

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกลไกหลักในการขับเคลื่อนความก้าวหน้าด้านเศรษฐกิจและสังคมของโลก เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้มหาศาลแก่ประเทศต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ของประเทศนั้นๆ การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงาน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ โดย World Economic Forum ระบุว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนแบ่งทางการตลาด 9% ของ GDP โลก (World Economic Forum, 2013)

ในรอบหกทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการขยายตัวและเติบโตเร็วที่สุดของโลก โดยจะสังเกตได้จากการเกิดจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวใหม่ๆ มากมายและหลากหลายลักษณะ นอกเหนือจากจุดหมายปลายทางหลักที่มีอยู่แล้วในอดีต ทั้งนี้ จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในยุโรปและอเมริกา พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากจำนวน 25 ล้านคน ในปี ค.ศ. 1950 เพิ่มขึ้นเป็น 278 ล้านคน ในปี ค.ศ. 1980 528 ล้านคนในปี ค.ศ. 1995 และ 1,035 ล้านคนในปี ค.ศ. 2012 โดยส่วนแบ่งการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้เพิ่มขึ้นจาก 30% ในปี ค.ศ.1980 เป็น 47% ในปี ค.ศ. 2012 และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 57% ในปี ค.ศ. 2030 (UNWTO , 2013 c)

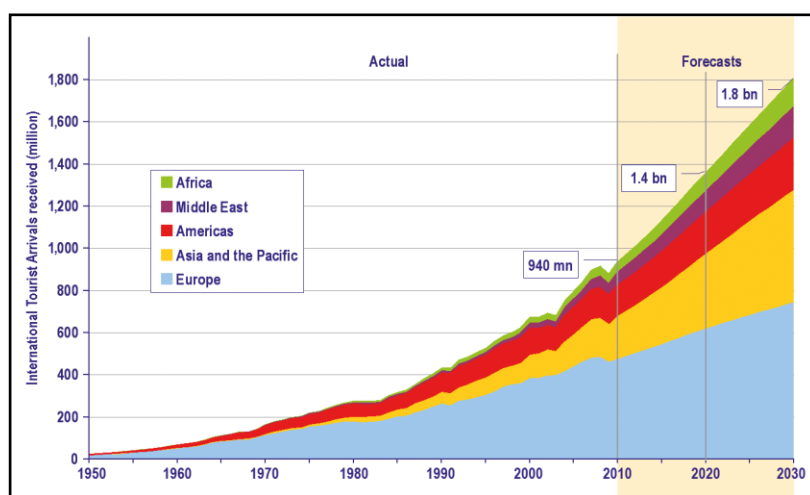
World Tourism Organization (UNWTO) (UNWTO , 2013 c) ได้คาดการณ์เรื่องการท่องเที่ยวระหว่าง ค.ศ. 2010-2030 ว่าจำนวนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 3.3% และ เมื่อเวลาผ่านไป อัตราการเติบโตจะลดลง จากปี ค.ศ. 2012 จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 3.8% ต่อปี จะเหลืออัตราการเติบโตเฉลี่ยเพียง 2.9% ต่อปี ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศคาดว่าจะเพิ่มขึ้นปีละ 48 ล้านคนต่อปี เพิ่มขึ้นจากที่คาดการณ์ไว้เดิมคือ จำนวน 28 ล้านคนต่อปีในช่วงระหว่าง ค.ศ. 1995-2010 และจำนวน 1400 ล้านคนในปี ค.ศ. 2020 และเพิ่มขึ้นเป็น 1800 ล้านคนในปี ค.ศ. 2030

อัตราการเติบโตเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในพื้นที่เอเชีย ละตินอเมริกา ยุโรปกลางและยุโรปตะวันออก ยุโรปแถบเมดิเตอร์เรเนียน ตะวันออกกลาง และแอฟริกาจะเฉลี่ยที่ 4.4% ต่อปี ในปี ค.ศ. 2030 จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 57% ในพื้นที่ดังกล่าว จากเพียง 30% ในปี ค.ศ. 1980

เมื่อจำแนกเป็นรายภูมิภาค พบว่า ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นมากที่สุด จาก 331 ล้านคนในปี ค.ศ. 2010 เป็น 535 ล้านคนในปี ค.ศ. 2030 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 4.9% ต่อปี ตะวันออกกลางจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 61 ล้านคนเป็น 149 ล้านคน ในขณะที่ได้คาดการณ์ว่าในแอฟริกาจะมี

นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 50 ล้านคนเป็น 134 ล้านคน ทวีปยุโรปจาก 475 ล้านคนเป็น 744 ล้านคน และในอเมริกา 150 ล้านคน เป็น 248 ล้านคน

ในด้านส่วนแบ่งการตลาดนั้น เอเชียแปซิฟิกจะมีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นจาก 22% ในปี ค.ศ. 2010 เป็น 30% ในปี ค.ศ. 2030 ตะวันออกกลางจาก 6% เป็น 8% แอฟริกาจาก 5% เป็น 7% ในทางกลับกันทางทวีปยุโรปจะมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงจาก 51% เป็น 41% และอเมริกาจาก 16 % จะลดลงเหลือเพียง 14% เนื่องจากว่าจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเริ่มอึดตัว

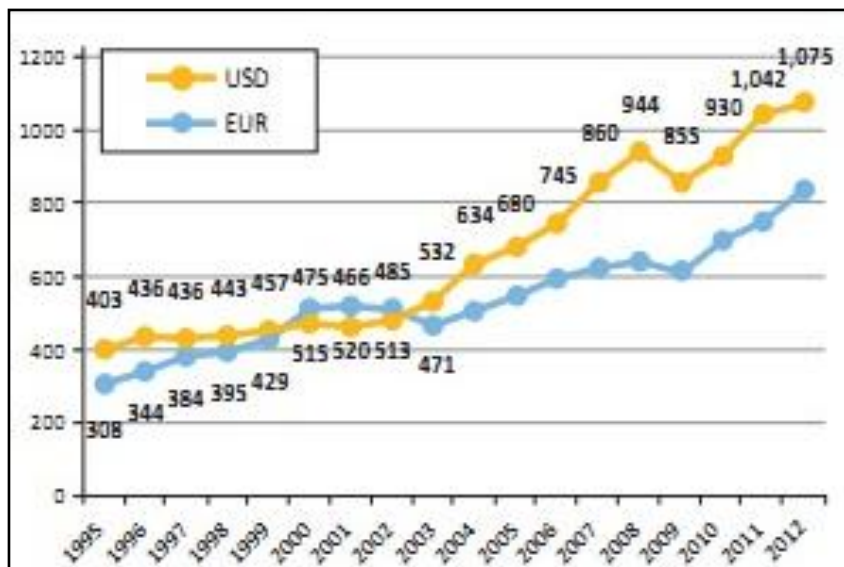


ภาพที่ 1.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2030
ที่มา : World Tourism Organization (UNWTO)(2013)

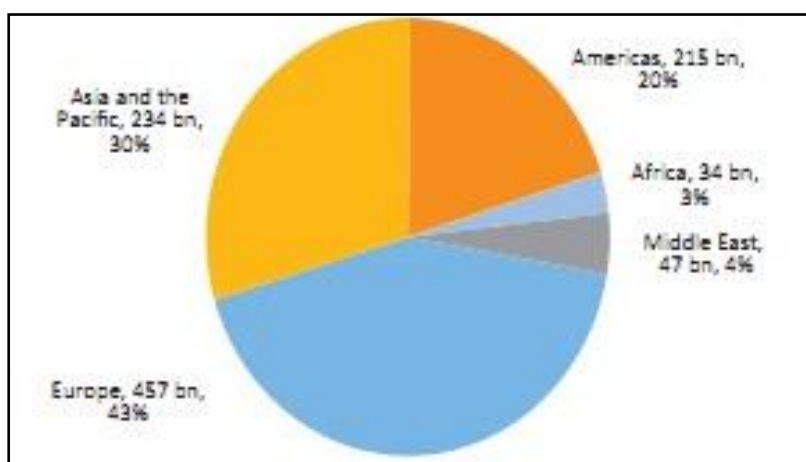
ในปี ค.ศ.2012 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเติบโตเฉลี่ย 4% โดยมีจำนวนถึง 1,000 ล้านคน เป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ โดยการเพิ่ม 4% เท่ากับการที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 40 ล้านคน ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 1,035 ล้านคน จากเดิม 911 ล้านคนในปี ค.ศ. 2011 ทั้งนี้ ในปี ค.ศ.2012 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากที่สุด อยู่ที่ 7% หรือมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 16 ล้านคน ในแอฟริกามีการเติบโต 6% โดยมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 3 ล้านคน ส่งผลให้แอฟริกามีตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงถึง 50 ล้านคนเป็นครั้งแรก ทวีปอเมริกามีการเติบโตเฉลี่ย 5% ที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 7 ล้านคน ทวีปยุโรปเพิ่มขึ้นเพียง 3% ที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 18 ล้านคน ในทางกลับกัน ทางภูมิภาคตะวันออกกลาง มีอัตราการเติบโต -5% โดยคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น +3% ถึง +4% ในปี ค.ศ. 2013

การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศส่งผลต่ออัตราการเติบโตของรายรับจากการท่องเที่ยว พบว่าเติบโต 4% .ในค.ศ. 2012 โดยมีรายได้ US\$ 1,075 พันล้าน เมื่อพิจารณารายรับรายภูมิภาค พบว่า เอเชียแปซิฟิก อเมริกา และแอฟริกามีการเติบโต 6% ในขณะที่ภาคพื้นยุโรปเติบโต 2% และตะวันออกกลาง -2% เนื่องจากความไม่เสถียรของการเมือง ในส่วนทวีปยุโรปมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด (43%) ที่ US\$ 457 พันล้าน เอเชียแปซิฟิกมีส่วนแบ่ง 30% ที่ US\$ 234 พันล้าน อเมริกา 20% ที่ US\$ 215 พันล้าน ในขณะที่ตะวันออกกลางและแอฟริกา เพียงมีส่วน

แบ่งการตลาดเพียงแค่ 4% และ 3% ที่ US\$ 47 พันล้าน US\$ 34 พันล้าน ตามลำดับ (UNWTO , 2013 c)



ภาพที่ 1.2 รายรับจากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศแยกเป็น US\$ และ EURO
ที่มา : World Tourism Organization (UNWTO), (2013)



ภาพที่ 1.3 รายรับจากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศแยกเป็นภูมิภาค
ที่มา : World Tourism Organization (UNWTO), (2013)

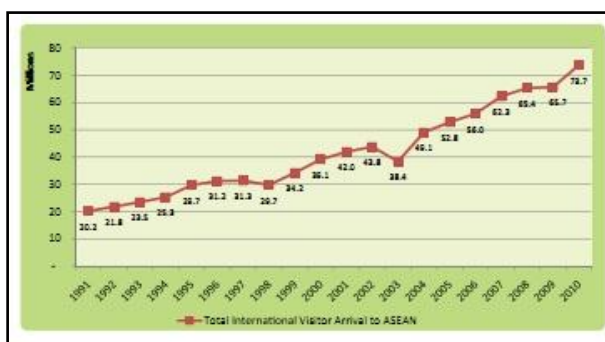
ในครึ่งปีแรกของ ค.ศ. 2013 UNWTO ระบุว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเติบโตถึง 5% เมื่อเทียบกับอัตราการเติบโตในช่วงเวลาเดียวกันนี้ของปี ค.ศ. 2012 ซึ่งถือว่ามากกว่าเป้าหมายการคาดการณ์ของ UNWTO ที่คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเพียง 3.8% สำหรับในปี ค.ศ. 2013 นี้ มีนักท่องเที่ยวถึง 494 ล้านคน โดยเพิ่มจำนวนขึ้นมา 25 ล้านคนจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว ซึ่งอัตราการเติบโตนี้ได้เน้นย้ำถึงประเด็นที่ว่า การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน

เมื่อเปรียบเทียบการเติบโตเป็นรายภูมิภาค พบว่า ทวีปยุโรปมีอัตราการเติบโตถึง 5% โดยยุโรปกลางและยุโรปตะวันออกเติบโต 10% ในขณะที่ยุโรปใต้และยุโรปด้านเมดิเตอร์เรเนียนเติบโต 6% ในส่วนของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้น เติบโต 6% ส่วนอัตราการเติบโตที่มากที่สุด อยู่ที่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (12%) และเอเชียใต้ (7%) ในขณะที่อเมริกาอัตราการเติบโตเพียง 2% และอเมริกาใต้และแคริบเบียนมีอัตราการเติบโตต่ำที่สุด (UNWTO,2013 b)

สถานการณ์การท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

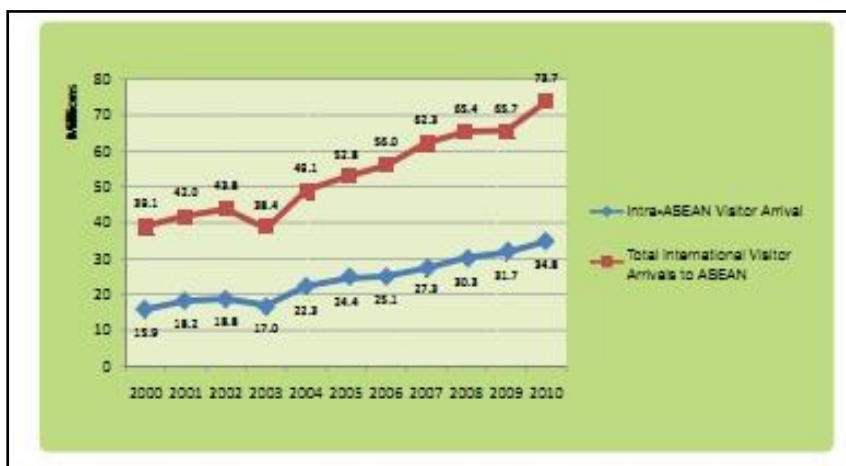
องค์การการท่องเที่ยวโลกจัดว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตด้านการท่องเที่ยวสูงที่สุดติดต่อกันมาสองปีแล้ว โดย ในปี ค.ศ. 2012 มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น 7%โดยมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 15 ล้านคน และมีส่วนแบ่งการตลาดด้านการท่องเที่ยว 23% ที่จำนวนนักท่องเที่ยว 234 ล้านคน และรายได้ US\$ 324 พันล้าน (เพิ่มขึ้น 6%) พื้นที่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นพื้นที่ที่เติบโตมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น 9% เนื่องจากมีอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น โดยประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมที่สุด และมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ 16% จาก ค.ศ. 2011 ส่วนประเทศกัมพูชา และประเทศเวียดนามมีอัตราการเติบโตเป็นสองเท่าของปีที่ผ่านมาที่ 24% และ 14% ตามลำดับ สำหรับประเทศพม่ามีการเติบโตสูงที่สุดคือ 52%ในพื้นที่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้นมีการเติบโตของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น 6% โดยประเทศญี่ปุ่นเติบโตขึ้น35% ไต้หวันมีอัตราการเติบโต 20% ฮองกง 7% ในส่วนของเอเชียใต้ ประเทศศรีลังกาและภูฏานมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงสุดที่ 17% ในพื้นที่โอเชียเนียมีการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 4% โดยออสเตรเลียเติบโต 5% ในขณะที่นิวซีแลนด์ลดลง 1% ดังนั้น เมื่อพิจารณาถึงรายรับจากการท่องเที่ยว ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเติบโตถึง 25% โดยมีรายรับที่ US\$30 ล้าน ตามมาด้วยอินเดียนที่มีรายรับ US\$18 ล้าน (22%) (UNWTO ,2013 c)

เมื่อพิจารณาเรื่องการเติบโตทางการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียน พบว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา จาก 20.2 ล้านคน ในปี ค.ศ.1991 มาเป็น 42 ล้านคนในปี ค.ศ. 2001 และ 73.7 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2010 และได้มีการคาดการณ์ว่าในปี 2015 จำนวนนักท่องเที่ยวในอาเซียนจะเติบโตขึ้น 25% เป็น 86.7 ล้านคน (แผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน, 2010)



ภาพที่ 1.4 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของอาเซียน
ที่มา: ASEAN Tourism Marketing Strategy (2012-2015)

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เราควรให้ความสำคัญเพิ่มเติม คือ การท่องเที่ยวของผู้ที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน เพราะจากสถิติในรายทศวรรษพบว่า มีอัตราการเติบโตที่ต่อเนื่องเช่นกัน โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเดียวกัน 15.9 ล้านคนในปี ค.ศ. 2000 มาเป็น 34.8 ล้านคนในปี ค.ศ. 2010



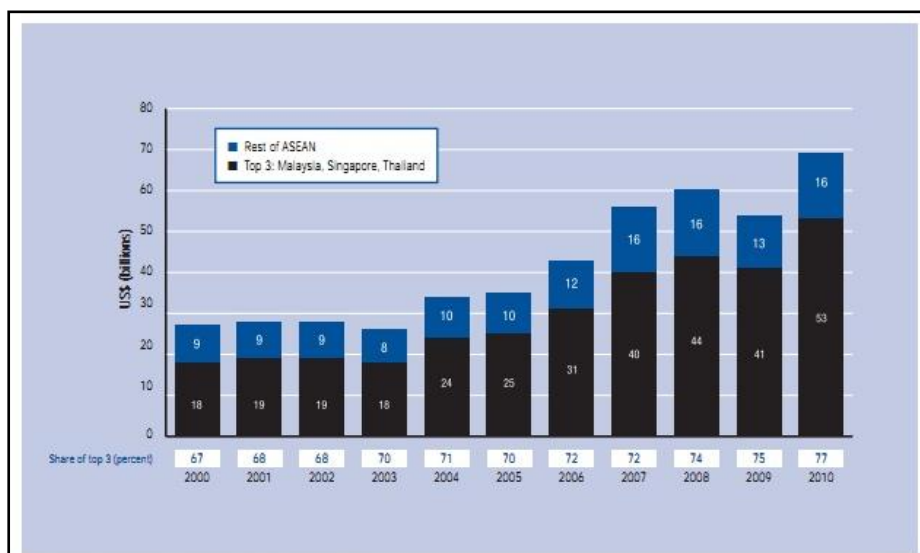
ภาพที่ 1.5 การเปรียบเทียบสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจากภายนอกอาเซียนและนักท่องเที่ยวภายในอาเซียน

ที่มา: ASEAN Tourism Marketing Strategy (2012-2015)

ในปี ค.ศ. 2015 กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนจะจัดตั้งประชาคมอาเซียน จากการศึกษารายงานของ Plummer et al (2009) และ Petri et al (2010) พบว่าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเป็นความพยายามครั้งสำคัญที่สุดในการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีประชากรในภูมิภาคถึง 600 ล้านคน โดยเมื่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนถือกำเนิด จะส่งผลให้ GDP ของอาเซียนขยายตัวในอัตราร้อยละ 5.3 หรือคิดเป็น 7 เท่าของการขยายตัวทางเศรษฐกิจภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ในกรณีที่เศรษฐกิจของอาเซียนมีอัตราเร่งของการเติบโตอย่างเต็มที่ หากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนประสบความสำเร็จอย่างสูงโดยสามารถขยายความตกลงทางการค้ากับประเทศคู่ค้านอกภูมิภาค ยิ่งจะส่งผลให้อัตราการเติบโตของ GDP ของอาเซียนขยายตัวเพิ่มขึ้นถึง 2 เท่า

กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีทรัพยากรมากมายที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก เช่น สิ่งดึงดูดใจและทรัพยากรทางธรรมชาติที่งดงาม มีพืชพันธุ์และสัตว์ป่าที่น่าสนใจ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่หลากหลาย เป็นต้น ภูมิภาคนี้จึงถือเป็นหัวใจด้านการท่องเที่ยวของเอเชียและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในระบบเศรษฐกิจของอาเซียน โดยประมาณการว่าจะก่อให้เกิดรายได้โดยตรง 4.6% ของ GDP ของอาเซียน และ 10.9% ของ GDP อาเซียนที่มาจากรายได้โดยอ้อม ตลอดจนก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 9.3 ล้านคน คิดเป็น 3.2% ของการจ้างงานทั้งหมด จาก 25 ล้านงาน

จากสถิติด้านรายรับจากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่มประเทศอาเซียนในรอบทศวรรษที่ผ่านมา พบว่ามีแนวโน้มที่สูงขึ้น โดยประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์และไทย เป็นประเทศที่มีรายได้สามอันดับแรกของภูมิภาค โดยในปี ค.ศ. 2000 ภูมิภาคนี้มีรายได้จากการท่องเที่ยว US\$ 67 พันล้าน และเพิ่มเป็น US\$ 77 พันล้าน ในปี ค.ศ. 2010



ภาพที่ 1.6 แนวโน้มรายรับจากการท่องเที่ยวในอาเซียน

ที่มา: World Economic Forum (2012)

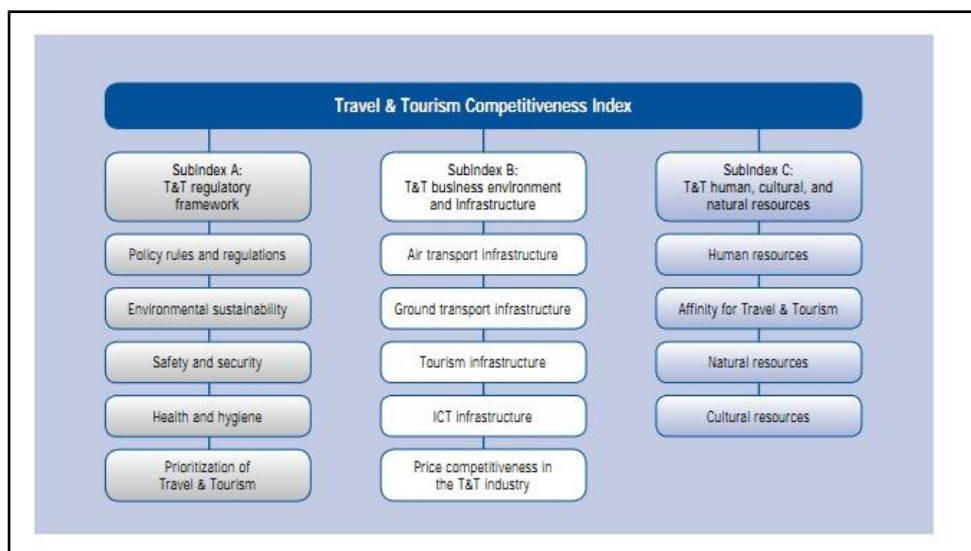
ผลการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนมีความหลากหลายกันไปบางประเทศมีผลงานที่ดีในขณะที่บางประเทศไม่ค่อยดีนัก เช่น ประเทศมาเลเซียเป็นหนึ่งใน 10 จุดหมายปลายทางของโลก โดยมีนักท่องเที่ยว 25 ล้านคนต่อปี ในทางกลับกันประเทศฟิลิปปินส์มีประชากรมากกว่ามาเลเซียถึงหกเท่า แต่ GDP มีเพียงแค่ 15% ของกัมพูชา หรือเพียงแค่ 1% ของอินโดนีเซียเท่านั้น

	TTCI	International tourist arrivals		International tourism receipts			Population	GDP per capita
	Rank /139	thousand	per 100 pop.	US\$ million	% of GDP	US\$ per capita	million	US \$
Brunei Darussalam	67	214*	51.7	254 ¹	1.8 ¹	613.5 ¹	0.4	29,852
Cambodia	109	2,882	19.3	1,683	15.0	112.6	15.0	753
Indonesia	74	7,650	3.2	7,952	1.1	33.5	237.6	2,981
Lao PDR	—	1,670*	25.9	382*	6.8*	59.3*	6.4	1,004
Malaysia	35	24,714	87.5	18,259	7.7	646.3	28.3	8,418
Myanmar	—	391	0.6	73*	0.2*	1.2*	61.2	742
Philippines	94	3,917	4.2	2,783	1.7*	29.6	94.0	2,123
Singapore	10	10,390	200.4	17,990	7.9	3,470.3	5.2	43,865
Thailand	41	19,098	29.9	26,256	8.2	411.0	63.9	4,992
Vietnam	80	6,014	6.8	5,620	5.4	63.7	88.3	1,174
ASEAN	—	76,940*	12.8	68,639*	4.6*	114.4*	600.2	3,117

ภาพที่ 1.7 ดัชนีเฉพาะด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน
ค.ศ. 2011

ที่มา: World Economic Forum, (2012)

จากการวิเคราะห์และจัดลำดับของ The Travel and Tourism Competitive Index (TTCI) ในปี ค.ศ. 2012 โดยวิเคราะห์ดัชนีหลัก 14 องค์ประกอบ คือ นโยบายและกฎเกณฑ์ ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย ความสะอาดและสุขอนามัย การให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวของรัฐบาล โครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมทางอากาศ โครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมทางบก โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและเทคโนโลยี การสื่อสาร การแข่งขันด้านราคา ทรัพยากรมนุษย์ ความเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และดัชนีสุดท้ายคือทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้ พบว่า ผลการดำเนินงานของประเทศในภูมิภาคนี้มีภาพรวมที่ต่างกันไป โดยมีสิงคโปร์อยู่ในลำดับ 10 มาเลเซีย ลำดับที่ 35 ประเทศไทยในลำดับที่ 41 บรูไนลำดับที่ 67 อินโดนีเซียลำดับที่ 74 เวียดนามลำดับที่ 80 ฟิลิปปินส์ลำดับที่ 94 และกัมพูชาลำดับที่ 109 จาก 139 ประเทศ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า มีเพียงสามประเทศอาเซียนที่ติดใน 50 อันดับแรก คือ สิงคโปร์ มาเลเซีย และไทย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอาเซียนอีกหลายมิติ (World Economic Forum, 2012)



ภาพที่ 1.8 TTCI Framework
ที่มา: World Economic Forum, (2012)

ตารางที่ 1.1 การจัดอันดับตามผลการดำเนินงานของประเทศในภูมิภาคอาเซียน

Pillars	Rank (out of 139 economies)								
	Singapore	Malaysia	Thailand	Brunei Darussalam	Indonesia	Vietnam	Philippines	Cambodia	ASEAN (median)
TTCI 2011	10	35	41	67	74	80	94	109	75
1. Policy rules and regulations	1	21	76	120	88	67	70	132	73
2. Environmental sustainability	41	64	97	136	127	115	94	82	96
3. Safety and security	13	83	94	23	72	68	109	79	76
4. Health and hygiene	55	75	80	70	115	89	97	133	85
5. Prioritization of Travel & Tourism	2	46	38	127	15	107	70	13	42
6. Air transport infrastructure	14	34	23	41	58	85	80	113	50
7. Ground transport infrastructure	2	36	56	49	82	77	114	103	67
8. Tourism infrastructure	33	74	40	91	116	110	98	131	95
9. ICT Infrastructure	20	52	81	47	96	67	98	123	74
10. Price competitiveness	29	3	15	1	4	16	20	31	16
11. Human resources	2	37	74	47	51	72	86	109	62
12. Affinity for Travel & Tourism	12	17	24	78	121	87	65	21	45
13. Natural resources	96	22	21	38	17	51	70	53	45
14. Cultural resources	30	33	32	91	39	36	76	111	38

■ Worst ■ Median/Average ■ Best

จากตารางที่ 1.1 ตารางบนแสดงให้เห็นถึงการจัดลำดับแบบรายประเทศจาก 139 ประเทศและตารางที่ 2 แสดงการจัดลำดับรายคะแนนโดยมีคะแนนจาก 1-7 scale ในพื้นที่สีขาว แสดงระดับความเข้มแข็งสูงสุดไล่ลำดับไปจนระดับต่ำสุดจนกลายเป็นพื้นที่สีแดงเข้ม ประเทศสิงคโปร์ อยู่ในลำดับที่ดีที่สุดของภูมิภาคและบรูไนที่เด่นนำในเรื่องของการแข่งขันด้านราคา ประเทศการการ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ตารางที่ 1.2 ค่าเฉลี่ยผลการดำเนินงานของประเทศในภูมิภาคอาเซียนอินโดนีเซียเด่นในเรื่อง ทรัพยากร

Score (1-7 scale)	Singapore	Malaysia	Thailand	Brunei Darussalam	Indonesia	Vietnam	Philippines	Cambodia	ASEAN (average)	TTCR sample*
TTC 2011	5.2	4.6	4.5	4.1	4.0	3.9	3.7	3.4	4.2	4.1
1. Policy rules and regulations	6.0	5.1	4.4	3.7	4.2	4.4	4.4	3.4	4.4	4.3
2. Environmental sustainability	4.9	4.6	4.2	3.6	3.9	4.1	4.2	4.3	4.2	4.6
3. Safety and security	6.1	4.5	4.4	5.7	4.7	4.8	4.1	4.6	4.9	4.8
4. Health and hygiene	5.2	4.5	4.4	4.7	2.6	4.1	3.8	1.5	3.8	4.5
5. Prioritization of Travel & Tourism	6.4	4.8	4.9	3.3	5.7	4.0	4.5	5.8	4.9	4.5
6. Air transport infrastructure	5.0	4.2	4.5	4.0	3.3	2.7	2.8	2.3	3.6	3.3
7. Ground transport infrastructure	6.6	4.6	4.1	4.2	3.2	3.3	2.8	3.0	4.0	3.9
8. Tourism infrastructure	5.1	3.6	4.9	2.8	2.0	2.1	2.6	1.4	3.1	3.8
9. ICT infrastructure	5.2	3.7	2.9	3.9	2.5	3.2	2.5	1.9	3.2	3.4
10. Price competitiveness	5.1	5.6	5.2	5.8	5.6	5.2	5.2	5.1	5.3	4.6
11. Human resources	6.1	5.2	4.8	5.1	5.0	4.9	4.7	4.3	5.0	4.8
12. Affinity for Travel & Tourism	5.7	5.4	5.3	4.5	4.2	4.5	4.6	5.3	4.9	4.7
13. Natural resources	2.6	4.5	4.6	4.0	4.7	3.6	3.3	3.5	3.9	3.3
14. Cultural resources	3.9	3.8	3.9	1.8	3.5	3.6	2.2	1.6	3.0	2.9

Worst Median/Average Best

ที่มา: World Economic Forum (2012)

จากการที่กลุ่มประเทศอาเซียนจะจัดตั้งประชาคมอาเซียนในปี ค.ศ. 2015 โดยประกอบไปด้วยสามเสาหลัก คือ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Security Community: ASC) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-cultural Community: ASCC) เสาหลักที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการเป็นอย่างยิ่งคือ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งเกิดขึ้น โดยการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความร่วมมือและความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อสร้างให้อาเซียน เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (Single Market and Single Production Base) โดยมีการดำเนินงานหลัก 4 ด้าน คือ

1. มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน และแรงงานมีฝีมืออย่างเสรี
2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน (High Competitive Economic Region) โดยมุ่งเน้นเรื่องนโยบายการแข่งขันทางการค้าการค้าการคุ้มครองผู้บริโภคสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ภาษีอากร และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค (Equitable Economic Development) ประกอบด้วย 2 แนวทางสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและความริเริ่มเพื่อการรวมตัวของอาเซียน
4. การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (Fully Integrated into Global Economy) ประกอบด้วย 2 แนวทางสำคัญ ได้แก่ การสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันต่อปฏิสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจกับภายนอก และการส่งเสริม การมีส่วนร่วมในเครือข่ายอุปทานของโลก(กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ,2555)

กลุ่มประเทศสมาชิกได้ตกลงเป้าหมายของความตกลงอาเซียนว่าด้วยการท่องเที่ยว (ASEAN Tourism Agreement-ATA) ลงนามโดยผู้นำอาเซียนในการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 8 เมื่อเดือนพฤศจิกายนค.ศ. 2002 ณกรุงพนมเปญประเทศกัมพูชาความตกลง ATA มีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวทั้งที่เข้ามาจากนอกอาเซียนและการท่องเที่ยวภายในอาเซียนด้วยกันส่งเสริมความร่วมมือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้นลดข้อจำกัดทางการค้าสำหรับสาขาบริการท่องเที่ยวสร้างเครือข่ายบริการท่องเที่ยวในภูมิภาคโดยส่งเสริมซึ่งกันและกันให้มากที่สุดส่งเสริมอาเซียนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันเพิ่มความร่วมมือในด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและการฝึกอบรมและสร้างสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างพันธมิตรระหว่างภาครัฐและเอกชน(แผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน, 2555)

ทั้งนี้ การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2554; จุริรัตน์ คงตระกูล, 2556 a, b; จุฑาทิพ คล้ายทับทิม, 2555) คือ

1. ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าไปจัดตั้งกิจการให้บริการ ตลอดจนทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนสะดวกมากขึ้น โดยภาคบริการที่มีศักยภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรมที่พัก ธุรกิจแฟรนไชส์บริการด้านสุขภาพ เช่น โรงพยาบาล บริการสปา นวดแผนไทย และบริการด้านอื่นๆ เช่น ก่อสร้าง ออกแบบ บันเทิง และการซ่อมบำรุง เป็นต้น
2. เป็นแรงหนุนสำคัญที่ช่วยดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาลงทุน ในภาคบริการของไทย อันจะส่งผลให้ภาคบริการมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งยังก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือระหว่างกัน
3. ผู้บริโภคได้ประโยชน์จากการมีทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้นจากการเปิดเสรีภาคบริการในสาขาที่มีการแข่งขันน้อย เช่น บริการโทรคมนาคม หรือการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐในบางด้าน

4. การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนจะทำให้เกิดชนชั้นกลางที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวให้แก่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น และจะมีการขยายตัวของกลุ่มตลาดใหม่ ๆ เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์

5. การจัดทำความร่วมมือด้านการขนส่งทางอากาศโดยตั้งเป้าหมายที่จะบรรลุการเป็นตลาดการบินร่วมภายในปี 2015 ทำให้เกิดการขยายเส้นทางบินภายในภูมิภาคและเกิดการพัฒนาระบบคมนาคมทางบกที่เชื่อมโยงภายในภูมิภาคสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคทั้งทางอากาศและทางบกให้มีความหลากหลาย การเดินทางในลักษณะ Multi-destination สามารถทำได้สะดวกมากขึ้น

ผลกระทบเชิงบวกดังกล่าว ชี้ให้เห็นถึงโอกาสที่ผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวและบริการของไทยที่มีความพร้อมและมีความแข็งแกร่งจะสามารถขยายธุรกิจหรือลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียนได้สะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มธุรกิจประเภทสปาและสุขภาพ และร้านอาหาร ซึ่งจะเป็นก้าวสำคัญของการยกระดับประเทศไทยสู่การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการให้อยู่ในระดับสากล (Internationalization) มากขึ้น ดังนั้น จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการของไทยจะต้องเร่งปรับตัวและพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจสู่ความเป็นสากล เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อการอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนในโลกของธุรกิจปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม อุปสรรคสำคัญที่นักลงทุนมักประสบในการลงทุนในอาเซียนมีทั้งอุปสรรคภายในและภายนอก ในส่วนของอุปสรรคภายนอกนั้น คือ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและนโยบายที่ไม่เอื้ออำนวย สืบเนื่องมาจากแนวนโยบายที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศกฎระเบียบที่ซับซ้อนประเด็นด้านการย้ายถิ่นฐานและกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่ไม่ชัดเจนรวมทั้งกฎหมายแรงงานที่ปกป้องธุรกิจในประเทศและไม่สนับสนุนการทำธุรกิจข้ามพรมแดนดังนั้นผู้ประกอบการที่ประสงค์จะจัดตั้งธุรกิจใหม่จึงต้องเผชิญกับความยุ่งยากในเรื่องกฎเกณฑ์ทั้งในและต่างประเทศแม้อาเซียนจะจัดทำความตกลงเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการลงทุนให้สอดคล้องกันแล้วก็ตามแต่ก็ยังมีประเด็นพื้นฐานที่ต้องครอบคลุมอีกมากก่อนที่อาเซียนจะมีมาตรฐานและขั้นตอนในด้านการลงทุนเดียวกันได้นอกจากนี้ ยังมีอุปสรรคจากความไม่แน่นอนที่เกิดในกระบวนการเปิดเสรีโดยแต่ละประเทศต่างก็ตระหนักถึงแรงกดดันของการเปิดเสรีแต่หลายประเทศยังติดขัดในการพัฒนากลยุทธ์ด้านการลงทุนให้สามารถตอบโจทย์การเปิดเสรีในภูมิภาคและปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียในประเทศไปพร้อม ๆ กัน (แผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน, 2555) อีกทั้งการเข้าถึงแหล่งทุนก็ยังคงเป็นปัญหาสำคัญ เนื่องจากผู้ประกอบการมีทรัพยากรและเงินทุนหมุนเวียนจำกัด ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันที่เพียงพอ มีพัฒนาการที่เชื่องช้า และมักถูกสถาบันการเงินที่ปล่อยสินเชื่อมองว่ามีความเสี่ยงสูง โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นกิจการหรือต้องการขยายกิจการ

สำหรับอุปสรรคภายใน คือ เรื่องของตัวผู้ประกอบการเองที่อาจยังมีประสบการณ์การทำธุรกิจระหว่างประเทศไม่เพียงพอ ไม่เข้าใจระดับการขยายตัวของอุตสาหกรรมของตนเองในภูมิภาคอาเซียนขาดศักยภาพทางการตลาด ระดับการแข่งขันและกลยุทธ์ที่มุ่งใช้ในอุตสาหกรรมที่เข้าสู่ตลาดยังต่ำ ขาดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในระดับสากลขาดแรงงานที่มีทักษะขั้นสูงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องปรับกระบวนการที่ตนใหม่โดยต้องบริหารจัดการให้เป็นระบบสากลใส่ใจในเรื่องการนำเทคโนโลยีการผลิตที่ดีกว่าจากต่างประเทศเข้ามาใช้ แสวงหาและใช้

แหล่งวัตถุดิบที่ถูกรู้จักหรือดีกว่าจากต่างประเทศ พัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด ตลอดจนการเรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมในการทำธุรกิจระดับสากลก็ถือเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะอาจต้องมีผู้ร่วมงานต่างชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2556)

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น จึงมีความจำเป็นที่ต้องมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจถึงการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศมากขึ้น เพื่อลดอุปสรรคในมุ่งสู่การดำเนินการธุรกิจในระดับสากล โดยงานวิจัยนี้มุ่งเน้นธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการที่มีแนวโน้มว่ามีศักยภาพเพียงพอในการเข้าไปลงทุนประกอบธุรกิจในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่ ธุรกิจสปาและสุขภาพ และ ธุรกิจอาหารเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. เพื่อเทียบเคียงสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
3. เพื่อพัฒนาชุดความรู้ในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
4. เพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยใช้ชุดความรู้ที่ได้ออกแบบมา
5. เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการใช้รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาในรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตพื้นที่

พื้นที่ท่องเที่ยวหลักของประเทศ 8 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต กระบี่ พังงา เชียงใหม่ ชลบุรี สุราษฎร์ธานี และสงขลา

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 2.1 ข้อตกลงของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 2.2 การประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและบริการระหว่างประเทศ
- 2.3 ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ
- 2.4 สมรรถนะของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบริการระหว่างประเทศ

3. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มประชากรเพื่อการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1. กลุ่มผู้ประกอบการจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการของไทยที่ได้ดำเนินการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อหาดัชนีสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการของไทยที่สามารถดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ โดยแบ่งดังนี้

- 1.1 ธุรกิจสปาและสุขภาพ จำนวน 5 คน
- 1.2 ธุรกิจอาหาร จำนวน 5 คน

2. บุคคลที่เกี่ยวข้องจากสองกลุ่ม กลุ่มละ 5 คน รวมเป็น 10 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มประชากรเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ โดยแบ่งประชากรออกเป็น 4

กลุ่ม คือ

- 2.1. ผู้ประกอบการธุรกิจสปา จำนวน 400 ชุด
- 2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย จำนวน 400 ชุด
- 2.3 นักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ใช้บริการสปาไทย จำนวน 400 ชุด
- 2.4 นักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ใช้บริการร้านอาหารไทย จำนวน 400 ชุด

4. ขอบเขตระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการในช่วงเดือนตุลาคม 2557 ถึง เดือนกันยายน 2558

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ หมายถึง ผู้ที่ดำเนินการทำธุรกิจส่วนตัวในด้านธุรกิจสปาและธุรกิจร้านอาหารไทย

สมรรถนะของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบริการระหว่างประเทศ หมายถึง สมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจสปาและธุรกิจร้านอาหารไทย ที่มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่เหมาะสมกับกิจการธุรกิจของตนเองเป็นอย่างดีและสามารถวัดผลเทียบกับมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับและเป็นสิ่งที่สามารถเสริมสร้างขั้นได้โดยผ่านการฝึกอบรมและการพัฒนา

การประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและบริการระหว่างประเทศ หมายถึง ผู้ที่ประกอบธุรกิจสปาและธุรกิจร้านอาหาร ที่ลงทุนไปทำธุรกิจในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ นอกเหนือจากกิจกรรมทางธุรกิจที่ดำเนินงานในประเทศ

กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หมายถึง ประเทศอินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ บรูไนดารุสซาลาม เวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดองค์ความรู้ด้านสมรรถนะที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการของไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. ได้พัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศ ไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
3. ได้พัฒนาชุดความรู้และกระบวนการจัดการความรู้ต้นแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้