย
- (3) หอการค้าต่างประเทศ
- (4) สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

1.4 การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของต่างประเทศและประเทศไทย

1.4.1 โมเดลการบริหารจัดการจุดหมายการท่องเที่ยวของเกาหลี

จากการศึกษาโมเดลด้านการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐเกาหลีพื้นฐาน 4 ข้อ สำหรับจุดหมายของท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) โครงสร้างพื้นฐาน

1. ปัจจัยหรือคุณสมบัติที่เหมาะสมในพื้นที่
 - แหล่งท่องเที่ยว
 - การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในพื้นที่
 - ความปลอดภัย
 - ราคาค่าใช้จ่าย

2. การบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว

- การบริหารจัดการหรือการดูแล
- การบริหารด้านการตลาด
- การบริหารด้านองค์กร
- การบริหารด้านข้อมูล
- การบริหารด้านการบริการ

3. ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวและจุดที่น่าสนใจ

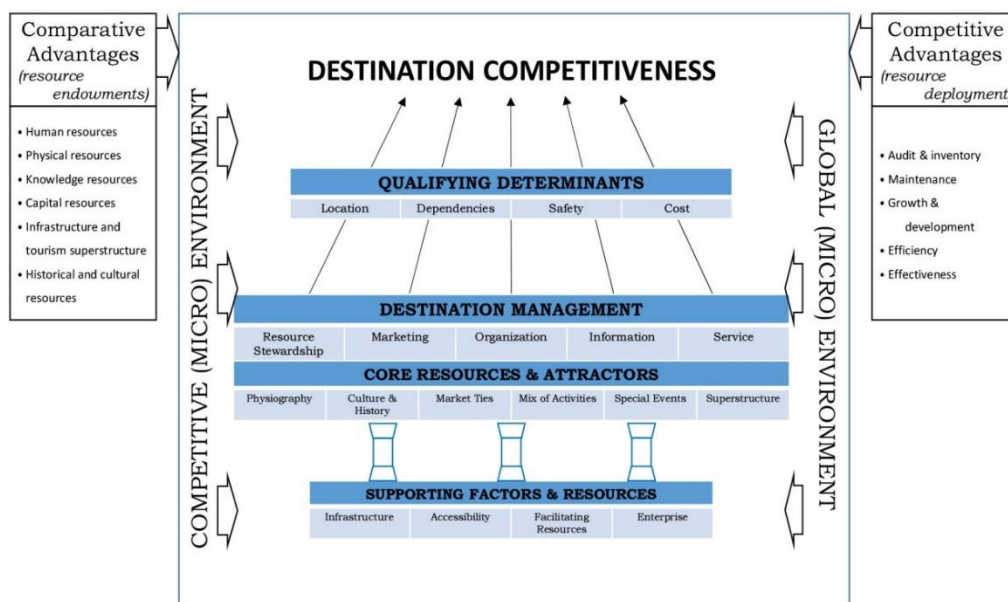
- ปัจจัยทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว
- วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
- การตลาดที่ชัดเจน
- กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย
- เทศกาลพิเศษที่สำคัญ
- สถาบันที่เกี่ยวข้องกับด้านเศรษฐกิจ

4. ทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสนับสนุน

- โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค
- การเข้าถึงพื้นที่
- การอำนวยความสะดวกในพื้นที่
- การรวมกลุ่ม

นอกจากนี้ ยังมีองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมด้วย

ภาพที่ 5 Conceptual model of destination competitiveness



ที่มา : Competitiveness Crouch and Ritchie (1999)

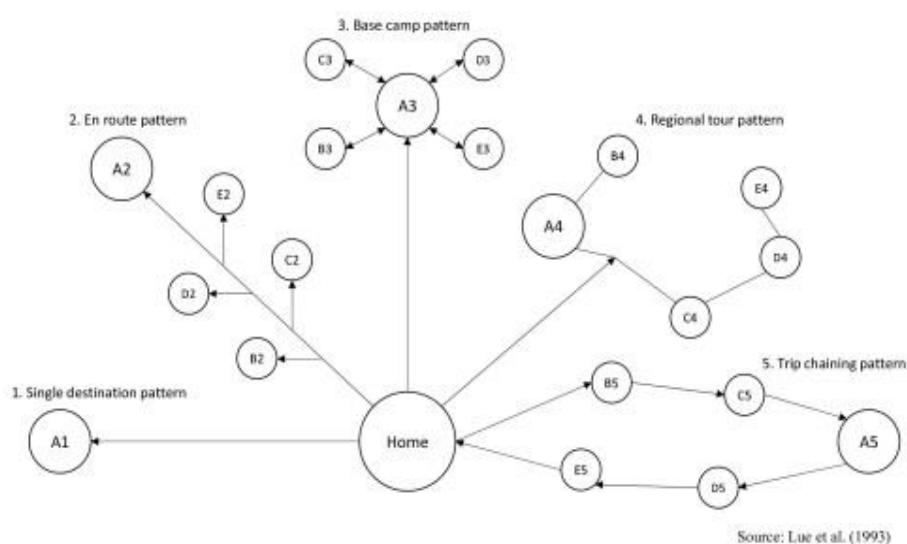
2) Smart Tourism Destination

Smart Tourism Destination หรือจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวอัจฉริยะปกติแล้วจะหมายถึง การนำเทคโนโลยีมาใช้ร่วมกับกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ซึ่งในธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้ามาในแง่ธุรกิจอยู่แล้ว ทั้งนี้ ลักษณะของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 5 แบบคือ

1. ไปเที่ยวที่เดียวหรือจุดหมายเดียว (Single destination pattern)
2. เส้นทางท่องเที่ยว (En route Pattern)
3. การท่องเที่ยวเบสแคมป์ (Base camp Pattern)
4. การท่องเที่ยวภูมิภาค (Regional tour pattern)
5. การท่องเที่ยวเชื่อมโยง (Trip Chaining pattern)

สำหรับจุดหมายแบบ ไปเที่ยวที่เดียวหรือจุดหมายเดียว (single destination pattern) ปัจจุบันเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยนิยมเพราะที่ท่องเที่ยวน้อยไม่มีอะไรที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวจะสนใจเส้นทางท่องเที่ยว (En route Pattern) หรือการท่องเที่ยวภูมิภาค (Regional tour pattern) มากกว่า แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวสนใจจุดหมายที่มากกว่า 1 ที่ ดังนั้น จากแนวโน้มการท่องเที่ยวดังกล่าว เทคโนโลยีสารสนเทศจึงเข้ามามีบทบาทและความสำคัญในการวิเคราะห์หาสถานที่ท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันที่สามารถเดินทางไปอย่างต่อเนื่อง และจะมีทิศทางไปทางใดที่จะเหมาะกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใด รวมถึงสามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตนเอง และรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกันเชื่อมโยงเข้าถึงกันได้

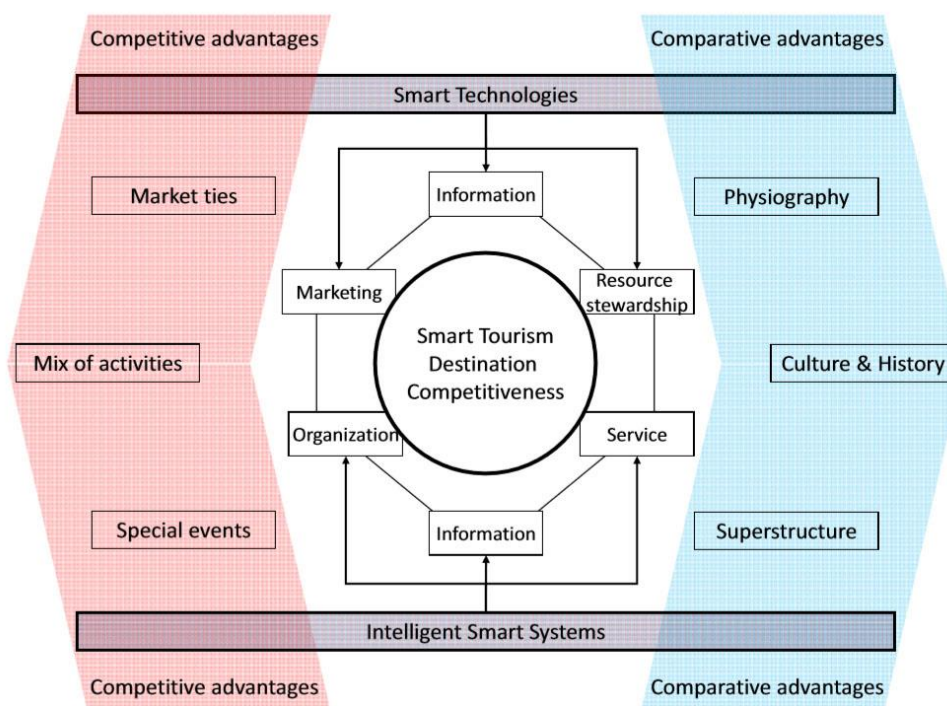
ภาพที่ 6 Fesenmaier's five spatial patterns of travel tendencies



<Figure 2> Lue et al. (1993) and Fesenmaier's five spatial patterns of travel tendencies

ที่มา : Lue et al. (1993)

ภาพที่ 7 Conceptual model of DestCompST



<Figure 3> Conceptual model of DestCompST

ที่มา : Asia Pacific Journal of Information Systems (2016)

1.4.2 การบริหารจัดการ จังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น

จากข้อมูลการศึกษากระบวนการพึ่งตนเองของชุมชนเกษตรสุ OVOP และบทเรียนสำหรับ OTOP ไทย ของนัทธมน ชีระกุล อารีวิบูลยพงศ์และทรงศักดิ์ศรีบุญจิตต์ ได้สรุปข้อมูลได้ว่า กระบวนการหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ของจังหวัด Oita ประเทศญี่ปุ่น เป็นรูปแบบ (model) ของนโยบายการพัฒนาภูมิภาค (regional development policy) ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างยิ่งกระบวนการดังกล่าวช่วยกระตุ้นและสร้างพลังให้กับคนในชุมชนได้มีโอกาสพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตและพัฒนาการผลิตในท้องถิ่นด้วยมุมมองระดับสากล หมู่บ้านโอยามา (Oyama) ตนกําเนิดของ OVOP เป็นชุมชนที่มีพื้นที่การเกษตรจำกัด และไม่มีอุตสาหกรรมหลักอีกทั้งตั้งอยู่ทางไกลจากเขตเมืองซึ่งเป็นศูนย์กลางของจังหวัด Oita ในปี 2504 ชาวบ้านในหมู่บ้านรวม 1,000 ครอบครัวได้ริเริ่มโครงการ “บวไผ่และเกาลัด” (New Plum and Chestnut: NPC) ซึ่งเป็นโครงการส่งเสริมการเพาะปลูกบวไผ่และเกาลัด ในรูปแบบการเกษตรผสมผสาน เพราะบวไผ่และเกาลัดเป็นพืชที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และภูมิอากาศของหมู่บ้าน และก่อให้เกิดรายได้ค่อนข้างสูงแก่ชาวบ้าน ทั้งนี้บวไผ่และเกาลัดให้อัตราผลตอบแทนสูงกว่าข้าว (ซึ่งเป็นพืชหลักดั้งเดิมของท้องถิ่น) ถึงร้อยละ 40 และใช้แรงงานน้อยกว่าการปลูกข้าว (Hisao et al., 2005) โครงการดังกล่าวนี้มีพัฒนาการ 3 ระยะได้แก่ ระยะที่ 1 (2504 - 2507)

เป็นช่วงแรกของการส่งเสริมการปลูกบวบและเกาลัดแทนการปลูกข้าว ซึ่งขัดกับนโยบายการเกษตรของภาครัฐในขณะนั้นที่ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกข้าว เหตุที่เกษตรกรไม่ยอมปลูกข้าว นั้น เป็นเพราะชาวไหรายไตต่ำ (Hisao et al., 2005) ในระยะนั้นเกิดโครงการ “สาขาอุตสาหกรรมที่ 1.5” หรือสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรขึ้นในหมู่บ้าน (อยู่ระหว่างสาขาเศรษฐกิจที่ 1: สาขาการเกษตร และสาขาเศรษฐกิจที่ 2 : สาขาอุตสาหกรรม) ซึ่งดำเนินงานโดยคนหนุ่มสาวภายในชุมชน ในระยะต่อมา (ปี 2508 - 2511) ผู้นำหมู่บ้านเกรงว่าเมื่อชาวบ้านมีรายได้สูงขึ้นแล้วจะเกียจคร้าน จึงต้องจัดกิจกรรมให้คนหนุ่มสาวมีโอกาสได้ไปทำงานต่างประเทศ (ฮาวาย) ซึ่งโอกาสไปเที่ยวต่างประเทศของคนในชุมชนนั้นมีน้อยมาก ดังนั้นนอกจากจะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ขยันทำงานแล้ว ยังเป็นการเปิดโลกทัศน์ของชาวบ้าน ซึ่งเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อีกทางหนึ่ง การพัฒนาในหมู่บ้านเน้นการปรับสภาพแวดล้อมให้น่าอยู่อาศัย และสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ศูนย์วัฒนธรรมศูนย์ข้อมูลชุมชน เป็นต้น เพื่อให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

หมู่บ้านโอยามานับเป็นต้นแบบของการพัฒนาชุมชนด้วยคนในชุมชนเอง รวมทั้งยังเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เริ่มสร้างสรรค์พึ่งพาตนเอง และพัฒนาสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งการพัฒนาชุมชนของหมู่บ้านโอยามานี้เป็นผลให้รัฐบาลยินยอมให้ดำเนินนโยบายที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของคนในชุมชน เพราะคนในชุมชนยอมรับถึงความต้องการที่แท้จริงของตนเองได้ดีกว่าคนภายนอก พัฒนาการ OVOP ในจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่นรูปแบบการพัฒนาของหมู่บ้านโอยามาได้ถูกนำไปปรับใช้เป็นนโยบายการพัฒนาของจังหวัดโออิตะ ในปี พ.ศ. 2522 โดยผู้ว่าราชการจังหวัด นายโมริฮิโกะ ฮิรามัทสึ (Morihiro Hiramatsu) และแพร่กระจายทั่วทุกหมู่บ้านและเมืองภายในจังหวัดในปี 2523 โออิตะเป็นจังหวัดเล็ก ๆ บนเกาะคิวชู (Kyushu) ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศญี่ปุ่นใกล้กับประเทศไต้หวันและเกาหลีเป็นเขตที่ประชาชนยากจน (รายได้ 40,000 บาท/คน/เดือน) และหลังจากโออิตะมีพื้นที่ทำการเกษตรเพียง ร้อยละ 10 และมีโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมหลักน้อยกว่าจังหวัดอื่น ทำให้ประสบปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของแรงงานกระบวนกร OVOP เป็นกระบวนการที่มีลักษณะเฉพาะตัวและเป็นการพัฒนาจากภายใน (endogenous development) หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นกระบวนการที่มีรากเหง้า นั่นคือมิได้เกิดจากนโยบายรัฐ (ทั้งในระดับชาติและภูมิภาค) แต่เกิดจากการริเริ่มและผลักดันของคนในชุมชน (Adachi, 2003) การพัฒนาจากภายใน คือ การสร้างอรรถประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อปรับปรุงมาตรฐานความเป็นอยู่ของคนในชุมชน โดยยังคงกลืนอายุของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การวัดความเจริญเติบโตของภูมิภาคได้ถูกปรับเปลี่ยนจากการคำนึงถึงผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GNP) หรือรายได้ของประชาชนในจังหวัด เป็นความพอใจมวลรวมประชาชาติ (GNS) หรือความพอใจของประชาชนในจังหวัด (Morihiro, 1999) แนวคิดพื้นฐาน หรือหลักปรัชญา OVOP ประกอบด้วย 3 ประการ (หรือ 3 ระดับการพัฒนา) ได้แก่ 1) คิกระดับโลก แต่ทำระดับท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล

(Local Yet Global) นั่นคือ ผลิตภัณฑ์ที่คงกลิ่นรสและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่สามารถเข้าถึงรสนิยมของผู้บริโภคทั่วประเทศและทั่วโลก ยิ่งเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะถิ่นมากเพียงไร ก็จะมีชื่อของโลกได้เพียงนั้น ดังนั้น การผลิตสินค้ามิใช่เพียงเพื่อสนองความต้องการของชุมชนเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงมาตรฐานในระดับประเทศหรือสากลด้วย 2) เป็นอิสระ พึ่งพาตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-reliance and Creativity) กล่าวคือ กิจกรรมต่าง ๆ ต้องมาจากความต้องการของคนในชุมชนโดยตรง นั่นคือ ประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะพัฒนาสินค้าใดเข้าร่วมโครงการ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ชนิด) ส่วนหน่วยงานรัฐมีหน้าที่เพียงให้การสนับสนุนเทคโนโลยีและการตลาดเท่านั้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้ทำให้ OVOP เป็นมากกว่าโครงการเพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงกระบวนการฟื้นฟูชุมชนด้วยและ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของ OVOP แรงขับเคลื่อนที่แท้จริงของการพัฒนาภูมิภาค คือ “มนุษย์” ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความกล้าหาญและมีวิสัยทัศน์กว้างไกล จึงจะสามารถเป็นผู้นำกระบวนการพัฒนาในแต่ละชุมชนได้อันจะทำให้เศรษฐกิจของภูมิภาคพัฒนาไปได้อย่างอัตโนมัติและเป็นธรรมชาติดังที่นั่นคำว่า “ผลิตภัณฑ์” (หรือ product) มิได้หมายถึง “สินค้า” (หรือ goods) เท่านั้น แต่หมายถึงผลิตผลจากความสามารถของมนุษย์ซึ่งสะท้อนถึงการสร้างทรัพยากรมนุษย์ในขณะที่เริ่มมีกระบวนการ OVOP ในจังหวัดโออิตะ ประชากรในโออิตะมีรายได้ต่อหัวต่ำสุดในเกาะคิวชูและประสบปัญหาการอพยพของประชากรเพื่อหางานทำนอกพื้นที่ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ เมื่อ OVOP ผ่านการพัฒนาจนกระทั่ง “Oita brand” เริ่มเป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศ ประชากรจึงหันกลับคืนท้องถิ่นและมีรายได้เพิ่มเป็น 2 เท่า (80,000 บาท/คน/เดือน) จำนวนผลิตภัณฑ์ ซึ่งขึ้นทะเบียนภายใต้โครงการ OVOP ได้เพิ่มขึ้นจากเดิม 143 ชนิดในปีพ.ศ. 2523 เป็น 336 ชนิด ในปี 2544 และมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจาก 35.9 พันล้านเยน เป็น 141 พันล้านเยน ในช่วงเวลาดังกล่าว ปัจจุบันเฉพาะหมู่บ้านโอยามามีผลิตภัณฑ์กว่า 100 ชนิด จนได้ชื่อว่า “One Village Hundred Products” ซึ่งประกอบด้วยสินค้าเกษตรขั้นพื้นฐาน (เช่น เห็ด ผัก เปนตน) จนกระทั่งถึงผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป (เช่น ขนมอบง ไส้กรอก สมุนไพรแปรรูป เปนตน) นอกจากนี้ ยังมีร้านอาหาร Kanohana Garten ซึ่งขายสินค้าชุมชนให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว และรับซื้อสินค้าชุมชนจากคนในชุมชนและชุมชนอื่น ๆ ร้านอาหารทางเป็นจุดที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายด้วย (Hisao et al., 2005 และอารีวิบูลยพงศ์และนันทมน ธีระกุล, 2548) ปัจจุบันรูปแบบ OVOP ได้แพร่ขยายไปกว่า 3,000 ท้องถิ่นทั่วประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ไทย กัมพูชา และลาว รวมถึงมองโกเลีย และสหรัฐอเมริกา แม้วามีวิธีการนำไปใช้จะแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ แต่มีจุดประสงค์ของการนำไปใช้คล้ายคลึงกัน คือ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น เพิ่มจิตสำนึกของคนในชุมชน พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และขยายโอกาสทางการตลาดจนกระทั่งสามารถส่งออกได้

สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นในช่วงที่เศรษฐกิจทั่วทั้งเอเชียอยู่ในช่วงขาขึ้น เช่นเดียวกับสภาวะเศรษฐกิจสังคมของประเทศญี่ปุ่นในขณะนั้น ยกเว้นประเทศไทย กัมพูชา และลาว ที่นำไปปรับใช้ในช่วงหลังจากฟองสบู่แตก ซึ่งในสภาพเศรษฐกิจในช่วงภายหลังฟองสบู่แตก (ปี 2540) สิ่งที่ทำให้แต่ละประเทศยากที่จะเข้าถึงแกนของการพัฒนาโดยใช้รูปแบบ OVOP ก็คือ สภาพสังคมที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ของประเทศกำลังพัฒนาในแถบอาเซียน รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจที่อ่อนแอและมีความจำกัดด้านทรัพยากรมนุษย์ซึ่งต่างจากช่วงที่ญี่ปุ่นมีการพัฒนาและปรับใช้รูปแบบ OVOP ซึ่งเป็นช่วงที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง (Adachi, 2003) ด้วยเหตุนี้เองกระบวนการ OVOP ในบางพื้นที่จึงเป็นเพียงโครงการของรัฐบาล เพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าในชุมชนเท่านั้น กระบวนการพัฒนามักผูกติดกับการสนับสนุนจากภาครัฐ มากกว่าการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชน ขาดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของชุมชนกระบวนการพัฒนาจึงเป็นเพียงเหตุผลทางการเมืองที่ไม่มีมาตรการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพรองรับ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของ OVOP Adachi (2003) ไดสรุปปัจจัยที่ทำให้กระบวนการ OVOP ของประเทศญี่ปุ่นประสบผลสำเร็จดังนี้

ที่ดิน

การนำลักษณะเด่นของประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ประเพณีทรัพยากรธรรมชาติสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ ของท้องถิ่นมาปรับใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น บวญและเกาลัดของเมืองโอยามา มะนาวคาโบสึ (Kabosu) ของเมืองทาเกตะ เทศกาลตุ๊กตาของเมืองฮิระการทองเที่ยวเชิงเกษตรและน้ำพุร้อนของเมืองยูฟูอิน เป็นต้น

แรงงาน

การเน้นในเรื่องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยมีการจัดตั้งโรงเรียนฝกอบรมผู้นำท้องถิ่น ในอนาคตเป็นจำนวนถึง 10 แห่ง อาทิเช่น Oita Agriculture Heisei Academy, Toyonokuni Business Academy, Toyonokuni International Exchange College และ Toyonokuni Tourism College เป็นต้น ซึ่งโรงเรียนเหล่านี้เน้นสาขาวิชาที่แตกต่างกันไป เน้นการปฏิบัติจริง ความรู้กระจ่าง และการศึกษาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้นำที่เขารวมฝกอบรม นอกจากนี้ยังมีการศึกษาดูงานเพื่อเรียนรู้จากภูมิภาคอื่น ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศการสร้างงานเพื่อดูดซับแรงงานส่วนเกินในท้องถิ่น และจูงใจคนหนุ่มสาวไม่ให้ออกไปทำงานนอกพื้นที่รวมทั้งการจัดตั้งองค์กรและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อาทิเช่น การจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรเพื่อร่วมกันผลิตและขายซึ่งช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยและก่อให้เกิดการประหยัดในขนาดการผลิต การรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้า เช่น กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลูกแพร์ซึ่งเป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรของเมืองฮิระและการรับสมัครแรงงานอาสาเพื่อลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น

เงินทุน

มีการสนับสนุนเงินลงทุนจากภาครัฐ ในรูปของโรงเรือน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และมีบางกรณีที่รัฐร่วมลงทุนกับกลุ่มชุมชนในระยะเริ่มแรก

เทคโนโลยี

หน่วยงานรัฐในระดับจังหวัดมีบทบาทสนับสนุนผู้ผลิตในพื้นที่ในด้านเทคโนโลยี เพื่อช่วยปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เช่น ศูนย์ให้คำแนะนำด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร ประมง ป่าไม้ ศูนย์ให้คำปรึกษา และวิจัยเห็ด ในจังหวัดโออิตะ เป็นต้น ซึ่งศูนย์เหล่านี้ มีกิจกรรมทั้งการวิจัยการพัฒนา การเผยแพร่ข่าวสาร และการฝึกอบรม/สัมมนา

การตลาด

รัฐบาลญี่ปุ่นมีมาตรการส่งเสริมการตลาดหลายประการ อาทิ “รัฐบาลปฏิบัติตนเยี่ยงผู้นำ” “รัฐบาลคือตัวแทนจำหน่าย” งานออกรานแสดงสินค้าในกรุงโตเกียวการจัดตั้งบริษัท Oita OVOP Inc. เพื่อทำหน้าที่การตลาด ทั้งขายส่ง บริการส่งถึงที่และจำหน่ายผ่านทางโทรทัศน์ (TV Shopping) การผลิตในปริมาณมากและการขนส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าตรงตามความต้องการ ทั้งนี้มีการพัฒนาพันธุ์พืช (เช่น ลูกแพร์ของเมืองอิตะ) และการเลือกทำเลที่เหมาะสมทางภูมิศาสตร์ (เช่น กุหลาบ) การจับกระแสความต้องการตลาด (ฟังเสียงของลูกค้า) เช่น การรับฟังเสียงติชมของลูกค้าจากงานออกราน การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น

เครือข่าย

ตัวอย่างเครือข่าย เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้นำที่เขารับการฝึกอบรม กงสุลระดับท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนสินค้าต่างเมืองหรือจังหวัด เครือข่ายระหว่างชาวเมืองในโออิตะและประเทศในเอเชีย เป็นต้น การบริหารท้องถิ่นและสื่อสารมวลชนหน่วยงานของรัฐในระดับจังหวัดมีแนวคิดการดำเนินงานที่ชัดเจน คือ ช่วยผู้ที่ช่วยตนเองก่อนเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อเป็นแรงจูงใจให้เกิดการพึ่งตนเองของชุมชนโดยหน่วยงาน มีบทบาทในการช่วยเหลือด้านการกระจายสินค้าการออกแบบ การบรรจุภัณฑ์ การวิจัยและพัฒนา และการให้คำแนะนำหากชุมชนมีความต้องการพัฒนาในแง่มุมที่ต่างออกไปจากนโยบายรัฐ ชุมชนจะสะท้อนความต้องการของตน เช่น การกระตุ้นให้คนในหมู่บ้านโอยามาปลูกบวบและเกาลัด โดยผู้นำประกาศว่า “ปลูกบวบและเกาลัด แล้วจะได้ไปท่องเที่ยวฮาวาย” อีกทั้งยังจัดการแข่งขัน วอลเลย์บอลในนาข้าว เพื่อส่งสัญญาณต่อต้านนโยบายส่งเสริมการปลูกข้าวของรัฐ

สิ่งแวดล้อม

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวสีเขียวและการท่องเที่ยวแบบ farm stay เป็นต้น

การแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศและการทูตท้องถิ่น

การเดินทางไปต่างประเทศ (เช่น จีน ไต้หวัน เกาหลีใต้และไทย) ของคณะกรรมการ Oita OVOP International Exchange Promotion Committee ซึ่งนำโดยอดีตรัฐมนตรีว่าการจังหวัดโออิตะ

นายโมริอิโกะ อิรามัทซึเพื่อเผยแพร่กระบวนการ OVOP และการจัดประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการ OVOP ระหว่างประเทศญี่ปุ่นกับประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย รวมถึงการจัด OVOP Study Tours ซึ่งมีคณะผู้เยี่ยมชมจากประเทศต่าง ๆ ถึง 21 ประเทศ ทั้งนี้ไทยเป็นประเทศที่ไปเยี่ยมชมงานที่ Oita มากที่สุด โดยมีคนไทยที่ไปดูงานที่ Oita ทั้งสิ้น 451 คน หรือร้อยละ 45.8 ของจำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด

1.4.3 การศึกษาดูงานชุมชนบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี

1) ข้อมูลเบื้องต้น

ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้าเป็นชุมชนเก่าแก่ริมแม่น้ำท่าจีน เดิมทีพื้นที่เรียกว่า บ้านชีผ้าขาว บ้านคลองขุด บ้านดาบเงิน บ้านดารา บ้านไผ่ตาพุท ก่อน พ.ศ. 2310 เป็นเส้นทางทัพมอญรามัญ โดยมอญรามัญได้ข้ามแม่น้ำไปอีกฝั่งของ หมู่บ้าน ลักษณะปลูกที่อยู่อาศัยเป็นเรือนไทยใต้ถุนสูง ขนาดสองฝั่งแม่น้ำสุพรรณ จึงเป็นชื่อ เรียกว่า บ้านแหลม ต่อมาเมื่อมีการแบ่งเขตการปกครองในสมัยรัชกาลที่ 6 ตั้งบ้านเป็น ตำบล ชื่อว่าตำบลตะค่าและเมื่อประชากรมากขึ้นจึงแยกออกเป็นสองตำบลแบ่งตามสองฝั่งแม่น้ำ เรียกว่า ตำบลบ้านแหลมและตำบลตะค่า นับจากนั้นเป็นต้นมา

ปัจจุบันตำบลบ้านแหลมแบ่งออกเป็น 5 หมู่บ้าน ประกอบด้วย 1 บ้านใหม่พิณสุวรรณ/ หมู่ 2 บ้านคอวัง/ หมู่ 3 บ้านป่าพฤษ/ หมู่ 4 บ้านคลองขุด/ หมู่ 5 บ้านสุขเกษม มีสองเทศบาลคือ บ้านแหลม และบ้านแหลมพัฒนา มีประชากรประมาณ 5,000 คน บ้านเรือนประมาณ 1,300 หลังคาเรือน ลักษณะของชุมชนตำบลบ้านแหลมนี้ ตลอดสองฝั่งลำน้ำเรียงรายไปด้วยบ้านทรงไทยโบราณ และวัดเก่าแก่ที่มีประวัติยาวนาน ภาพวิถีชีวิตดั้งเดิมเมื่อเกือบร้อยปี ยังมีให้ได้สัมผัส เหมือนย้อนเวลากลับไปอีกครั้ง นอกจากภาพวิถีที่งดงาม ยังมีอาหารอร่อยในย่านนี้ โดยเฉพาะขนมไทยโบราณที่รสชาติดีและสีสวยงาม กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมรวมตัวกันของชาวชุมชนจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ทำเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีประวัติศาสตร์วิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำสุพรรณบุรี โดยใช้ บ้านสวนแผ่นดินแม่ วิถีไทยกับสายน้ำ เป็นศูนย์ประสานงานบริการนักท่องเที่ยว มีโฮมสเตย์เรือนไทยริมน้ำที่ได้มาตรฐานไทย ชื่อไผ่ตาพุทโฮมสเตย์ มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นรับรองจากกรมการท่องเที่ยวมีเรือนำเที่ยวที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย สัมผัสกับการเรียนรู้วิถีอาชีพชุมชน เช่น การทำขนมไทยโบราณ อาหารไทยโบราณ น้ำพริกเผา จักสานไม้ไผ่หวาย- ผักตบชวา ถักไหมโครเซซัมเมอร์ ไร่นาสวนเศรษฐกิจพอเพียง

2) ลักษณะเด่น

เป็นชุมชนบ้านเรือนไทยติดแม่น้ำสุพรรณ การใช้วิถีชีวิตแบบ วิถีไทยกับสายน้ำ มีวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ตามเส้นทางทัพมอญรามัญ มีประเพณีเด่นหนึ่งเดียวในภาคกลาง ฝั่งตะวันตก คือ ชักพระเล่นเพลงตักบาตรกลางน้ำ



ภาพชุมชนบ้านแหลม อ.บางปะomma จ.สุพรรณบุรี

3) กิจกรรมในชุมชน

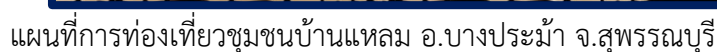
1. กลุ่มจักสานหวายและไม้ไผ่
2. กลุ่มแม่บ้านขนมไทยโบราณ
3. กลุ่มแม่บ้านผลิตดอกไม้จันทน์และดอกไม้เพ็ญ
4. กลุ่มแม่บ้านอาหารพื้นถิ่น
5. กลุ่มโฮมสเตย์ ไม้ตาพูดโฮมสเตย์ มาตรฐานอาเซียน
6. กลุ่มจักสานผักตบชวา
7. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม
8. บ้านรูปหอมหลากสีพรหมเศรษฐีหลากสีประจำวันเกิด
9. บ้านไร่สวนผสมเศรษฐกิจพอเพียง มณฑาทิพย์
10. บ้านวิถีประมงน้ำจืดริมแม่น้ำสุพรรณ
11. ร้านอาหารท้องถิ่น รับลมชมแม่น้ำ ล่องเรือทานอาหารแหวะให้วพระ
12. บ้านขุนป่าพฤษ / บ้านถักตะกร้าพลาสติกและกระเป๋าสาน
13. วัดในพื้นที่ เช่น วัดสุขเกษม / วัดป่าพฤษ / วัดใหม่พิณสุวรรณ
14. บ้านพักรายวันและรีสอร์ท
15. กลุ่มบ้านใหม่ซัมเมอร์ / บ้านไม้กวาดทางมะพร้าว

4) หลักการบริหารจัดการกลุ่ม

1. ต้องไม่ให้มีผลกระทบต่องานวิถีชีวิตประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
2. ต้องส่งเสริมการมีส่วนร่วมคิดร่วมทำของสมาชิกทุกคน ตามหลักประชาธิปไตย
3. ต้องบำรุงรักษาพระพุทธศาสนาโบราณสถานและฟื้นฟูประวัติศาสตร์ท้องถิ่น
4. ต้องเป็นสร้างงานสร้างอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ที่ยั่งยืนให้สมาชิกและคนในชุมชน

โดยผ่านกิจกรรมกลุ่ม

1. เส้นทางแม่น้ำท่าจีน
 - ไหว้พระวัดริมแม่น้ำ
 - กิจกรรมพื้นบ้านของชุมชน



โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้มีความเป็นอัตลักษณ์ หรือเฉพาะของชุมชน การสื่อสารภาษากับคนต่างประเทศ รวมทั้งการนำคนรุ่นใหม่เข้ามาช่วย ในการบริหารจัดการชุมชนเพื่อจะสืบทอดการบริหารจัดการต่อไป

1.5 สรุปสภาพปัญหา

จากสภาพปัญหาของประเทศทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมเรื่องหนึ่งที่ยังคงเติบโต อย่างแข็งแกร่ง คือ ภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นภาคบริการส่งออกที่ยังพ่วงเศรษฐกิจไว้ได้ ทั้งนี้จากข้อมูล ด้านการท่องเที่ยวพบว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ยังคงเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ต่อเนื่อง และสามารถสร้าง รายได้มหาศาลให้กับประเทศชาติ โดยเป้าหมายภาคการบริการที่สามารถพัฒนาและส่งเสริมได้ต้อง ดำเนินการตามยุทธศาสตร์คือการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันจะสามารถช่วยในการพัฒนา เศรษฐกิจและการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำซึ่งเป็นปัญหาทางสังคมของประเทศไทยได้ ทั้งนี้ การจะทำให้ภาคบริการของไทยสามารถเติบโตได้อย่างมีศักยภาพ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและ ช่วยรองรับปัญหาวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืนนั้น ภาครัฐจำเป็นต้องยกระดับภาคบริการของ ไทยให้ก้าวไปสู่ความเป็น Modern Services มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์ประเด็นปัญหา ด้านการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้ง การอ้างอิงความสำเร็จด้านการ ท่องเที่ยวทั้งจากการศึกษาการท่องเที่ยวของต่างประเทศ คือ สาธารณรัฐเกาหลี และประเทศญี่ปุ่น และการศึกษาดูงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายในประเทศยังมีปัญหาที่จะต้องแก้ไขและหาแนวทาง ในการพัฒนาเพื่อให้เกิดความยั่งยืนนั้นนอกจากประเทศไทยได้จัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเป็นทิศทางในระยะยาวเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีวิสัยทัศน์ประเทศคือ “ประเทศไทย มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”

2. การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต

จากสภาพปัญหาของประเทศในบทที่ 1 ทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเห็นได้ว่าเรื่องหนึ่งที่ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง คือ ภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นภาคบริการส่งออกที่ยังพุงเศรษฐกิจไว้ได้ อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ปัญหาและส่วนที่เกี่ยวข้อง ยังต้องมีการส่งเสริมและพัฒนา เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ทั้งนี้ แนวทางในการพัฒนาเรื่องดังกล่าวอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่อาจเข้ามาเป็นทั้งอุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาได้ โดยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องสรุปได้ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์แนวโน้ม และความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต (Scenario Analysis)

1. การเมือง

การเมืองในอดีตประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองบ่อยครั้ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา เป็นจุดเริ่มต้นของความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศ ซึ่งความขัดแย้งทางการเมืองเกิดขึ้นหลายรูปแบบ ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปตามครรลองระบอบประชาธิปไตย เช่น การยุบสภา การเลือกตั้ง การชุมนุมประท้วง การแก้ไขรัฐธรรมนูญ และการทำปฏิวัติรัฐประหาร การประกาศกฎอัยการศึกที่ไม่เป็นไปตามระบอบประชาธิปไตย การต่อต้านการใช้สินค้าจากเหตุจูงใจทางการเมือง ความรุนแรงทางการเมือง การประกาศเคอร์ฟิว การใช้กฎอัยการศึก และการรัฐประหาร ซึ่งส่งผลกระทบเชิงลบต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาคการผลิตและภาคบริการ เช่น การก่อสร้างสาขาอสังหาริมทรัพย์ และสาขาบริการขนส่งจากปัญหาความไม่แน่นอน/ความไม่สงบทางการเมืองดังกล่าว ก่อให้เกิดความเสียหายต่อประเทศชาติอย่างมาก และสร้างความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน

จะเห็นได้ว่าการขัดแย้งขึ้นในเรื่องการเมืองภายในประเทศ จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่ไว้วางใจและไม่มั่นใจถึงความปลอดภัย และเป็นเหตุทำให้ประเทศไทยต้องขาดรายได้ไปเป็นจำนวนมาก ประกอบกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างเมียนมาและเวียดนามเริ่มมีการรณรงค์ให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากขึ้น อย่างไรก็ตามประเทศไทยกำหนดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วประเทศในวันที่ 24 มีนาคม 2562 หลังจากที่มีการปกครองโดย คสช. มาเป็นเวลาเกือบ 5 ปี ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ของประเทศไทยเพื่อเข้าสู่ระบอบประชาธิปไตยทัดเทียมอารยประเทศทำให้ชาวต่างชาติ

เกิดความเชื่อมั่นด้านการเมือง ดังนั้น การคาดการณ์จะเห็นว่าหากการเมืองมีเสถียรภาพ นักท่องเที่ยวย่อมเกิดความมั่นใจเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

2. เศรษฐกิจ

สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันต้องเผชิญกับปัจจัยภายในประเทศ เช่น ข้อจำกัดด้านทรัพยากร การขาดทุนงบประมาณมากกว่า 10 ปี ปัญหาความเหลื่อมล้ำ หนี้สินครัวเรือนสูง และปัจจัยต่างประเทศ เช่น กระแสโลกาภิวัตน์ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ การกีดกันทางการค้า การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ภาวะโลกร้อน น้ำมันมีปริมาณลดลง การแสวงหาพลังงานรูปแบบอื่น ความเป็นเมืองที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทย ดังนั้น การพัฒนาเพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคงตามนโยบายของรัฐบาล จะต้องบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทย 4.0 โดยการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก ซึ่งครอบคลุมประชากรในกลุ่มฐานของรายได้ประมาณ 27 ล้านคนทั่วประเทศ (40 % ของประชากร) ส่วนใหญ่อยู่ในภาคเกษตร และในชนบท ดังนี้

2.1) การเพิ่มขีดความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการโดยการพัฒนาเกษตรกร/ผู้ประกอบการรายย่อยให้รู้จักทำการค้าขาย และปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ การเข้าถึงข้อมูลองค์ความรู้ต่าง ๆ และขยายช่องทางการตลาดที่หลากหลาย ส่งเสริมการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อสนับสนุนการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับชุมชนและผู้มีรายได้น้อย

2.2) การยกระดับราคาและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร สินค้า/บริการชุมชน โดยส่งเสริมการแปรรูป สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการด้วยอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทางวัฒนธรรม ผสานกับนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพ ยกย่องการผลิตเข้าสู่มาตรฐานความปลอดภัย และสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ

2.3) ส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตรมูลค่าสูงและสินค้า/บริการชุมชน โดยมุ่งเน้นขยายช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น สินค้า GI สินค้าเกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป เกษตรปลอดภัย/เกษตรอินทรีย์ รวมทั้งสินค้า/บริการชุมชนตามศักยภาพและจุดเด่น/อัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยใช้หลักการตลาดนำการผลิต มุ่งเน้นบริการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการวางแผนการผลิตสินค้าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งเชื่อมโยงการจำหน่ายกับเครือข่ายพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2.4) พัฒนาระบบตลาด และโลจิสติกส์เกษตรชุมชน โดยส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชนเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน/ ผู้ประกอบการรายย่อยในการสร้างและพัฒนาตลาด/ แหล่งการค้า คลังสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพภาคเกษตรและเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าชุมชน รวมทั้งเชื่อมโยงเข้าสู่โลจิสติกส์ชุมชน

2.5) พัฒนาแหล่งการค้าชุมชนเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ทั้งในเมืองหลักและเมืองรอง เพื่อขยายช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร สินค้าธุรกิจบริการชุมชนที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว

2.6) ค่าครองชีพของประชาชน โดยเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพภายใต้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนภายใต้กลไกประชารัฐ และการดูแลราคาและบริการให้มีความเหมาะสมและเป็นธรรม

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมีมาตรการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ใน 4 ประเด็นคือ 1) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสูงกว่าเข้าไปสนับสนุนกิจการของท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น สหกรณ์ และวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น 2) ขยายขอบข่ายของผู้ให้การสนับสนุนให้กว้างขึ้นจากเดิมเฉพาะกิจการด้านการเกษตรเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทุกประเภทกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในปัจจุบัน 3) ขยายขอบข่ายของผู้รับการสนับสนุนจากเดิมเฉพาะกิจการด้านการเกษตรเพิ่มเติมให้ครอบคลุมอุตสาหกรรมเบา และกิจการท่องเที่ยวชุมชน 4) เพิ่มวงเงินยกเว้นภาษีเงินได้จากเดิมร้อยละ 100 ของเงินลงทุนในการสนับสนุนเป็นร้อยละ 120 ของเงินลงทุนในการสนับสนุน เพื่อเพิ่มแรงจูงใจ การสร้างการท่องเที่ยวชุมชน เช่น การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก การสนับสนุนเพื่อยกระดับมาตรฐานและความปลอดภัย การสร้างความรู้ด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมการสนับสนุนการนำเทคโนโลยี IoT หรือ Big Data มาใช้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้รองรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง เช่น สร้างระบบ Smart Tourism เพื่อช่วยบูรณาการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบยิ่งขึ้น นอกจากนี้ นโยบายทางเศรษฐกิจในการลงทุนของ บริษัทสตาร์ทอัพด้านการเดินทาง ตลอดจนกิจการส่วนบุคคลที่จะช่วยกำหนดอนาคตใหม่ของจุดหมายต่าง ๆ บนโลกซึ่งจะเริ่มเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้นในปีที่กำลังมาถึง โดยมีเทคโนโลยีที่น่าทึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการแก้ปัญหา และการสนับสนุนผู้ประกอบการรายใหม่ที่เกี่ยวข้องกับ Modern Services อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการสนับสนุนจากภายในประเทศ แต่ก็ยังมีปัจจัยภายนอกประเทศที่อาจจะมีผลให้การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ อาทิ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในหลายประเทศที่มีแนวโน้มชะลอตัวและความผันผวนของค่าเงิน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทางเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว หรือการปรับลดการใช้จ่ายของการเดินทาง

3. สังคม

สภาพสังคมของประเทศไทย ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงสู่สังคมผู้สูงอายุ สังคมไทยในปัจจุบันกำลังก้าวเข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุ เพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจสังคม และเทคโนโลยีรวมถึงความก้าวหน้าทางด้านการแพทย์ส่งผลทำให้ประชากรมีอายุยืนยาวขึ้น โครงสร้างอายุประชากรในอีก 20 ปีข้างหน้า สัดส่วนของประชากรวัยเด็กจะลดลง แต่สัดส่วนของประชากรวัยแรงงานและวัยสูงอายุจะเพิ่มสูงขึ้น จะก่อให้เกิดปรากฏการณ์สำคัญที่มีผลต่อสังคมไทยอย่างมาก นั่นคือ การมีผู้สูงอายุมากกว่าคนในวัยทำงาน ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นจากจำนวนเด็กที่เกิดใหม่ ที่ลดลงในขณะที่ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สังคมผู้สูงอายุจะส่งผลกระทบทางด้านบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่จำเป็นต้องใช้แรงทางกายภาพมากนัก และผู้สูงอายุโดยทั่วไปนั้นโดยธรรมชาติแล้วมักสนใจและศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่น ซึ่งไม่สนใจการท่องเที่ยวในส่วนนี้มากนัก

2) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมจะทำให้โครงสร้างการผลิตจะมีการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมเป็นสังคมอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยการผลิตนั้นจะอาศัยเทคโนโลยีระดับกลาง และระดับสูงเพิ่มมากขึ้น การเกษตรจะเน้นการผลิตพืชผลที่ไม่ต้องใช้เนื้อที่ในการเพาะปลูกมาก เหมือนพืชหลักชนิดเดิม ส่วนภาคอุตสาหกรรมจะเน้นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมส่งออกมากขึ้น

3) การขยายตัวของสังคมเมืองย่อมส่งผลต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจและพฤติกรรมของประชากรเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ประชากรอาศัยอยู่ในเมืองมากขึ้น และมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงและการใช้ชีวิต โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้า การท่องเที่ยว เพื่อการเลือกซื้อสินค้ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตของสังคมเมือง

4) สิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียมหรือสภาพการทำงานโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ดังนั้น การตัดสินใจจึงมักชอบเดินทางไปในสังคมที่เปิดรับทุกเพศ ทุกวัย

4. เทคโนโลยี

เทคโนโลยีได้ทำให้สังคมปัจจุบันเข้าสู่โลกดิจิทัล โดยสังเกตได้จากจำนวนอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ทั่วโลกได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประมาณ 100 เท่าภายในระยะเวลา 17 ปี รวมถึงอัตราจำนวนอุปกรณ์ต่อประชากร 1 คนได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคผ่านทางโทรศัพท์ได้เพิ่มขึ้น และสัดส่วนการใช้จ่ายผ่านอินเทอร์เน็ตสำหรับการท่องเที่ยว นั้น ได้มีส่วนเพิ่มมากขึ้นกว่าช่องทางอื่น ๆ ดังนั้นแนวโน้มด้านเทคโนโลยีและโลกยุคดิจิทัล

จึงมีความสำคัญในการนำมาวิเคราะห์เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ในอนาคต กระแสดิจิทัลและการเติบโตของอินเทอร์เน็ตส่งผลให้คนทั่วโลกสามารถเชื่อมต่อถึงกันได้โดยสะดวก และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลการเดินทางที่พัก รูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องการได้อย่างง่ายดายจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อาจกล่าวได้ว่า กระแสดังกล่าวส่งผลทางบวกต่อภาคการท่องเที่ยวโดยรวม เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตช่วยให้การท่องเที่ยวมีความสะดวกและมีความง่ายตายมากขึ้น แนวโน้มของเทคโนโลยีและโลกดิจิทัลส่งผลกระทบด้านบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และสุขภาพ เนื่องจากประชากรโลกในปัจจุบันทำงานอยู่กับหน้าจอคอมพิวเตอร์ อยู่กับโทรศัพท์ ติดต่อบริการกับโลกภายนอกตลอดเวลา ทำให้ประชากรส่วนใหญ่มีความโหยหาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งทำให้สามารถตัดขาดจากโลกภายนอกได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง รวมถึงต้องการดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้นรวมถึงการผ่อนคลายโดยการคลายความตึงเครียด นอกจากนี้โลกดิจิทัลยังส่งผลกระทบบวกต่อการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และการท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลร้านอาหารและคู่มือผ่านทาง Social Media ได้สะดวกมากขึ้น รวมถึงผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีการแชร์รูปภาพของอาหารผ่านทางสื่อ Social Media อีกทั้งการทำแคมเปญ โปรโมชันสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้าสามารถทำได้ง่ายขึ้น เนื่องจากความสะดวกและความง่ายในการเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่าในยุคดิจิทัล “ความสะดวกสบาย” จะกลายเป็นมาตรฐานสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทคโนโลยีด้านการเดินทาง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองจะเพิ่มนวัตกรรมในยุคดิจิทัลได้สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในโลกออนไลน์มีให้เห็นอย่างแพร่หลาย การจ่ายเงินออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นเรื่องปกติในยุคดิจิทัลนอกจากนี้ นวัตกรรมที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านการเดินทาง ทั้งเส้นทางการบินที่เพิ่มขึ้น เที่ยวบินราคาประหยัด ไปจนถึงบริการเช่ารถยนต์ที่สะดวก รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับบริการขนส่งสาธารณะอย่างละเอียดแบบเรียลไทม์ซึ่งให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวในระยะสั้นนั้น มีความหลากหลายและเหมาะกับตัวผู้เดินทางแต่ละคนมากยิ่งขึ้น

5. กฎหมาย

ปัจจุบันมีกฎหมายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมไปถึงคุ้มครองนักท่องเที่ยว เช่น พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2561

นอกจากนี้ยังมีนโยบายซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียม Visa on Arrival (VOA) รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563 (CBT Thailand) จัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภายใต้คณะกรรมการนโยบาย

การท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ซึ่งผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีแล้วเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2560 โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นประธานและองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรืออพท. เป็นฝ่ายเลขานุการเพื่อประสานการทำงานกับภาคีทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนดังกล่าว จึงถือเป็นแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฉบับแรกของประเทศไทยที่มุ่งเน้นการพัฒนาในระดับชุมชนเป็นหลักเพื่อให้เกิดการกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปสู่เศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง โดยมีวิสัยทัศน์ว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทย พัฒนาสู่สากลอย่างมีเอกภาพบนฐานการรักษาและจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนสู่ชุมชนแห่งความสุข”

1) การพัฒนาคนและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการพัฒนาคนในชุมชนและท้องถิ่นเพื่อให้สามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้

2) การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นโดยมุ่งเน้นให้ชุมชนเข้าใจตัวเองว่ามีดีอะไรและต่อยอดนำเสนอจากทรัพยากรที่มี ไม่จำเป็นต้องสร้างสิ่งใหม่ ๆ ที่อาจจะไม่ใช่อัตลักษณ์ของท้องถิ่น

3) การตลาดที่เหมาะสมกับชุมชน เพื่อแสวงหาลาดานักท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแต่ละชุมชน และสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยไม่เสียอัตลักษณ์ของชุมชนนอกจากนั้น เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการนำเที่ยวให้นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสมเพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าเส้นทางการท่องเที่ยว

4) การสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้สามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนทรัพยากร ความรู้และประสบการณ์ร่วมกันเพื่อทำงานเป็นเครือข่ายภาคประชาชนที่เข้มแข็งได้ในระยะยาว โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการสนับสนุนของภาครัฐหรือภาคเอกชนเสมอไป

5) การประเมินผลด้วยตัวชี้วัดความสุขของชุมชนและนักท่องเที่ยวเนื่องจากวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์ ดังนั้นตัวชี้วัดความสำเร็จจึงไม่ใช่เพียงรายได้ที่เพิ่มขึ้นหรือนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น แต่เป็นความอยู่ดีมีสุขในมิติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเป็นการแลกเปลี่ยนของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนที่เท่าเทียม มีความสุขร่วมกัน

6. สิ่งแวดล้อม

การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นที่ได้รับการกล่าวถึงในระยะเวลาที่ผ่านมา และมีแนวโน้มมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ พิจารณาได้จากจำนวนอุบัติเหตุทางธรรมชาติเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และมูลค่าความเสียหายจากอุบัติเหตุเพิ่มขึ้นในขณะเดียวกันงบประมาณที่สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้นมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมที่มีมากขึ้นด้วย

จากความกังวลเรื่องสิ่งแวดล้อมจะแปรเปลี่ยนมาเป็นการลงมือทำมากขึ้น โดยผู้เดินทางยุคมิลเลนเนียล และกลุ่มเจนเอเรชั่น Z จะมองหาประสบการณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในจุดหมายที่เดินทางไป ในขณะที่ผู้ให้บริการที่พักเองก็มองหาช่องทางที่จะลดการใช้พลาสติกและเพิ่มใบรับรองในด้านการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ผู้เดินทางจากทั่วโลกต้องการจะใช้เวลาทำกิจกรรมที่จะชดเชยผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น การตระหนักรู้ถึงผลกระทบของพฤติกรรมมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนทางธรรมชาติส่งผลให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยวที่เน้นความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมอย่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและมีความงามทางธรรมชาติ ประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบตรงนี้ในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวได้

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และสภาพความแปรปรวนของภูมิอากาศทั่วโลกยังส่งผลกระทบต่อแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

2. การวิเคราะห์หาจุดแข็ง โอกาส แรงบันดาลใจ และผลลัพธ์ในเชิงบวกที่จะเกิดขึ้น (SOAR Analysis)

2.1 จุดแข็ง (Strengths)

1) ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีทั้งทะเล ภูเขา น้ำตก ซึ่งความหลากหลายนี้ทำให้ชาวต่างประเทศชื่นชอบอย่างมาก

2) วัฒนธรรมของประเทศไทย สามารถจำแนกออกมาได้เป็นหลาย ๆ ข้อ วัฒนธรรมนั้นมีความสำคัญมากในการบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของประเทศ

อาหาร - มีความสำคัญอย่างมาก รูปแบบอาหารของไทยด้วยความหลากหลายตามภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยและรสชาติ ทำให้มีชื่อเสียงไปทั่วโลก

สถาปัตยกรรม - เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่ยบ่งบอกถึงความเป็นไทย ผ่านออกมาทางอาคาร บ้านเรือน ภาคเหนือก็จะมีการออกแบบที่มีความเป็นภาคเหนือ หากมาอยู่ภาคกลางก็จะอีกแบบหนึ่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้หาไม่ได้ในชาติตะวันตก

ความเป็นไทยของคนไทย - เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดของทีกล่าวมาคนไทยยิ้มง่ายนั้นเป็นตัวอย่างของความเป็นไทย อีกอย่างหนึ่งคือเรื่องคุณภาพของการบริการซึ่งคนไทยนั้นมีหัวใจบริการ

3) การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้สูงอายุ

4) การเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ (การท่องเที่ยวยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)

- 5) ความได้เปรียบด้านค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว
- 6) ความพร้อมของสาธารณูปโภค คมนาคม ฯลฯ
- 7) ภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวมีความสามารถ
- 8) การเปิดเสรีภาคบริการ และ MRAs ด้านการท่องเที่ยว

2.2 โอกาส (Opportunities)

จากปัญหาต่าง ๆ ที่ประเทศไทยต้องเผชิญ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะเศรษฐกิจของประเทศ ที่ภาคการผลิตชะลอตัว การย้ายฐานการผลิตของต่างประเทศ คุณภาพแรงงาน การส่งออกที่หดตัว ทั้งนี้ ยังมีอุตสาหกรรมหนึ่งคืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยังคงเติบโต โดยหากประเมินโอกาสของอุตสาหกรรมแล้ว มีดังนี้

1) ภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมอย่างดี

- นโยบายรัฐบาลและยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี สนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน

- มาตรการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ใน 4 ประเด็นคือ 1) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสูงกว่าเข้าไปสนับสนุนกิจการของท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น สหกรณ์ และวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น 2) ขยายขอบข่ายของผู้ให้การสนับสนุนให้กว้างขึ้นจากเดิมเฉพาะกิจการด้านการเกษตร เพิ่มเติมให้ครอบคลุมทุกประเภทกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในปัจจุบัน 3) ขยายขอบข่ายของผู้รับการสนับสนุนจากเดิมเฉพาะกิจการด้านการเกษตร เพิ่มเติมให้ครอบคลุมอุตสาหกรรมเบา และกิจการท่องเที่ยวชุมชน 4) เพิ่มวงเงินยกเว้นภาษีเงินได้จากเดิมร้อยละ 100 ของเงินลงทุนในการสนับสนุน เป็นร้อยละ 120 ของเงินลงทุนในการสนับสนุน เพื่อเพิ่มแรงจูงใจการสร้างการท่องเที่ยวชุมชน

- การให้สิทธิประโยชน์แก่ธุรกิจประเภทบริการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และกิจการ Cloud Service เป็นต้น

2) การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้สูงอายุ

- “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” (Health Tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวที่พ่วงกิจกรรมด้านสุขภาพไว้ด้วย การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามกระแสการเอาใจใส่ดูแลด้านสุขภาพที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน และหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียรวมทั้งประเทศไทย ต่างให้การส่งเสริมการขยายตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นช่องทางสำคัญที่สามารถเพิ่มรายได้จำนวนมากเข้าประเทศ และมีโอกาสที่จะขยายตลาดรวมทั้งการลงทุนได้อย่างกว้างขวาง เมื่อมีการเปิดเสรีภาคบริการของประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียน โดยอาศัยความได้เปรียบด้านค่าใช้จ่ายในบริการทางการแพทย์ที่ถูกกว่า ด้วยมาตรฐานการรักษาในระดับสากล รวมถึงความพร้อมและการรองรับด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ในปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่ต่างหันมาให้ความสำคัญในการเอาใจใส่ดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมด้านสุขภาพมีให้เลือกทั้งบริการด้านการแพทย์ตามโรงพยาบาล สถานพยาบาล และสถานบริการต่าง ๆ อาทิ การแพทย์แผนไทย การล้างสารพิษ การเล่นโยคะ การทำสมาธิ การนวดแผนไทย และสปา ประเทศไทยมีความได้เปรียบในบริการด้านสุขภาพหลายประการ โดยเฉพาะความพร้อมในด้านบุคลากรทางการแพทย์ และค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า รวมทั้งยังมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และบริการรองรับด้านการท่องเที่ยว ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล ซึ่งเกื้อหนุนต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- สำหรับประเทศไทยแล้ว ธุรกิจโรงพยาบาล ถือว่า เป็นธุรกิจที่ค่อนข้างโดดเด่น และสามารถแข่งขันในระดับภูมิภาคได้ เพราะค่ารักษาพยาบาลที่ไม่แพง เมื่อเทียบกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ และประเทศไทยยังมียุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว และเป็นศูนย์กลางหนึ่งของธุรกิจการบิน จึงทำให้เกิด Medical Tourism ของธุรกิจโรงพยาบาลที่ภาครัฐสนับสนุน และเฟื่องฟูในประเทศไทย มากขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้ เนื่องจากโครงสร้างประชากรไทยใหญ่พอ และมีแนวโน้มเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย ด้วยฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงช่วยหนุนให้ธุรกิจมีฐานลูกค้าที่ช่วยลดต้นทุนการบริหารขึ้นไปอีก

3) การเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนามาตรฐาน (การท่องเที่ยวยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)

4) กระแสโลกในเรื่องสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน

- แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเริ่มเข้ามามีบทบาทในกระแสการพัฒนาของสังคมโลก นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 เริ่มตั้งแต่องค์การสหประชาชาติได้จัดให้มีการประชุมสุดยอดว่าด้วยสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ (Human Environment) ณ กรุงสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ซึ่งเรียกร้องให้ทั่วโลกได้คำนึงถึงผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยจนเกิดขีดจำกัดของทรัพยากรโลก ผลจากการประชุมดังกล่าวทำให้ทั่วโลกหันมาให้ความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมกันอย่างกว้างขวาง

- ประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในกระแสโลก มาปรับใช้ ในกระบวนการวางแผนพัฒนาประเทศด้วยเช่นกัน โดยแนวทางการพัฒนาประเทศในระยะกว่า 20 ปี ที่ผ่านมา ได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดการพัฒนาสู่ความยั่งยืนมากขึ้น จากที่เน้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวเป็นหลัก ได้ให้ความสำคัญกับเป้าหมายด้านอื่น ๆ อาทิ ด้านสังคม สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 - 2529) เป็นต้นมา ซึ่งได้นำไปสู่การผลักดันให้มีการออกกฎหมายดูแลในเรื่องสิ่งแวดล้อม และจัดตั้งกลไกดูแลงานด้านสิ่งแวดล้อมขึ้นในระยะต่อมา ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 - 2539) ได้มุ่งให้การพัฒนามีคุณภาพและยั่งยืน โดยเพิ่มมิติ 7 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในการรักษาการเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

การกระจายรายได้ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) นับเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดที่มุ่งเน้น “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” โดยใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือพัฒนาคนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและเปลี่ยนวิธีการพัฒนาเป็นองค์รวม พร้อมทั้งมีกระบวนการพัฒนาที่เชื่อมโยงมิติด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกันอย่างสมดุล ส่วนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) ซึ่งได้ใช้เป็นกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศในปัจจุบันนี้ ได้บัญญัติหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มาเป็นปรัชญาในการพัฒนาและบริหารประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่สมดุล ทั้งด้านคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมพร้อมทั้งยึดหลักทางสายกลาง เพื่อให้ประเทศรอดพ้นจากวิกฤตสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง และนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุล มีคุณภาพและยั่งยืน

การดำเนินงานตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ต่อเนื่องจนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ดังกล่าวนับเป็นตัวอย่างของการดำเนินงานพัฒนาประเทศอย่างเป็นองค์รวม โดยคนไทยทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมมุ่งสู่เป้าหมาย และจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน และความอยู่ดีมีสุขของคนไทยทุกคน

5) ชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยวกระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยววัฒนธรรมจะช่วยเสริมสร้างตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

จากยุทธศาสตร์ชาติ ที่ได้กำหนดกรอบพัฒนาประเทศระยะยาว เพื่อให้ประเทศบรรลุวิสัยทัศน์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยครอบคลุมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 - 2580 ในส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก หรือ เป็นแม่เหล็กการท่องเที่ยวระดับโลก โดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งหนึ่งในเป้าหมายคือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น

นอกจากนี้ สังคมในปัจจุบันมีความตระหนักถึงความสำคัญของศิลปะ วัฒนธรรม เทศกาล รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมพื้นบ้านมากขึ้นทั้งนี้การตื่นตัวต่อวัฒนธรรมประกอบกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมของในแต่ละพื้นที่เป็นจุดกำเนิดของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังจะเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้กลายเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุโรป อีกทั้งประเทศอื่น ๆ ได้พยายามที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศของตนเอง นอกจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจทั้งระดับประเทศและระดับภูมิภาคแล้ว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป

สำหรับประเทศไทยแล้ว การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้ และการจ้างงานให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามกลางการแข่งขันของตลาดท่องเที่ยวที่สูงขึ้น กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงได้รับความสนใจเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยว และมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และได้มีการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน

6) เทคโนโลยีสุขภาพเข้ามาบทบาทในชีวิตประจำวัน

เนื่องจากประชากรโลกในปัจจุบันทำงานอยู่กับหน้าจอคอมพิวเตอร์ อยู่กับโทรศัพท์ ติดต่อสื่อสารกับโลกภายนอก ตลอดเวลา ทำให้ประชากรส่วนใหญ่มีความโหยหาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งทำให้สามารถตัดขาดจากโลกภายนอกได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง รวมถึงต้องการดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้นรวมถึงการผ่อนคลายโดยการคลายความตึงเครียด นอกจากนี้โลกดิจิทัลยังส่งผลกระทบบวกต่อการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและการท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลร้านอาหารและดูรีวิวผ่านทาง Social Media ได้สะดวกมากขึ้น

7) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

- รูปแบบของการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้นกว่าในอดีต นักท่องเที่ยวหลายกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจต่อประเทศไทยมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการเปลี่ยนแปลงเช่นกันประเทศไทยยังคงเป็นประเทศท่องเที่ยวที่เป็นที่สนใจของชาวต่างประเทศ เช่น กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต หัวหิน โด่งดังมีชื่อเสียง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากในแต่ละปี ด้วยความแตกต่างในเชิงภูมิศาสตร์ ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีจุดเด่นเยอะส่งผลให้เรามีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวโดยมีเป้าหมายเฉพาะเจาะจงที่มาก นักเดินทางมีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาไทยที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงเกษตร เชิงอุตสาหกรรม เชิงพาณิชย์ เชิงวัฒนธรรม เชิงศาสนา เชิงการแพทย์ เชิงสุขภาพ เชิงกิจกรรมและกีฬา

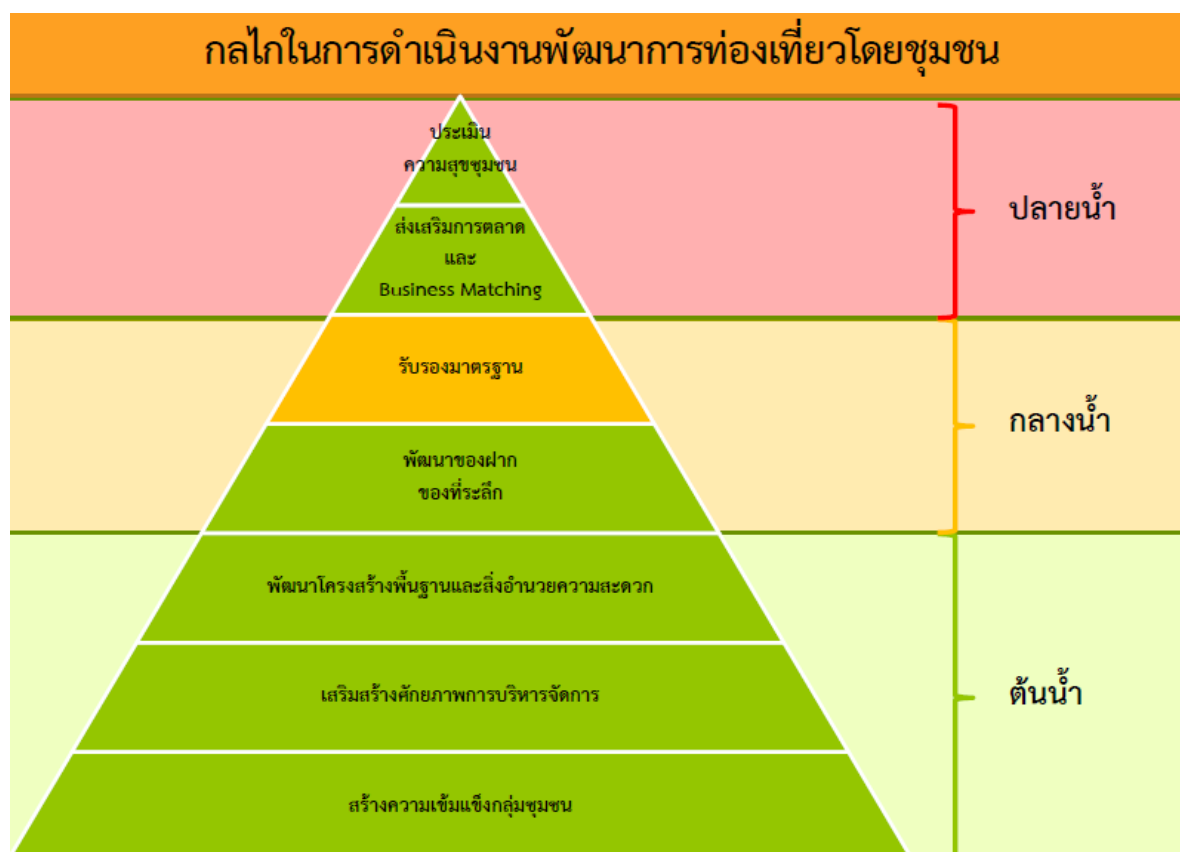
- นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปหลายตลาดยังมีแนวโน้มที่ดีอาทิ นักท่องเที่ยวจากเยอรมัน ฝรั่งเศส ภูมิภาคเอเชียใต้ และภูมิภาคอื่น ๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางหลายประเทศยังมีทิศทางที่ชะลอตัวยกเว้นนักท่องเที่ยวจากอิสราเอล ส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยเศรษฐกิจในประเทศ ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางเลือกเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้มากขึ้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐฯ และแอฟริกาใต้ ก็น่าจะมีแนวโน้มดี

2.3 กระบวนการสร้างแรงบันดาลใจ (Aspiration)

จากการวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาสข้างต้นจะเห็นว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีพื้นที่ในการส่งเสริมและพัฒนาเพื่อนำมาแก้ปัญหา การกระจายรายได้ และลดความเหลื่อมล้ำ โดยหากดำเนินการกับกลุ่มชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งโอกาสที่ภาครัฐให้การสนับสนุน จะช่วยผลักดันให้เกิดความสำเร็จเป็นอย่างมาก นอกจากนี้การนำเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เข้ามาในช่วยให้การส่งเสริมเรื่องดังกล่าว จะให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ โดยกระบวนการที่จะผลักดันให้เกิดต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยกระบวนการพัฒนาจะต้องพัฒนาดังแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ทั้งนี้ การที่จะดำเนินการไปสู่ความสำเร็จ ต้นน้ำเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เข้าไปช่วย เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยการสร้างโมเดลต้นแบบขึ้นมา เพื่อนำไปใช้ให้เหมาะสมกับสถานที่แต่ละที่ซึ่งมีความแตกต่างกัน

ภาพที่ 8 กลไกในการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน



2.4 ผลดีที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Results)

ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหากมีต้นแบบโมเดลการท่องเที่ยวสำหรับชุมชนแล้ว คาดว่า

- 1) อัตราการเติบโตของรายได้สูงขึ้น ร้อยละ 50 และกระจายได้อย่างทั่วถึง
- 2) ต้นทุนลดลงและผลิตภาพของชุมชนเพิ่มสูงขึ้น ร้อยละ 50
- 3) ประชาชนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้

3. แนวทางแก้ปัญหา และ/หรือ การพัฒนา

จากการคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคตจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีพื้นที่ในการส่งเสริมและพัฒนา และสามารถนำมาเป็นกลไกในการแก้ปัญหาการกระจายรายได้ และลดความเหลื่อมล้ำ โดยหากดำเนินการกับกลุ่มชุมชนซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศโดยสร้างความเข้มแข็งและสามารถสร้างรายได้ได้ด้วยตนเอง โอกาสในการยกระดับประเทศให้พ้นประเทศที่มีรายได้ปานกลางก็จะมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ หากจะประสบความสำเร็จได้ภาครัฐให้การสนับสนุนจะช่วยผลักดัน โดยการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เข้ามาในช่วยให้การส่งเสริมเรื่องดังกล่าว โดยกระบวนการที่จะผลักดันให้เกิดต้องสร้างความเข้มแข็งจะต้องพัฒนาตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งแนวทางการแก้ปัญหาและการพัฒนาสามารถที่มีประสิทธิภาพประการหนึ่ง คือการสร้างโมเดลการท่องเที่ยวเป็นโมเดลสำเร็จรูป เพื่อให้แต่ละพื้นที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ตามพื้นที่ของตนเองได้อย่างเหมาะสมรวมทั้งส่วนประกอบ กลางน้ำ และปลายน้ำ จากกลไกในการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไปตามภาพที่ 8

นอกจากนี้ หากวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ ตามภาพที่ 1 เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยแปลงมาเป็นเครื่องมือในการท่องเที่ยว ดังนี้ ตารางที่ 2 การแปลงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นเครื่องมือในการท่องเที่ยว

SDGs	Tourism Tools
No Poverty ขจัดความยากจนทุกรูปแบบทุกสถานที่	Village Tourism การสร้างหมู่บ้านท่องเที่ยว
Good Health and well-being รับรองการมีสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนทุกช่วงอายุ	Quality of life คุณภาพชีวิตของประชาชน
Gender Equality บรรลุความเท่าเทียมทางเพศ พัฒนาบทบาทสตรีและเด็กผู้หญิง	Respect Human right คุ้มครอง และการเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
Decent Work and Economic Growth ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องครอบคลุมและยั่งยืนการจ้างงานที่มีคุณค่า	Creates Job Opportunities การสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น

SDGs	Tourism Tools
Reduced Inequalities ลดความเหลื่อมล้ำทั้งภายในและระหว่างประเทศ	Equity development การพัฒนาอย่างทั่วถึง เท่าเทียม
Sustainable Cities and Communities ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัยทั่วถึง พร้อมรับความเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอย่างยั่งยืน	Urban Tourism การท่องเที่ยวชุมชนเมือง เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต สังคม ชุมชนและวัฒนธรรมคนเมือง
Responsible Consumption and Production รับรองแผนการบริโภค และการผลิตที่ยั่งยืน	Carrying Capacity ความสามารถในการรองรับพื้นที่
Climate Action ดำเนินมาตรการเร่งด่วนเพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบ	Renewable energy การใช้พลังงานหมุนเวียน
Life Below Water อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเล เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	Marine Tourism การท่องเที่ยวทางน้ำ
Life on Land ปกป้อง ฟื้นฟู และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบกอย่างยั่งยืน	Eco Tourism การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์
Peace and Justice Strong Institutions ส่งเสริมสังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	Respect & Tolerance การเคารพ และการยอมรับความคิดที่แตกต่างกัน
Partnerships for the Goals สร้างพลังแห่งการเป็นหุ้นส่วน ความร่วมมือระดับสากลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	Brotherhood ความเป็นพวกพ้อง พี่น้องในการเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ การที่จะดำเนินการไปสู่ความสำเร็จ จากรูปแบบและการวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การพัฒนาซึ่งเป็นข้อเสนอแนวทาง ที่จะสามารถแก้ปัญหาการกระจายรายได้ที่กระจุกตัว และความเหลื่อมล้ำของสังคมได้ ดังนี้

1. การสร้างโมเดลต้นแบบเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เป็นรูปธรรม

โมเดลต้นแบบเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเป็นแนวทางการพัฒนาอย่างครบวงจรสำหรับชุมชน ซึ่งในโมเดลจะประกอบไปด้วยโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น โดยเพิ่มเติมนวัตกรรมเข้าไปให้เข้ากับประเทศไทย 4.0 และรายละเอียดที่จะเติมเต็มปัญหา และแนวโน้มของประเทศในอนาคต

ภาพที่ 9 โมเดลการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ 4.0



1) ที่จอดรถ

- มีพื้นที่เพียงพอรองรับรถทุกประเภท อาทิ รถบัสโดยสาร รถส่วนบุคคล รถนำเที่ยว
- มีที่จอดรถสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ และมีทางลาด
- มีระบบจอดรถอัจฉริยะ (Smart Parking) ที่สามารถแจ้งสถานะและจองที่จอดรถได้ มี GPS

นำทางไปยังที่จอด จดจำจุดจอดรถ รวมทั้ง การแจ้งเตือนภัย ผ่านทางแอปพลิเคชัน

- มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับรถที่ใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น ตู้ชาร์จไฟ
- มีระบบรักษาความปลอดภัย

2) รถสาธารณะ/แท็กซี่

- มีที่จอดรถสำหรับรถโดยสารและรถแท็กซี่
- มีจุดรับ-ส่งผู้โดยสาร โดยมีป้ายอัจฉริยะ (Smart Bus Stop) แสดงตำแหน่งและเวลาของรถ
- ที่นั่งรถสาธารณะสำหรับผู้โดยสาร และ มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ
- ระบบจัดการรถโดยสารอัจฉริยะ (Smart Bus) แสดงตารางเวลาเที่ยวรถ ตำแหน่งและความเร็วของรถโดยสารบนแผนที่ แผนที่เส้นทางที่ให้บริการและจุดจอดรถหรือป้ายรถเมล์ และสามารถเรียกรถแท็กซี่ได้ ผ่านแอปพลิเคชัน โดยมีหลายภาษา
- เส้นทางรถโดยสาร เชื่อมโยงกับ สถานีขนส่ง สนามบิน ตัวเมือง และ จุดท่องเที่ยวหลัก

3) รถรับส่ง

- มีบริการรถนำชมหรือรับส่งภายในชุมชน โดยใช้พาหนะท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ อาทิ รถม้า เกรียน รถอีแต๋น เป็นต้น โดยคนในชุมชนเป็นผู้ให้บริการ
- มีบริการเช่ารถจักรยาน และมีบริการรถเข็นสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ

4) ชุมทางเข้า

ชุมทางเข้าชุมชนควรแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนโดยมีการออกแบบให้โดดเด่น สวยงาม ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้แวะมาถ่ายภาพหรือเข้ามาเที่ยวชมเช่น ชุมชนนั้นมีเอกลักษณ์คือป่าไผ่ก็นำเอาไผ่มาประกอบชุมทางเข้าให้โดดเด่น

5) ป้ายบอกทาง

- มีป้ายแผนที่ท่องเที่ยวชุมชน แสดงจุดเยี่ยมชมต่างๆในชุมชน โดยมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย กลมกลืนกับท้องถิ่น และมีสัญลักษณ์ QR Code เชื่อมโยงกับแอปพลิเคชัน
- มีป้ายบอกทิศทางและระยะทาง ภายในชุมชนอย่างน้อย 2 ภาษา มีสัญลักษณ์ที่เป็นสากล เข้าใจได้ง่ายหรือมีป้ายบอกทางอัจฉริยะที่สามารถเคลื่อนไหว และแสดงข้อมูลได้ตามต้องการ เพียงผู้ใช้แค่กดปุ่ม เช่น พูดคำว่า “โฮมสเตย์” ป้ายก็จะบอกทางทิศทางไปโฮมสเตย์พร้อมแสดงระยะทางและมีเสียงอธิบายสั้น ๆ ซึ่งรองรับได้หลายภาษา อาทิ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น และสามารถสแกน QR Code เชื่อมโยงกับแอปพลิเคชันเพื่อนำทางได้

6) มัคคุเทศก์/ปราชญ์ชาวบ้าน

- เป็นผู้มีความรู้ ประวัติศาสตร์ เรื่องเล่า วิถีชีวิต storyline ของชุมชน
- มีมัคคุเทศก์ที่สามารถสื่อสารได้หลายภาษา
- มีบริการเครื่องแปลภาษา

7) จุดบริการนักท่องเที่ยว

- มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง
- มีตู้ให้ข้อมูลอัตโนมัติ Information Kiosk แสดงข้อมูลแผนที่ท่องเที่ยว การเดินทาง ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น เลือกได้หลายภาษา สามารถสั่งพิมพ์ ใช้คำสั่งเสียงได้
- มีสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ศูนย์ประสานงานรับแจ้งเตือน การปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีบริการตู้เอทีเอ็ม เป็นต้น
- มีชุดพื้นเมืองให้เช่า
- มีบริการล็อกเกอร์ฝากของ

8) สัญญาณ Wifi

- จัดให้มีโครงข่ายโทรคมนาคมที่มีคุณภาพและสัญญาณครอบคลุม ซึ่งเป็นเครือข่าย Internet ไร้สายความเร็วสูง เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว หรือ Free Wifi โดยผู้ให้บริการคือหน่วยงานของรัฐ

9) จุดถ่ายรูป

- มีจุด Landmark ให้นักท่องเที่ยวถ่ายภาพ โดยออกแบบให้กลมกลืนตามอัตลักษณ์ของชุมชน อาทิ Street Art ป้าย มัสคอต เป็นต้น หรือการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทิวทัศน์เดิมที่มีอยู่ เช่น การปลูกข้าวเป็นรูปภาพต่าง ๆ การให้นักท่องเที่ยวลงไปทำกิจกรรมในจุดถ่ายรูป ซึ่งในแต่ละชุมชนอาจมีหลายจุด
- มีบริการถ่ายภาพ

10) การจัดการขยะ

- มีถังขยะให้นักท่องเที่ยวเพียงพอและมีการแยกถังขยะตามประเภท
- มีระบบจัดการขยะ อาทิ การแยกขยะ การกำจัด การนำขยะกลับมารีไซเคิล กำหนดเวลาจัดเก็บ

11) ห้องน้ำสาธารณะ

- มีให้บริการเพียงพอ สะอาด ถูกสุขลักษณะ แยกชายหญิง และได้มาตรฐาน
- มีห้องน้ำที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ทางลาด สำหรับคนพิการ ผู้สูงอายุ
- มีการออกแบบให้กลมกลืนกับชุมชน

12) อารยสถาปัตย์

- ออกแบบสภาพแวดล้อมและสิ่งของที่คำนึงถึงการใช้งานครอบคลุมสำหรับทุกคนใช้งานได้
อย่างสะดวก ปลอดภัย และถูกต้องตามหลักการ

13) เส้นทางท่องเที่ยว

- มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม
- มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวทุกวัย
- มีจุดถ่ายภาพ
- มี Storyline เล่าเรื่องเชื่อมโยงกัน
- มีจุดสาธิตและเรียนรู้
- มีการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวที่ชัดเจน ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้

14) จุดเครื่องดื่ม

- นำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาจัดทำเครื่องดื่ม และใช้ภาชนะในชุมชน เพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- มีการตกแต่งร้านโดยมีอัตลักษณ์ชุมชน
- มีการสาธิตการทำ และนำ Storyline มาใช้ เล่าเรื่องราวของอาหาร เพื่อเพิ่มมูลค่า

มีการบอกที่มา และประโยชน์ของวัตถุดิบ

15) จุดสาธิตเรียนรู้/ผลิตภัณฑ์ชุมชน

- มีป้ายบอกข้อมูลโดยสามารถ Scan QR Code เชื่อมกับแอปพลิเคชันได้ หรือ มีตู้ information Kiosk
- มีการแสดงการสาธิตเป็นรอบเวลาที่ชัดเจน
- มีพิพิธภัณฑ์ชุมชน รวบรวมข้อมูลเรื่องราวของชุมชน โดยออกแบบอาคารหรือตกแต่ง

ตามเอกลักษณ์ของชุมชน

- มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทดลองทำ เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ

ทั้งนี้ การสร้างความโดดเด่น/เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นให้กับผลิตภัณฑ์ต้องให้ความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับคำว่า “เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น” แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งผู้ผลิตและหน่วยงานท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้สนับสนุน ไ้คนในท้องถิ่นคนหาผลผลิตที่มีคุณภาพของท้องถิ่น และเขาใจนำคุณสมบัติเด่นและคุณค่าของทรัพยากรที่โดดเด่นกว่าท้องถิ่นอื่น และวัฒนธรรมประจำถิ่นมาใช้เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง และเพื่อให้เกิดชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ซ้ำซ้อนและไม่แตกต่างกันดังเช่นปัจจุบันการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องคำนึงถึงมาตรฐานในระดับประเทศหรือสากล โดยยึดมั่นบนฐานทรัพยากรท้องถิ่น

16) ศูนย์ SME

- จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน สินค้า OTOP ของที่ระลึกของชุมชน
- สินค้าภายในศูนย์มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีเอกลักษณ์ มีรูปโลโก้เดียวกันเป็นโลโก้

ของท้องถิ่น เพื่อสร้างแบรนด์

- มีการสร้าง Storyline ให้กับผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น บอกที่มา คุณค่า และเอกลักษณ์
- มีระบบชำระเงินผ่านการสแกน QR Code โดยเงินจะเข้าเจ้าของผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งเข้าชุมชนอัตโนมัติ

ทั้งนี้ ควรมีการประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือ/เครื่องจักรขนาดเล็ก สำหรับการใช้งานของกลุ่มต่าง ๆ ใหม่มากขึ้น เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เพราะในปัจจุบันกลุ่มต่าง ๆ ยังขาดแคลนเครื่องมือที่เหมาะสมและขาดผู้ให้ความสนใจในเรื่องนี้พร้อมกันนี้ภาครัฐควรจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมให้กับชาวบ้าน/กลุ่มผู้ผลิตรายย่อยเพื่อเตรียมความพร้อมในการรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ก่อนที่จะนำเครื่องมือ/เครื่องจักรเขาไปสนับสนุนแก่กลุ่ม

17) ชุมอาหารท้องถิ่น

- อาหาร นำผลผลิตภายในชุมชนมาใช้ทำอาหาร มีการจำหน่าย และสาธิตอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีการตกแต่งอาหารให้น่ารับประทานสวยงาม อร่อย สะอาดถูกสุขอนามัย
- ใช้ภาชนะสำหรับใส่อาหารจากธรรมชาติหรือตามวิถีชีวิตชุมชน
- ชุมอาหาร ตกแต่งโดยนำเอกลักษณ์ของชุมชนเดิมมาประยุกต์
- มีคนในชุมชนมาให้บริการ
- มีระบบจัดการร้านอาหารอัจฉริยะ (e-Restaurant) โดยมี e-Menu e-Ordering สำหรับลูกค้า และพนักงานเสิร์ฟ e-kitchen สำหรับงานครัว e-Cashier สำหรับการจัดเก็บเงินและโปรโมชั่น และ Dashboard สำหรับเจ้าของ
- มีการนำ Storyline มาใช้ เล่าเรื่องราวของอาหาร เพื่อเพิ่มมูลค่า มีการบอกที่มาประโยชน์ของวัตถุดิบ

18) โฮมสเตย์

- มีโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย
- มีระบบจองล่วงหน้า
- ตกแต่งโดยใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

2.1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

สิ่งที่สำคัญของการพัฒนานอกจากโครงสร้างพื้นฐาน และผลิตภัณฑ์ในชุมชนแล้ว ความสามารถของคนในชุมชนยังเป็นส่วนช่วยผลักดันให้เกิดความยั่งยืน จึงต้องมีการสร้างจิตสำนึก และกระตุ้นให้ชุมชนตระหนักว่าตนเองสามารถคิดได้และทำได้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง และเกิดความภาคภูมิใจริเริ่ม ความอดุสาหะ และยืนหยัดได้ด้วยตนเองโดยภาครัฐอาจส่งเสริมเบื้องต้นโดยการบ่มเพาะ (Incubation) และควรมีการติดตามอย่างต่อเนื่องการจัดลำดับเนื้อหาที่เหมาะสม และการปรับวิธีการถ่ายทอดความรู้ในทางแยกการเข้าใจการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และความสามารถในการบริหาร ทั้งนี้ กลุ่มที่ต้องพัฒนานอกจากวัยทำงานแล้ว กลุ่มที่ควรพัฒนา คือ คนรุ่นเก่าที่เป็นปราชญ์ชาวบ้านในท้องถิ่น และเยาวชนเด็กรุ่นใหม่ เพื่อให้เกิดจิตสำนึกรักบ้านเกิด

2.2 การสร้างความเข้มแข็งและเครือข่ายชุมชน

หากชุมชนเข้มแข็ง จะมีขีดความสามารถในการจัดการปัญหาของตนเองได้ในระดับหนึ่ง ด้วยการมีผู้นำที่มีความสามารถ มีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง บนพื้นฐานวัฒนธรรม ความเชื่อ คุณค่าดั้งเดิม ศาสนา และเศรษฐกิจชุมชนที่พึ่งพาเอื้อเฟื้อกันและกัน โดยแต่ละชุมชนได้ใช้ศักยภาพของตนเองเข้าคลี่คลายและจัดการปัญหาได้ด้วยตนเองภายใต้ความร่วมมือ และสนับสนุนจากองค์กรภายนอก นอกจากนี้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นรากฐานที่สำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ควรมีการศึกษา การพัฒนาตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และบริบทเฉพาะแห่ง ด้วยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียของชุมชนอย่างแท้จริง ทั้งนี้ หากจะมีความยั่งยืน ชุมชนจะต้องมีการบริหารจัดการ ภายในชุมชนมีเครือข่ายทั้ง บ้าน วัด โรงเรียน และกลุ่มคนที่มาบริหารจัดการภายในชุมชน

- มีคณะกรรมการของชุมชน โดยประกอบด้วยคนรุ่นใหม่และรุ่นเก่าทำงานร่วมกัน และให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

- มีข้อตกลง กฎ กติกา หรือธรรมนูญชุมชน (ตัวอย่างตามภาคผนวก)

- การจัดสรรรายได้ให้กับชุมชนอย่างยุติธรรม

นอกจากนี้ การหาเครือข่ายนอกชุมชนเป็นส่วนสำคัญเช่นกัน ควรมีร้านอาหาร/ภัตตาคาร เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ หากชุมชนสามารถใช้การมีส่วนร่วมขององค์กรเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยอาจตั้งวิสาหกิจชุมชนจะทำให้การเติบโตอย่างต่อเนื่อง

3. การสร้างกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน

ชุมชนควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลายกิจกรรม ซึ่งอาจเป็นการท่องเที่ยวตามช่วงฤดูกาล และจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้ตลอดทั้งปี ทั้งนี้ปฏิทินการท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว โดยชุมชนต้องมีการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ซึ่งเป็นที่นิยมกันมากในปัจจุบัน เพราะเป็นยุคการสื่อสารไร้พรมแดนและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หากชุมชนจัดกิจกรรมทุกเดือนจะทำให้สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวในชุมชนได้เป็นอย่างดี

4. กลุ่มเป้าหมายของชุมชน

กลุ่มเป้าหมายของชุมชนจะมีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยในพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะเน้นนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีน ยุโรป และอเมริกา ในส่วนของภาคใต้จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ได้แก่ นักท่องเที่ยวมาเลเซียและสิงคโปร์

4. การนำแนวทางบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ

สำหรับแนวทางในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติตามโมเดลการบริหารจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจโดยตรงในการพัฒนาการท่องเที่ยว สามารถดำเนินการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ระยะสั้น

นำเสนอคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อพิจารณาโมเดลเบื้องต้น เนื่องจากคณะกรรมการฯ มีหน้าที่หลักในการจัดทำและเสนอนโยบาย ยุทธศาสตร์ หรือมาตรการเพื่อส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ ทั้งนี้ มติของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติอาจมีการมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง หรือนำเสนอต่อคณะรัฐมนตรีต่อไป

2. ระยะสั้นถึงระยะกลาง

2.1 การสร้างต้นแบบบนพื้นที่จริง

วิเคราะห์ความเหมาะสมของพื้นที่เพื่อหาพื้นที่จริงที่มีความพร้อมในการดำเนินการ โดยอาจหาพื้นที่ของชุมชนที่เหมาะสม โดยแบ่งเป็นกลุ่มในแต่ละภาค เพื่อจะได้นำมาวางแผน ในการพัฒนา ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์อาจจะต้องมองถึงแนวโน้มในอนาคต โดยคาดว่า 1 ปี จะดำเนินการภาคละ 2 แห่ง

2.2 สร้างพื้นที่ต้นแบบ พัฒนาต่อยอดจากที่มีอยู่จริงให้ครบตามโมเดลเมื่อวิเคราะห์ตามข้อ 2.1 แล้ว เลือกพื้นที่ที่เป็นต้นแบบ ซึ่งอาจเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมประมาณ ร้อยละ 80 เพื่อลงมือปฏิบัติ ให้เห็นภาพจริง

2.3 ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่พัฒนา เพื่อให้เป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว

2.4 ประเมินผลจากการดำเนินการ

3. ระยะกลางถึงระยะยาว

ขยายผลไปยังชุมชนต่าง ๆ จากกลุ่มที่วิเคราะห์ตามข้อ 2.1 ทั่วประเทศ

ทั้งนี้ ในการดำเนินการต้องบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน เช่น กรมการปกครอง ส่วนท้องถิ่น กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงมหาดไทย จังหวัด เป็นต้น โดยใช้งบประมาณต่อเนื่อง 3 - 5 ปี ในการพัฒนาพื้นที่ โดยใช้เม็ดเงินงบประมาณ แหล่งละ 50 - 100 ล้านบาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชนนั้น ๆ

5. สรุปในภาพรวม

สภาพปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยยังคงมีประเด็นความท้าทายการพัฒนาในหลายมิติทั้งในมิติเศรษฐกิจที่โครงสร้างเศรษฐกิจยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมอย่างเต็มที่ ผลิภาพการผลิตของภาคบริการและภาคเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ คุณภาพและสมรรถนะของแรงงานที่ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการในการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศ การส่งออกสินค้าซึ่งเคยเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยหดตัวต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากปัญหาเชิงโครงสร้างทั้งที่เป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิตในสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของไทยเนื่องจากขาดการลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิตมาเป็นเวลานานแม้เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวในอัตราเดิมแต่กลับไม่ทำให้การส่งออกของไทยขยายตัวสูงเช่นในอดีต ประกอบกับปัจจุบันอุปสงค์ของเศรษฐกิจโลกยังฟื้นตัวแบบเปราะบาง ขณะที่ภาคเอกชนชะลอการลงทุนเพื่อรอความชัดเจนของภาวะเศรษฐกิจมิติทางสังคม ได้แก่ การยกระดับรายได้ของประชาชน การแก้ปัญหาด้านความยากจนและความเหลื่อมล้ำ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการขยายโอกาสในการเข้าถึงระบบบริการสาธารณะยังคงมีช่องว่างที่สามารถพัฒนาต่อไปได้มิติสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนของการฟื้นฟูและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมยังเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และมิติของการบริหารจัดการภาครัฐที่ยังขาดความต่อเนื่องและความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการในการแก้ปัญหาของประชาชนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพนอกจากนี้ ยังมีสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่มีสัดส่วนประชากรวัยแรงงานลดลงและประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องดังนั้น ปัญหาที่กล่าวมามีหลายอย่างรอการแก้ไข โดยเฉพาะลดความเหลื่อมล้ำ การกระจายรายได้ เพื่อยกระดับให้ประเทศให้พ้นประเทศที่มีรายได้ปานกลางต่อไป

แนวโน้ม

จากปัญหาและการวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาสของประเทศไทยจะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีพื้นที่ในการส่งเสริมและพัฒนาเพื่อนำมาแก้ปัญหา การกระจายรายได้ และลดความเหลื่อมล้ำ โดยดำเนินการกับกลุ่มชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็ง โอกาสที่ภาครัฐให้การสนับสนุนจะช่วยผลักดันให้เกิดความสำเร็จเป็นอย่างมาก เนื่องจากนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยว แนวโน้มนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีแนวโน้มเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น การสนับสนุนและพัฒนาของเทคโนโลยีที่มี การนำเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิด

สร้างสรรค์ เข้ามาในช่วยให้การส่งเสริมเรื่องดังกล่าว จะให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ โดยกระบวนการที่จะผลักดันให้เกิดต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยกระบวนการพัฒนาจะต้องพัฒนาตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ทั้งนี้ การที่จะดำเนินการไปสู่ความสำเร็จ ต้นน้ำเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เข้าไปช่วย เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยการสร้างโมเดลต้นแบบขึ้นมา เพื่อนำไปใช้ให้เหมาะสมกับสถานที่แต่ละที่ซึ่งมีความแตกต่างกัน

แนวทางการพัฒนาและการปฏิบัติ

โมเดลต้นแบบเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเป็นแนวทางการพัฒนาอย่างครบวงจรสำหรับ ชุมชน ซึ่งในโมเดลจะประกอบไปด้วยโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น โดยเพิ่มเติมนวัตกรรมเข้าไปให้เข้ากับประเทศไทย 4.0 เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ภาพที่ 10 โมเดลการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ 4.0



โดยโมเดลดังกล่าววิเคราะห์ความเหมาะสมของพื้นที่เพื่อหาพื้นที่จริงที่มีความพร้อม ในการดำเนินการโดยอาจหาพื้นที่ของชุมชนที่เหมาะสม โดยแบ่งเป็นกลุ่มในแต่ละภาค เพื่อจะได้นำมาวางแผนในการพัฒนาทั้งนี้ ในการวิเคราะห์อาจจะต้องมองถึงแนวโน้มในอนาคต

วิเคราะห์ความเสี่ยง

จากการดำเนินการข้างต้น โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด ความเสียหาย การรั่วไหล ความสูญเปล่า หรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ หรือการกระทำใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน อาจเกิดขึ้นในอนาคตและมีผลกระทบหรือทำให้การดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายโดยวิเคราะห์ ดังนี้

1. การไม่ยอมรับการดำเนินการเรื่องดังกล่าวในพื้นที่

การดำเนินการ : วิเคราะห์พื้นที่ โดยจัดทำดับความสามารถของแต่ละพื้นที่ทั่วประเทศ ทั้งนี้ ในการดำเนินการจะต้องลงพื้นที่ เพื่อหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐที่จะบูรณาการการทำงานร่วมกัน

2. การขาดงบประมาณในการดำเนินการ

การดำเนินการ : จัดทำแผนการดำเนินการ ในระยะสั้น กลาง และยาว พร้อมทั้งรายละเอียดของพื้นที่ที่จะดำเนินการ โดยเสนอให้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติพิจารณาเห็นชอบเพื่อนำไปประกอบการของงบประมาณ

ทั้งนี้ การเสนอโมเดลดังกล่าวจะสามารถแก้ไขปัญหาในเรื่องการกระจายได้สู่ท้องถิ่นทั่วประเทศ เมื่อทุกคนมีรายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้ลดความเหลื่อมล้ำในสังคมได้ เป็นตามวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ชาติ คือ “ประเทศไทย มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”

บรรณานุกรม

- Chulmo Koo, Seunghun Shin, Ulrike Gretzel, William Cannon Hunter, Namho Chung. (2016). Conceptualization of Smart Tourism Destination Competitiveness. Asia Pacific Journal of Information Systems Vol. 26 No. 4, 367-384
- Crouch, G.I. and Ritchie, J.B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. Journal of business research, 44(3), 137-152.
- Hisao, T. et al. (2005). "One Village One Product A Revitalization Effort in Japan". The RDPLG Project, JICA.
- Lue, C. C., Crompton, J. L. and Fesenmaier, D.R. (1993). Conceptualization of multi-destination pleasure trips. Annals of Tourism Research, 20(2), 289-301.
- Morihiko, H. (1999). "Think Globally, Act Locally - The "One Village, One Product" Movement Transcends Generations and National Borders", Keynote Speech in International Symposium in Commemoration of International Cooperation Day 1999, October 20, 1999 at Sankai Hall, Sankei
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2562. รายงานข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th> เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2562
- กรมการท่องเที่ยว. แนวโน้มบุคลากรด้านการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://www.dot.go.th/> เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2562
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2562. ยุทธศาสตร์ชาติ. สืบค้นจาก <https://www.nesdb.go.th> เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2562
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th> เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2562
- United Nations Thailand. Sustainable Development Goals. สืบค้นจาก <https://www.un.or.th> เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2562

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สถิติรายได้และรายจ่ายของครัวเรือน สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/>
เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2562

กานท์กลอน รักธรรม. 3 กุมภาพันธ์ 2559. ความเหลื่อมล้ำในประเทศไทย(เว็บบล็อก). สืบค้นจาก
<https://themomentum.co/successful-datalab-thailand-inequality-2016-by-oxfam/>เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2562

อารีวิบูลย์พงศ์และนัทธมน อีระกุล.(2548). รายงานการเดินทางเพื่อวิจัยโครงการ “Comparative Study of the One Village One Product Movement in Japan and Thailand” ณ เมืองโออิตะประเทศญี่ปุ่น 13 - 18 มีนาคม 2005. เชียงใหม่ : ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตรและคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาคผนวก

การลงพื้นที่ศึกษาชุมชนตัวอย่างบ้านแหลม อ.บางปะomma จ.สุพรรณบุรี



การลงพื้นที่ศึกษาชุมชนตัวอย่างบ้านแหลม อ.บางปะomma จ.สุพรรณบุรี



การทำธรรมนูญชุมชน

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ

เพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยวของชุมชนตำบลบ้านแหลม

.....

บันทึกข้อตกลงนี้ ทำขึ้นเมื่อวันที่.....ระหว่างสมาชิกชุมชนตำบลบ้านแหลม ตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปะมา จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ประธานชุมชนท่องเที่ยวตำบลบ้านแหลม” ฝ่ายหนึ่ง “สมาชิกชุมชนท่องเที่ยวตำบลบ้านแหลม”

ทั้งสองฝ่ายตกลงทำบันทึกข้อตกลงนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อประสานความร่วมมือของกลุ่มสมาชิกด้วยกัน โดยยึดพื้นที่เป็นตัวตั้ง และประชาชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาบนพื้นฐานของวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นและประสานความร่วมมืออย่างเท่าเทียม ในการรวมกลุ่มเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชนที่เหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศที่สมาชิกทุกคนได้ตกลงทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดกับประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ โดยมีสาระสำคัญของความร่วมมือ ดังนี้

1. สมาชิกทุกคนต้องร่วมกันแสดงออกถึงการเป็นเจ้าของหรือเจ้าบ้านที่ดีและบริการด้วยใจ
2. เพื่อให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี โดยสมาชิกจะต้องมีการบูรณาการเพื่อให้การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาตนเองของชุมชนที่เน้นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันโดยมีประชาชนและนักท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้
3. สมาชิกจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจเพื่อให้การพัฒนาไปสู่เป้าหมายของชุมชน
4. สมาชิกจะต้องร่วมกันบันทึกความร่วมมือกันในการจัดทำข้อมูล แผนที่ และกำหนดตำแหน่งจุดเป้าหมายที่ตั้งชุมชนตามความจำเป็นและเหมาะสม เพื่อสะดวกในการบริหารจัดการพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว
5. สร้างความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่ายในพื้นที่เป้าหมายและประสานขอความร่วมมือทางด้านวิชาการและงบประมาณกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง
6. ความร่วมมือจากสมาชิกเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ร่วมกันส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง นำไปสู่การพัฒนาและฟื้นฟูชุมชนด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกี่ยวข้องทุกมิติ

8. ร่วมกันจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้และการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาชุมชนบนพื้นฐานความอยู่ดีกินดีมีรายได้พอเพียงต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตและด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน
9. บันทึกข้อตกลงนี้มีกำหนดเวลา 5 ปี นับตั้งแต่วันลงนามในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้ หากมีการเปลี่ยนแปลง แก้ไข หรือยกเลิกจะกระทำด้วยความยินยอมของสมาชิกทุกคน กรณีมีปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้น เนื่องจากการดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงฉบับนี้ สมาชิกทุกคนจะได้เจรจาทำความตกลงร่วมกัน และจัดทำบันทึกข้อตกลงเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติม

บันทึกข้อตกลงฉบับนี้ สมาชิกทุกคนได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อพร้อมทั้งประทับตราไว้เป็นสำคัญต่อหน้าสมาชิกร่วมเป็นพยานรับรู้ด้วยกัน

ลงชื่อ.....สมาชิก
(.....)

ลงชื่อ.....สมาชิก
(.....)

คณะผู้จัดทำ

- | | | |
|--|------|-------|
| 1. นางสาวสิริกานต์ มหาสิทธิ์ตระกูล | รหัส | 89018 |
| ตำแหน่ง ผู้ตรวจสอบภายในกระทรวง | | |
| สังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง | | |
| 2. นายวิรัช เกตุนาม | รหัส | 89019 |
| ตำแหน่ง ธารักษ์พื้นที่นครสวรรค์ | | |
| สังกัด กรมธารักษ์ | | |
| 3. นางสาววรธีรา สุวรรณศรี | รหัส | 89038 |
| ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองพัฒนาบริการท่องเที่ยว | | |
| สังกัด กรมการท่องเที่ยว | | |
| 4. นายเอกบดินทร์ จำเนียรกาล | รหัส | 89051 |
| ตำแหน่ง ขนส่งจังหวัดปทุมธานี | | |
| สังกัด กรมการขนส่งทางบก | | |
| 5. นางสาวสายใจ กิมเกณอม | รหัส | 89067 |
| ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองบริหารการคลัง | | |
| สังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ | | |
| 6. นายสหัสวัฒน์ โสภา | รหัส | 89111 |
| ตำแหน่ง อุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี | | |
| สังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม | | |
| 7. นางไพรินทร์ กันทะวงษ์ | รหัส | 89112 |
| ตำแหน่ง อุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ | | |
| สังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม | | |
| 8. นายฉลาด อาสายุทธ์ | รหัส | 89128 |
| ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักงาน กสทช. ภาค 3 | | |
| สังกัด สำนักงาน กสทช. | | |
| 9. นายมานิต ปานเอน | รหัส | 89130 |
| ตำแหน่ง ผู้เชี่ยวชาญการประสานครหลวง ระดับ 9 | | |
| สังกัด การประสานครหลวง | | |