

รายงานฉบับย่อ

โครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บท
ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ

Thailand Development Research Institute Foundation

รายงานฉบับย่อ

โครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บท
ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

เสนอ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โดย
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
ธันวาคม 2535

รายงานฉบับย่อ

โครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (แผนฯ 6) ที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่า เป็นยุคทองของการท่องเที่ยวไทย รายได้จากการท่องเที่ยวในปีแรกของแผนฯ 6 เท่ากับ 50,024 ล้านบาท เมื่อสิ้นแผนฯ 6 ในปี 2534 รายได้จากการท่องเที่ยวได้เพิ่มเป็น 100,005 ล้านบาท สาเหตุที่รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราสูงเพราะเหตุผลหลายประการคือ หนึ่ง ในช่วงห้าปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจและการค้าโลกขยายตัวในอัตราสูง สอง ประเทศไทยได้รับคำกล่าวขานว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงที่สุดในโลก เริ่มเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก และมีการไหลเข้าของเงินทุนต่างประเทศจำนวนมาก สาม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการตลาดอย่างเข้มข้น โดยเฉพาะการจัด Visit Thailand Year ในปี 2530 ได้มีการประชาสัมพันธ์ไปทั่วโลกและประสบผลสำเร็จทางการตลาดอย่างงดงาม ในช่วงเวลาเดียวกัน ระบบเศรษฐกิจไทยก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างที่สำคัญคือ ได้ออกจากยุคทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource Based Economy) เข้าสู่ยุคของทรัพยากรมนุษย์ (Labor Abundant-Economy) ซึ่งมีผลกระทบต่อศักยภาพและต้นทุนของแหล่งท่องเที่ยว

ในขณะที่การท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างรวดเร็วก็มีปรากฏการณ์ทางการเมืองทั้งนอกและในประเทศ เช่น สงครามอ่าวเปอร์เซีย รัฐประหารและการใช้ความรุนแรงในประเทศ สังคมนิยมรอบๆ บ้านเมืองเรา เช่น ลาว กัมพูชา เขมร และเวียดนาม ก็ได้เริ่มเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยว ประเทศข้างเคียงในกลุ่มอาเซียนที่มีความเจริญใกล้เคียงกับไทยก็ได้ ทุ่มงบประมาณในการโฆษณาขายการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

ท่ามกลางการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลง และความผันผวนทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ทั้งภายในและภายนอกประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำเป็นต้องทบทวนการวางแผนที่ผ่านมาเพื่อปรับเป้าหมาย และกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้มอบหมายให้แผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ทำการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- (1) เพื่อศึกษาทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาของประเทศไทย
- (2) เพื่อปรับปรุงกรอบและแนวนโยบาย ตลอดจนบทบาททางการท่องเที่ยวของพื้นที่ต่างๆ ภายในประเทศให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ตามความเหมาะสมของความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity)
- (3) เพื่อเป็นกรอบและแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (ปี 2535-2539)

I. ผลการศึกษา

1. การทบทวนแผนการท่องเที่ยวที่ผ่านมา

ทั้งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติปี 2519 และแผนจังหวัดที่ผ่านมาส่วนใหญ่เป็นแผนด้านกายภาพ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเน้นการพัฒนาจังหวัดที่มีศักยภาพสูงให้เป็นศูนย์ท่องเที่ยวระดับภาค และจะเน้นการปรับปรุงสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและเน้นการเข้าถึงเป็นหลัก เพราะในช่วงการวางแผนแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยัง ‘บริสุทธิ์’ อยู่จึงไม่ได้ให้แนวทางในการประสานแผนทางกายภาพกับแผนการตลาด การศึกษาระดับจังหวัดส่วนใหญ่เน้นหนักที่การรวบรวมข้อมูลมากกว่าวิธีการพัฒนาสินค้า นอกจากนี้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติยังได้เสนอให้ยกฐานะการท่องเที่ยวเป็นกระทรวงและมีองค์กรกึ่งรัฐวิสาหกิจทำหน้าที่พัฒนาโครงการที่สำคัญ

ผลทางการปฏิบัติปรากฏว่า การท่องเที่ยวได้เป็นวิธีการแสวงหาเงินตราต่างประเทศเป็นหลัก เนื่องจากประเทศไทยมีดุลการค้าและบริการในช่วงนั้นเป็นลบตลอดมา ปัญหาของกลยุทธ์การเน้นตลาดต่างประเทศก็คือ ทำให้เสียทรัพยากรของระบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำ และมีความไวต่อต่อปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น ปัญหาโรคเอดส์ และการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เช่น กรณีพฤษภาทมิฬ (พฤษภาคม ปี 2535) ก่อให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจซบเซาในจังหวัดที่พึ่งการท่องเที่ยวจากต่างประเทศในระดับสูง เช่น สงขลา (หาดใหญ่) ชลบุรี (พัทยา) และภูเก็ต

สำหรับแผนหลักระดับจังหวัด การศึกษาแผนหลักรายจังหวัดทุกภาค พบว่า แผนหลักมักไม่ได้รับการนำไปปฏิบัติ สาเหตุที่แผนหลักไม่ได้นำไปปฏิบัติ คือ (1) แผนหลักขาดการประชาสัมพันธ์ (2) ขาดงบประมาณรองรับตามแผน (3) ข้อเสนอแนะในแผนหลักขาดแนวความคิด (Themes) และวิธีการปฏิบัติและสิ่งจูงใจที่ชัดเจน (4) ไม่มีการปรับแผนหลัก ข้อมูลไม่ทันสมัย (5) ธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวลดลง (6) ทางจังหวัดมีโครงการของตนเอง (7) ข้อเสนอไม่เป็นที่พึงประสงค์ของคนในท้องถิ่น

การขยายตัวของประชากรและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทำให้การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่สามารถทำได้โดยเอกเทศ และแยกจากการวางแผนของท้องถิ่นของจังหวัดและของประเทศ การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอนาคตจึงน่าจะประสานไปกับการวางแผนของภาคเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ ซึ่งจะทำให้การใช้ทรัพยากรเกิดประโยชน์สูงสุดได้ เกิดความเป็นบูรณาการ (Integration) และการนำไปปฏิบัติให้เห็นผลมากขึ้น

2. การเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวไทยกับต่างประเทศ

ขนาดของตลาดการท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาเยือน ประมาณ 5 ล้านคน เมื่อเทียบกับจำนวนที่ไปเยือนทั่วโลกประมาณ 424 ล้านคน นับว่ายังมีขนาดเล็กอยู่มาก หมายความว่าประเทศไทยยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก ประเทศท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมที่สุดในโลก เช่น ฝรั่งเศส สเปน และอิตาลี มีนักท่องเที่ยวปีหนึ่งๆ เกือบ 40 ล้านคน แต่หากเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียที่มีสิ่งมหัศจรรย์ติดอันดับโลก เช่น อินเดีย และอียิปต์ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเพียง 2-3 ล้านคน ก็นับว่าไทยประสบความสำเร็จสูงมาก

ความสำเร็จของประเทศไทยนี้มิได้เกิดจากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทรัพยากรธรรมชาติและโบราณสถาน แต่เกิดจากการนำเสนอการบริการและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ การสำรวจของ INTRAMAR ปี 1990-1991 ซึ่งถามบริษัทท่องเที่ยว 1,450 บริษัทใน 40 เมืองทั่วโลก พบว่า ไทยติดอันดับ 1 ของโลกในด้านราคาของการท่องเที่ยวที่ย่อมเยา อัตราค่ามัคคุเทศก์ของคนไทย และชีวิตราตรีที่น่าสนใจ และติดอันดับ 4 ของโลกในด้านอาหารและช้อปปิ้ง และถึงแม้ทรัพยากรท่องเที่ยวของไทยจะไม่ใช่สิ่งที่ลือลือเป็นพิเศษ เมื่อพิจารณาปัจจัยทุกด้านแล้ว ปรากฏว่าไทยเป็นสถานที่พักผ่อน (Holiday Destination) ที่มีความดึงดูดใจโดยรวม (Overall Appeal) สูงกว่าทุกประเทศในเอเชียอาคเนย์ ปัญหาของไทยในสายตาของธุรกิจท่องเที่ยวโลกอยู่ที่การขาดอนามัย และมลภาวะ (รุนแรงเป็นที่ 2 ของโลก รองจากอินเดีย) และมีการหลอกลวงนักท่องเที่ยวมาก (เป็นที่ 2 รองจากฮ่องกงในทวีปเอเชีย)

จากการสัมภาษณ์บริษัทท่องเที่ยวไทย 5 ราย และต่างประเทศ 2 ราย เพิ่มเติมพบว่า ในกลุ่มอาเซียนด้วยกัน แนวโน้มการท่องเที่ยวไทยแจ่มใสที่สุด ทั้งในระยะสั้น (2 ปี) และ ระยะปานกลาง (5 ปีข้างหน้า) เพราะไทยมีการจัดการที่เป็นสากล กำลังรองรับด้านที่พักที่ล้นเหลือ สำหรับมาเลเซีย ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศสูงกว่าไทยในปี Visit Malaysia Year คาดว่าแนวโน้มระยะ 5 ปี ก็แจ่มใสเช่นกัน แต่มาเลเซียมีความเป็นรองไทยด้านแหล่งท่องเที่ยว และความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมีกำลังรองรับด้านที่พักต่ำ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพื่อนบ้านซึ่งมีจำนวนวันพำนักระยะสั้น

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เคยเยือนประเทศอาเซียนมาแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมที่จะเดินทางมายังประเทศไทยมากกว่าประเทศอาเซียนอื่นๆ เป็นสัดส่วนมากที่สุด ดังนั้น หากไม่มีปัญหาทางการเมืองแล้วไทยน่าที่จะครองความเป็นหนึ่งด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ได้

สำหรับการศึกษาเปรียบเทียบรายประเทศได้เลือกการศึกษาการท่องเที่ยวในอินโดนีเซียและสิงคโปร์

2.1 อินโดนีเซีย เป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมสูงสุดในกลุ่มอาเซียน ในปี 2534 มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 2.56 ล้านคน ทางกรอินโดนีเซียคาดว่า ภายในปี 2543 จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้ถึง 9.5 ล้านคน

ผลสำเร็จด้านการท่องเที่ยวของอินโดนีเซียส่วนหนึ่งเกิดมาจากการปรับปรุงนโยบายมหภาค เช่น การปรับค่าเงินรูปี ลดขั้นตอนการขอการลงทุนของกิจการต่างประเทศ และการปรับนโยบายจุลภาค เช่นการยินยอมให้นักท่องเที่ยวจาก 42 ประเทศ เข้าอินโดนีเซียได้โดยไม่ต้องมีวีซ่า การปรับปรุงสนามบิน แต่อินโดนีเซีย ก็มีอุปสรรคตรงที่ประเทศเป็นเกาะเล็ก เกาะน้อยการพัฒนาการเข้าถึง และการดูแลด้านความปลอดภัยทางชีวิตและทรัพย์สินมีต้นทุนสูง

จุดอ่อนที่สำคัญของอินโดนีเซียที่สำคัญก็คือการจัดการทั้งในภาครัฐและเอกชน ซึ่งมีประสิทธิภาพต่ำกว่าไทย และขาดประสบการณ์เชิงสากลในการนำเสนอ โรงแรมระดับมาตรฐานมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับไทย และคุณภาพไม่ดีนัก เมื่อเปรียบเทียบกับไทยแล้วยังมีศักยภาพด้อยกว่ามาก นอกจากนี้ไทยมีข้อได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ที่ไทยเป็นประตูไปสู่ประเทศในอินโดจีน พม่า และจีนตอนใต้

2.2 สิงคโปร์ ประเทศสิงคโปร์เป็นอีกตัวอย่างของความสำเร็จในการท่องเที่ยวให้ชาวโลกได้โดยไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเลย แต่สิงคโปร์ขายความมีประสิทธิภาพทั้งในระดับมหภาค (Macro) และในระดับอุตสาหกรรม (Sector) ในขณะที่ประสิทธิภาพของไทยอยู่ในระดับอุตสาหกรรม เท่านั้น จุดขายในระดับมหภาคของสิงคโปร์อยู่ที่ความสะดวก

ด้านการเดินทางและโทรคมนาคม ความปลอดภัยและความสะอาด ซึ่งทำให้สิงคโปร์เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แล้วสิงคโปร์ใช้กลยุทธ์ระดับจุลภาคขยายจำนวนวันพำนักรเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว โดยสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาโดยมีมนุษย์และเทคโนโลยี

ในระยะเวลา 2-3 ปีข้างหน้า สิงคโปร์จึงเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย เพราะอยู่ในจุดภูมิศาสตร์ที่สามารถแย่งเข้าไปสู่อินโดจีน เอเชียใต้ จีนตอนใต้ และจีนฝั่งทะเลใต้

บทเรียนสำคัญที่ไทยต้องศึกษาจากสิงคโปร์คือ การวางแผนพัฒนาสินค้า การวางงบประมาณรองรับ และการนำแผนไปปฏิบัติ ทั้งนี้โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อหาแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของชาวสิงคโปร์เอง เหตุผลนี้เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากชาวสิงคโปร์

3. การศึกษาด้านอุปสงค์

3.1 แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (Inbound Tourists)

ในปี 2534 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 5,086 ล้านคน มีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ย 7.09 วัน มีค่าใช้จ่ายต่อคน 2,772 บาท ทำรายได้ให้แก่รัฐประมาณหนึ่งแสนล้านบาท

เนื่องจากเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ ในการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (สถปบ) จึงได้เปลี่ยนวิธีการประมาณการจากสมการแนวโน้มธรรมดาเป็นสมการพหุคูณที่มีตัวแปรหุ่นสำหรับ Shock ซึ่งพบว่า สงครามอ่าวเปอร์เซียมีผลกระทบให้นักท่องเที่ยวลดลงถึง 1 ล้านคน และเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ (กรณีที่ไม่มีกรณีแก้ไขทางการตลาดและการเมือง) ทำให้มีนักท่องเที่ยวลดลงประมาณ 1 ล้านคน เช่นกันเหลือประมาณ 4.7 ล้านคน และมีผลกระทบระยะยาว จนกระทั่งปี 2539 จึงจะกลับสู่แนวโน้มเดิม แต่เมื่อสถานการณ์การเมืองดีขึ้นและได้มีความพยายามแก้ภาพพจน์ คาดหมายว่าในปี 2535 จะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 5.127 ล้านคน และจะเพิ่มเป็น 7.9 ล้านคนในปี 2540 ซึ่งยังต่ำกว่าแนวโน้มเดิมประมาณ 8.1 ล้านคน หากไม่มีความผันแปรทางการเมือง

ผลการศึกษาแนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายประเทศและรายไตรมาส พบว่า ตัวแปรผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ราคาน้ำมันและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นตัวแปรที่สำคัญ ตัวแปรมูลค่าการค้าเป็นตัวแปรที่สำคัญกว่ารายได้สำหรับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นผลของสมการรายประเทศยังแสดงถึงความอ่อนไหวของตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศเหล่านี้ทุกตลาดโดยเฉพาะซาอุดีอาระเบีย สหราชอาณาจักร และตลาดญี่ปุ่นมีความอ่อนไหวสูงกว่าประเทศอื่นๆ

3.2 แนวโน้มนักท่องเที่ยวรายจังหวัด

การประมาณการแนวโน้มนักท่องเที่ยวไทยอาศัยสถิติ ปี 2530 และ ปี 2534 เป็นฐานในการประมาณการ โดยให้จำนวนนักท่องเที่ยวรายจังหวัดขยายตัวเป็นสัดส่วนกับอัตราการเจริญเติบโตของภาคบริการในจังหวัดนั้นๆ คาดว่าในปี 2539 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 52 ล้านคน คิดเป็นจำนวนวันท่องเที่ยว 140 ล้านวัน เมืองท่องเที่ยวหลักได้แก่ กรุงเทพฯ (28 ล้านวัน) ในภาคกลาง ในภาคตะวันออก ได้แก่ ระยอง (3.3 ล้านวัน) และพัทยา (2.9 ล้านวัน) ในภาคตะวันตกได้แก่

กาญจนบุรี (3.9 ล้านวัน) และเพชรบุรี/ชะอำ (1.2 ล้านวัน) ภาคเหนือได้แก่ เชียงใหม่ (6.3 ล้านวัน) นครสวรรค์ (3.7 ล้านวัน) และพิษณุโลก (2.9 ล้านวัน) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ นครราชสีมา (4.6 ล้านวัน) อุตรดิตถ์ (3.9 ล้านวัน) และขอนแก่น (3.6 ล้านวัน) ภาคใต้ เมืองท่องเที่ยวหลักได้แก่ สุราษฎร์ธานี (4.0 ล้านวัน) สงขลา/หาดใหญ่ (3.5 ล้านวัน) ภูเก็ต (3.2 ล้านวัน)

การคาดคะเนแนวโน้มจำนวนวันท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติรายจังหวัดในปี 2539 พบว่า ในภาคกลางจะมีนักท่องเที่ยวมากที่กรุงเทพฯ (16 ล้านวัน) ภาคตะวันออก ได้แก่ พัทยา (7.5 ล้านวัน) ภาคตะวันตกไม่มีจังหวัดใดมีวันท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศถึงล้านวัน จำนวนวันสูงสุดได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์/หัวหิน (0.9 ล้านวัน) ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ (2.5 ล้านวัน) เชียงราย (1 ล้านวัน) ภาคใต้ ได้แก่ ภูเก็ต (4.3 ล้านวัน) สุราษฎร์ธานี/สมุย (3.9 ล้านวัน) สงขลา/หาดใหญ่ (3.6 ล้านวัน) ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่มีจังหวัดใดได้รับผู้มาเยือนต่างชาติเกิน 2 แสนคน

สรุปแนวโน้มรวมรายจังหวัด พบว่า นอกเหนือจากกรุงเทพฯ แล้วจังหวัดที่จะมีแรงกดดันจากนักท่องเที่ยวสูงสุดใน 5 ปีข้างหน้าจะเป็นเชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา และสงขลา (หาดใหญ่) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะเป็นอุตรดิตถ์ และนครราชสีมา จังหวัดที่น่าจับตามองในอนาคตจะเป็นเชียงรายและพิษณุโลกในภาคเหนือ ระยองในภาคตะวันออก และเพชรบุรีในภาคตะวันตก

3.3 ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวของคนไทย

การศึกษาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของคนไทย โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจสภาวะเศรษฐกิจและสังคมปี 2529 และปี 2531 คนกรุงเทพฯ มีค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวต่อหัวสูงสุด ตามด้วยบุรีรัมย์ที่อยู่ในเขตเมืองในภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ค่าความยืดหยุ่นของการท่องเที่ยว (เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับเปอร์เซ็นต์รายได้ที่เปลี่ยนแปลงไป) ได้ปรับตัวขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยค่าความยืดหยุ่นนี้สูงสุดในกรุงเทพฯ (2.75) ตามด้วยเขตเมืองในภาคกลาง (2.03) ภาคใต้ (1.26) ชนบทในภาคเหนือ (0.93) และเขตเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (0.75) โดยทั่วไปอาชีพที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงคือข้าราชการและเจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ ในกรุงเทพฯ กลุ่มอาชีพที่มีค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวสูงคือกลุ่มที่หัวหน้าครอบครัวอายุระหว่าง 31-40 ปี

3.4 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายแยกตามลักษณะนักท่องเที่ยว

สำหรับการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย สถาบันฯ ได้ทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวไทย 696 คน นักท่องเที่ยวต่างประเทศ 632 คน พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวไทยเท่ากับ 1,338 บาท นักท่องเที่ยวไทยที่เป็นสตรีมีค่าใช้จ่าย (1,559 บาท/คน/วัน) สูงกว่านักท่องเที่ยวชาย (1,184 บาท/คน/วัน) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อคนต่อวันสูงสุดที่ภาคเหนือ และต่ำสุดที่ภาคตะวันตก สัดส่วนของค่าใช้จ่ายซื้อปัจจัยต่อคนต่อวันสูงสุดที่กรุงเทพฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ค่าใช้จ่ายรวมต่อหัวสูงสุดสำหรับการท่องเที่ยวที่ภาคใต้ นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรมมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงกว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยถึงร้อยละ 45

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,128 บาท/คน/วัน ผู้ที่พักในโรงแรมมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงกว่าผู้ที่พักในเกสต์เฮาส์ร้อยละ 68 แต่หากคิดเฉลี่ยต่อคนหรือต่อการเดินทาง (Per Trip) แล้ว นักท่องเที่ยวที่พักในเกสต์เฮาส์ใช้จ่ายมากกว่าประมาณ 4,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มาจากไทยครั้งแรกมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันต่ำกว่าผู้เคยมาแล้ววันละ 390 บาท นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีค่าใช้จ่ายสูงสุด คือผู้อยู่ในกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่างชาติของชายและหญิงไม่แตกต่างกันมากนัก

3.5 จำนวนวันพำนักรเฉลี่ย

สำหรับนักท่องเที่ยวไทย จำนวนวันพำนักรเฉลี่ยทั่วประเทศ 4.4 วัน นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปภาคใต้มีจำนวนวันพำนักรเฉลี่ยสูงสุด คือ 8.7 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวไทยที่พักรโรงแรมจะมีวันพำนักรเฉลี่ยสั้นกว่าคือ 3.2 วัน

นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีวันพำนักรเฉลี่ย 15.6 วัน แต่มีวันพำนักรเฉลี่ยในโรงแรม 6.7 วัน นักท่องเที่ยวที่มีวันพำนักรเฉลี่ยสูง ได้แก่ นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางและยุโรป

3.6 แหล่งท่องเที่ยวที่นิยม

แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติประเภททะเล และชายหาด เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไทยนิยมมากที่สุด (มีความน่าจะเป็น $P=0.46$) รองลงมา คือ ประเพณีภูเขา น้ำตก และป่า ($P=0.35$) ส่วนอันดับสามมีความน่าจะเป็นต่ำกว่ามาก คือ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ($P=0.15$)

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประเภททะเล และชายหาดเป็นที่นิยมมากที่สุด ($P=0.48$) รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวประเพณีภูเขา น้ำตก และป่า ($P=0.22$) และประเพณีวัฒนธรรม ($P=0.14$) ส่วนสถานที่บันเทิงมีความนิยมต่ำ ($P=0.04$)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อสูง (กลุ่มที่อายุ 50 ปีขึ้นไป และมีวันพำนักรเฉลี่ยไม่เกิน 7 วัน) จะมีรสนิยมสนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชายที่สมรสแล้ว ($P=0.23$) จะสนใจวัฒนธรรมมากกว่าชายโสด ($P=0.21$) นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นหญิงมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากกว่าชาย นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมีแนวโน้มว่าจะเป็นหญิงที่สมรสแล้วอายุ 40 ปีขึ้นไป

3.7 ปัจจัยด้านลบ

ในสายนักท่องเที่ยวต่างประเทศปัจจัยด้านลบต่อการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ การจราจรในกรุงเทพฯ (57.8% ของผู้ตอบ) มลภาวะ (50.8%) โรคเอดส์ (15.1%) แต่คำตอบเรื่องโรคเอดส์ในที่นี่ไม่สามารถเป็นมาตรฐานวัดที่ดี เพราะกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาไม่ได้รวมถึงผู้ที่ตัดสินใจไปแล้วที่จะไม่มาประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเมืองไทย ร้อยละ 60 คิดว่าปัญหาโรคเอดส์ในไทยรุนแรง แต่ร้อยละ 94 ไม่เห็นว่าปัญหานี้จะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจมาเยือนไทยอีกครั้งของตน

นักท่องเที่ยวต่างประเทศร้อยละ 31 คิดว่าประเทศไทยไม่ไคร่ปลอดภัยก่อนการเดินทางมาถึง แต่หลังจากได้มาประเทศไทยแล้ว จำนวนนักท่องเที่ยวที่คิดว่าไม่ไคร่ปลอดภัยลดลงเหลือร้อยละ 10 (สัมภาษณ์ก่อนพฤษภาคม 2557)

4. การศึกษาด้านกายภาพ อุปทาน และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ในการศึกษาปัญหาด้านกายภาพ อุปทาน และความพร้อมของการท่องเที่ยวไทยจะศึกษา 3 วิธีด้วยกันคือ การประเมินโดยนักท่องเที่ยว การประเมินโดยนักวิจัย และการประเมินโดยอาศัยสถิติรายจังหวัดและรายภาค

4.1 การประเมินโดยนักท่องเที่ยว

การประเมินโดยนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 630 ราย และนักท่องเที่ยวไทย 695 ราย พบว่า ปัญหาทางกายภาพที่บกพร่องมากที่สุดในความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ คือการจราจร ซึ่งร้อยละ 80 คิดว่าเลวหรือเลวมาก ซึ่งเป็นปัญหาในกรุงเทพฯ เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือห้องน้ำสาธารณะ น้ำประปา การสื่อสารโทรคมนาคม

สำหรับนักท่องเที่ยวไทยเห็นว่า สาธารณูปโภคที่ควรปรับปรุงมากที่สุด คือถนน โดยเฉพาะภาคใต้และภาคตะวันออก รองลงมาคือห้องน้ำสาธารณะโดยเฉพาะในภาคเหนือ และภาคตะวันออก ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวไทย โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ และภาคเหนือ ระบบการขนส่งมวลชนโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ภาคตะวันตก และภาคเหนือ น้ำประปาโดยเฉพาะในภาคตะวันออก ตะวันตก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การสื่อสารโทรคมนาคมโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ตะวันตก และภาคเหนือ ส่วนบริการด้านไฟฟ้า ที่พัก และอาหาร มีปัญหาน้อย

4.2 การประเมินโดยนักวิจัย

การสำรวจพบว่ารูปแบบปัญหาทางกายภาพของการท่องเที่ยวมักจะขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของการท่องเที่ยว การจัดลำดับปัญหาทางกายภาพจำเป็นต้องแยกแยะตามระดับของความหนาแน่นของการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

จังหวัดที่มีการท่องเที่ยวในระดับสูง

(1) สาธารณูปโภคไม่เพียงพอโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดหาสิ่งจำเป็นและอำนวยความสะดวก ได้แก่ น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การสื่อสาร พื้นผิวจราจร ที่จอดรถ ทางเท้า ที่ร่มรื่น และความปลอดภัย ส่วนสาธารณูปโภคที่ควบคุมสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดเก็บ และกำจัดขยะ การบำบัดน้ำเสีย และการป้องกันมลภาวะทางอากาศ เสียง และความสิ้นเปลือง

(2) การปลูกสร้างอาคารทำลายทัศนียภาพและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ขาดการวางแผนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ และชุมชนโดยรอบ

(3) ขาดการอนุรักษ์และทะนุบำรุงโบราณสถาน

(4) การบุกรุกเข้าครอบครองแหล่งท่องเที่ยว การรุกล้ำที่สาธารณะบริเวณโบราณสถาน ขยายขาด และแม่น้ำลำธาร

จังหวัดที่มีการท่องเที่ยวในระดับกลาง

- (1) ปัญหาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการประสานแผนงานทางกายภาพกับหน่วยราชการและเอกชนต่างๆ
- (2) ปัญหาของคุณภาพของถนนและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- (3) คุณภาพและความพอเพียงของสาธารณูปโภคพื้นฐาน โดยเฉพาะน้ำประปา

จังหวัดที่มีการท่องเที่ยวในระดับต่ำ

- (1) ขาดข้อมูลและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด
- (2) ขาดบริการที่พัก อาหาร และสาธารณูปโภคพื้นฐาน
- (3) ปัญหาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- (4) ขาดแคลนสาธารณูปโภคที่ได้มาตรฐานโดยเฉพาะน้ำประปา

จังหวัดท่องเที่ยวชายแดน

- (1) ขาดการให้ความสำคัญจากรัฐบาล ในด้านการเป็นประตูเข้า-ออกของประเทศ การสร้างเอกลักษณ์และเกียรติภูมิของชาติ ด้วยการจัดระเบียบอาคารสิ่งก่อสร้าง สวนสาธารณะที่สวยงามเป็นสง่าในอาณาบริเวณโดยรอบ
- (2) ส่งเสริมให้หน่วยงานท้องถิ่นที่เป็นสุขาภิบาล ทั้งๆ ที่มีจำนวนนักทัศนาจรสูงได้ยกฐานะเป็นเทศบาล พร้อมกับการจัดงบประมาณพิเศษอุดหนุน เพื่อกระตุ้นให้องค์กรท้องถิ่นมีกำลังใจตื่นตัว และมีความอิสระในการพัฒนา
- (3) ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกและการจัดการในด้านการจราจรขนส่งที่จอดรถ ศาลาที่พัก ห้องน้ำ และสวนสาธารณะสำหรับพักผ่อน

อนึ่ง เขตท่องเที่ยวชายแดนในปัจจุบันยังไม่ได้รับงบประมาณการท่องเที่ยว

4.3 การศึกษาเชิงสถิติรายภาคและจังหวัด

4.3.1 การกระจายของทรัพยากรท่องเที่ยว และความสามารถในการรองรับในด้านที่พัก

ภาคเหนือจะเป็นภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ 387 แห่ง โดยมีภาคใต้เป็นภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากเป็นอันดับรองลงมา แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมธรรมชาติ ประเภทชายหาด ภาคใต้จึงนับว่ามีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากกว่า

ในการเปรียบเทียบศักยภาพการรองรับทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ ปรากฏว่า กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ และหาดใหญ่ ซึ่งเป็นจังหวัดท่องเที่ยวหลักเป็นเมืองใหญ่ที่มีความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวสูง เพราะมีจำนวนห้องพักมาก หากทำการเปรียบเทียบโดยรวม พบว่า ภาคใต้และภาคเหนือมีจำนวนห้องพักมากที่สุดแต่ภาคเหนือมีความพร้อมสูงกว่า ทั้งนี้เพราะการเข้าถึงและการคมนาคมสะดวก ค่าโดยสารถูก โรงแรมและที่พักที่จะรองรับมาตรฐานดีและราคาถูกกว่าภาคอื่นๆ อุตสาหกรรมที่รองรับการท่องเที่ยว เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหารมีอยู่ทั่วไป ดังนั้น ทั้ง 2 ภาคจึงเป็นภาคที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวทางรถยนต์เป็นอย่างดี โดยเฉพาะภาคเหนือมีแหล่งท่องเที่ยวกระจายเป็นวงไม่ต้องซ้ำทางเดิม ในขณะที่ถนนในภาคใต้ยังไม่สะดวกนัก

4.3.2 ความสามารถรองรับด้านสาธารณูปโภค

น้ำประปาเป็นสาธารณูปโภคที่มีขีดความสามารถในการรองรับใกล้วิกฤตที่สุด ในการคำนวณขีดความสามารถในการรองรับของสาธารณูปโภคเมื่อแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวให้เท่ากับประชากรในท้องถิ่น 1 คนต่อปี พบว่าจังหวัดท่องเที่ยวที่มีจำนวนปริมาณน้ำประปาต่อประชากรในเขตเทศบาล (รวมนักท่องเที่ยว) อยู่ในระดับต่ำมาก (น้อยกว่า 5 พันลิตร/คน/ปี) ได้แก่ อุดรธานี นครสวรรค์ ปัตตานี และภูเก็ต

ในด้านไฟฟ้า เมืองท่องเที่ยวที่มีขีดความสามารถต่ำมากได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย กระบี่ พังงา สุราษฎร์ธานี กาญจนบุรี หนองคาย อุบลราชธานี และจังหวัดเลย แต่แนวโน้มขีดความสามารถลดลงมากที่สุด ในจังหวัดภูเก็ต กรุงเทพฯ ชลบุรี ระยอง จังหวัดส่วนใหญ่มีแนวโน้มความสามารถในการรองรับลดลง

ในด้านโทรศัพท์ ได้มีโครงการ 3 ล้านเลขหมายและโทรศัพท์ไร้สายความถี่ต่างๆ เข้ามามีบทบาท ปัญหาความขาดแคลนจึงยังไม่รุนแรงนัก

ปัญหาการจราจรนั้นสำหรับกรุงเทพฯ เป็นปัญหาที่ชัดเจน จังหวัดท่องเที่ยวถัดไปที่กำลังจะมีแนวโน้มเลวลงรวดเร็วมากได้แก่ เชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนรถยนต์จดทะเบียนประมาณ 72,000 คัน รถจักรยานยนต์ 283,000 คัน แต่ถนนในเชียงใหม่รองรับรถยนต์ได้แค่ 60,000 คัน

4.3.3 ความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม

การศึกษาด้านความสามารถในการรองรับสิ่งแวดล้อม จำเป็นต้องเป็นกรณีศึกษาเฉพาะที่ (Site Specific) สำหรับคุณภาพน้ำทะเลพบว่าคุณภาพน้ำทะเลของหาดที่สำคัญ ได้แก่ หาดชะอำ พัทยา อ่าวเพ-สวนสน หาดป่าตอง หาดกะตะ มีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐาน

สำหรับขีดความสามารถในการรองรับในอุทยานแห่งชาติ และเขตอนุรักษ์ยังมิได้มีการศึกษาและกำหนดแนวทางไว้ชัดเจน

ปัญหาด้านขยะ เป็นปัญหาใหญ่ แต่ไม่มีจำนวนขยะที่แท้จริงเห็นได้ชัดเจน เพราะขยะบางส่วนทิ้งลงแม่น้ำลำคลอง และชายหาด แต่การศึกษาในจังหวัดที่ไปสำรวจพบว่า ความสามารถในการกำจัดต่ำกว่าจำนวนขยะที่มีอยู่ทุกจังหวัด ขยะที่กำจัดไม่หมดในกรุงเทพฯ มากกว่าขยะทั้งหมดของเชียงใหม่ถึง 25 เท่า เฉพาะขยะที่กำจัดไม่หมดในเชียงใหม่วันหนึ่งๆ มีปริมาณเท่ากับขยะทั้งหมดของเทศบาลเมืองลำปาง

4.3.4 ความสามารถในการรองรับทางสังคม

ดัชนีความสามารถในการรองรับทางสังคมวัดจากสัดส่วนของวันท่องเที่ยว ต่อวันประชากรทั้งหมดใน 1 ปี หากดัชนีนี้ยิ่งสูง ภาระทางสังคมต่อคนท้องถิ่นก็สูงตามไปด้วย จากการคำนวณพบว่าภาคใต้ มีอัตราภาระทางสังคมสูงกว่าภาคอื่น เพราะเป็นเขตที่มีความหนาแน่นประชากรต่ำ รองลงมาคือภาคตะวันออกและภาคกลาง

5. การศึกษาโครงการระดับชาติที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

โครงการระดับชาติที่จะศึกษาในที่นี้ได้แก่ โครงการสะพานข้ามแม่น้ำโขงเชื่อมไทย-ลาว ซึ่งกำหนดจะสร้างเสร็จในปี 2537 จุดประสงค์ของการศึกษาค้างนี้เพื่อหาเส้นทางและวิธีการที่จะเพิ่มรายได้ของการท่องเที่ยวให้แก่ทั้งสองฝั่งโขง

นับแต่ประเทศลาวได้เปิดประเทศให้ชาวต่างชาติเข้ามาเยือน การท่องเที่ยวก็เป็นวิธีการหนึ่งที่จะสร้างรายได้ แต่ประเทศลาวมีปัญหาด้านการเข้าถึง ในปัจจุบันมีสายการบินบินจากเวียงจันทน์เข้าสู่เวียงจันทน์เพียงอาทิตย์ละ 2 ครั้ง แต่ลาวมีจุดเชื่อมต่อกับไทยทางชายแดนอยู่หลายจุดด้วยกัน โดยเฉพาะท่าเสด็จที่หนองคายนั้นอยู่ห่างจากเวียงจันทน์เพียง 25 กิโลเมตร ซึ่งในขณะนี้ประชาชนทั้งสองฝั่งโขงและนักท่องเที่ยวเดินทางติดต่อกันโดยทางเรือ การสร้างสะพานเชื่อมที่หนองคาย นี้คาดว่าจะก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ตลอดจนจะทำให้มีความต้องการท่องเที่ยวลาวมากขึ้น เพราะลาวเพิ่งเปิดประเทศไม่นานนัก

ในปี 2534 ประมาณได้ว่ามีนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรชายแดน 27,300 คน นักท่องเที่ยวต่อวีซ่าอีก 10,400 คน รวมเป็น 37,700 คน ซึ่งเป็นจำนวน 12.5 เท่าของนักท่องเที่ยวสากล (3,000 คน)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งเป้าหมายจะให้มียกนักท่องเที่ยว 52,900 คน ในปี 2535 และเพิ่มเป็น 200,000 คน ในปี 2538

รายได้จากการท่องเที่ยวต่อปีของลาวในปัจจุบันประเมินว่ามีมูลค่า 4.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 4.7 ของมูลค่าการส่งออก

นโยบายเศรษฐกิจของลาวในปัจจุบันเน้นการสร้างรายได้จากการกสิกรรมและป่าไม้เป็นหลัก หากรัฐบาลให้ความสนใจและสนับสนุนการท่องเที่ยวก็จะเป็นภาคเศรษฐกิจที่นำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศอย่างรวดเร็ว

อุปสรรคของการขยายการท่องเที่ยวในลาว

(1) ห้องพักและอาหาร

ทางการลาวไม่อนุญาตให้ชาวต่างชาติถือครองที่ดิน โอกาสที่นักลงทุนต่างชาติจะมาสร้างโรงแรมระดับ 5 ดาว จึงเป็นไปได้ยาก ในขณะนี้มีนักลงทุนชาวไต้หวัน (80 ห้อง) และชาวสิงคโปร์ (200 ห้อง) มาเข้ากิจการจากเอกชนและรัฐซึ่งกำลังสร้างคาดว่าจะอีก 2 ปีจะเสร็จเรียบร้อย

(2) การคมนาคม

ปัจจัยที่สำคัญที่เกื้อหนุนการท่องเที่ยว คือ การคมนาคม ซึ่งปัจจุบันถนนลาดยางจำกัดอยู่ในเมืองเวียงจันทน์ และเส้นทางไปเขื่อนน้ำงึม ถนนเชื่อมเวียงจันทน์และหลวงพระบางกำลังก่อสร้าง คาดว่าจะเสร็จในปี 2537 พร้อมกับสะพานเชื่อมแม่น้ำโขง

(3) ระเบียบพิธีการเข้าเมือง

ระเบียบพิธีการเข้าเมืองของลาวในปัจจุบันยุ่งยากและกินเวลา การทำวีซ่าโดยตรงและไม่ผ่านกรุงเทพฯ ใช้เวลา 1 อาทิตย์ การเชื่อมเมืองท่องเที่ยวไทย-ลาว เช่น เชียงใหม่และเวียงจันทน์ไม่สะดวกเพราะลาวไม่มีกงสุลที่เชียงใหม่ การตัดสินใจมาท่องเที่ยวลาว นักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนมาจากประเทศของตน

สำหรับนักท่องเที่ยวชายแดนปัญหาสำคัญคือ ทางลาวปิดพรมแดนในวันอาทิตย์ ซึ่งเป็นวันที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวและทุกวันทำงานจะปิดการทำงานในช่วงกลางวันจากเวลา 12.00 - 14.00 น และปิดด่านเวลา 16.00 น ทำให้การเข้าออกไม่สะดวก นักท่องเที่ยวต้องเร่งรีบมากจากประสบการณ์ของด่านที่แม่สายซึ่งทางพม่าผ่อนปรนยอมเปิดด่าน ถึงเวลา 18.00 น ในปีหนึ่งๆ มีผู้ผ่านเข้าพม่าไม่ต่ำกว่า 800,000 คน ก่อให้เกิดรายได้อย่างมากแก่ทางการพม่า

เนื่องจากอุปสรรคของการท่องเที่ยวเป็นอุปสรรคของความพร้อมและการจัดการของฝั่งลาวเป็นส่วนใหญ่ ภายใน 5 ปี ข้างหน้านักท่องเที่ยวที่มาเยือนลาวก็ยังไม่ถึงระดับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ในปี 2537 หากยังไม่ปรับปรุงระเบียบการเข้าเมือง คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวชายแดน 171,524 คน และในปี 2539 จะเพิ่มเป็น 469,456 คน ซึ่งจะใกล้เคียงกับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และยังต่ำกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปอุดรธานีในปัจจุบัน

การท่องเที่ยวในระดับที่คาดคะเนนี้จะก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ลาวจำนวน 478 ล้านบาทในปี 2537 และ 1,443 ล้านบาทในปี 2539 แต่ส่วนใหญ่ของค่าใช้จ่ายเป็นค่าจับจ่ายใช้สอยสินค้าจากต่างประเทศ

สำหรับไทยในกรณีที่นักท่องเที่ยวพักแรมในฝั่งไทย 1 คืน จะมีรายได้ในปี 2537 จะเท่ากับ 152 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 459 ล้านบาทในปี 2539 โอกาสการเพิ่มรายได้ฝั่งไทยขึ้นอยู่กับความสามารถในการใช้การเปิดประเทศของลาว ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากขึ้น

6. การศึกษาความสอดคล้องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัว แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งก็เริ่มมีความเสื่อมโทรม ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ก็มีความต้องการที่จะพัฒนา เพื่อให้การท่องเที่ยวพัฒนาอย่างสมดุลย์ ททท. จึงได้เริ่มวางแผนหลักระดับจังหวัด ปัจจุบันประเทศไทยมีแผนหลักสำหรับพัฒนาการท่องเที่ยวจำนวน 11 แผน ครอบคลุมพื้นที่รวม 18 จังหวัด งบประมาณแหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกได้ 4 ประเภทคือ (1) โครงการอุดหนุนการปรับปรุงสาธารณูปโภค พัฒนาสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็กในภูมิภาค (2) โครงการประเภทพัฒนาและอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ (3) โครงการเร่งรัดฟื้นฟูการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (งบ กฟค.) (4) โครงการตามแผนงานเงินกู้เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว (ปี 2531-2534) หรือเงินกู้ OECF ซึ่งมุ่งในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเครือข่ายคมนาคม และการบูรณะโบราณสถาน แผนงานเงินกู้มีวงเงินรวม 1,544.9 ล้านบาท

ดังนั้น ในการนำงบประมาณไปปฏิบัติ ททท. จึงจำเป็นต้องประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เป็นจำนวนมาก

สำหรับข้อมูลในหัวข้อนี้ ได้จากการประชุมร่วมกับผู้ว่าราชการจังหวัดหรือผู้แทน ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ภายในจังหวัดเป็นจำนวน 18 จังหวัด ตามรายชื่อในตารางที่ 1

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัญหาความสอดคล้องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆ มีดังต่อไปนี้คือ

- (1) การมองตลาดและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไม่ตรงกันระหว่างหน่วยงานในท้องถิ่นกับททท. และความเป็นจริง
- (2) เป้าหมายและวัตถุประสงค์ตลอดจนภารกิจที่หน่วยงานในท้องถิ่นได้รับมอบหมายไม่เกื้อหนุนการท่องเที่ยว เช่น การใช้เขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว
- (3) ททท. ขาดแคลนเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์ด้านการวางแผนและประสานแผน

การที่การท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องประสานแผนการท่องเที่ยวเข้าไปในแผนพัฒนาและแผนปฏิบัติการจังหวัดมากขึ้นการปรึกษาหารือและสัมมนาร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่ระดับสูงในจังหวัดและเจ้าหน้าที่ระดับสูงของ ททท. จึงเป็นเรื่องจำเป็นเพื่อให้เกิดมโนทัศน์ (Vision) ของการจัดการบริหารการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกัน

7. ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว กรณีงานมหกรรมไม้ดอก

ไม้ประดับเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ในหัวข้อนี้ก็คือจะศึกษาว่า การจัดกิจกรรม (Event) ส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดนั้น ให้ผลทางเศรษฐกิจคุ้มค่าเพียงใด ทั้งนี้ได้เลือกเอามหกรรมไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่เป็นกรณีศึกษาเพื่อให้เห็นผลทางเศรษฐกิจอย่างชัดเจน โดยไม่ต้องกังวลกับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเด็นในการศึกษาได้แก่ รายได้ในช่วงมีงานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับเปรียบเทียบกับรายได้ปกติจากการท่องเที่ยวในเดือนกุมภาพันธ์นั้น ซึ่งเป็นฤดูท่องเที่ยวแตกต่างกันเพียงไร ปรากฏว่า รายได้ปกติจากการท่องเที่ยวในเดือนกุมภาพันธ์เท่ากับ 20.64 ล้านบาท

ต่อวัน รายได้ที่เพิ่มมากขึ้นอันเกิดจากการจัดงานมหรหรรษ์ไม้ดอกไม้ประดับเท่ากับ 15.54 ล้านบาทต่อวัน หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 15 การจัดงานมหรหรรษ์ไม้ดอกไม้ประดับก่อให้เกิดรายได้ทั้งสิ้น 105.29 ล้านบาทในช่วงงานมหรหรรษ์

ในปี 2535 งบประมาณในการจัดการและดำเนินงานของภาครัฐบาลเท่ากับ 1,061,910 บาท ส่วนภาคเอกชน ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 1,151,000 บาท รวมค่าใช้จ่ายในการจัดมหรหรรษ์ไม้ดอกไม้ประดับครั้งนี้ 2,212,910 บาท หากคิดค่าแรงงาน ให้แก่ชาวเชียงใหม่ที่เสียสละเวลามาร่วมชมขบวนแห่จะเป็นเงิน 155,500 บาท การจัดงานทำให้เกิดรายได้รวมเป็น 47 เท่าของการลงทุน (ไม่คิดค่าแรง) และทุกๆ 1 บาทที่ลงทุนจะได้รายได้เพิ่มขึ้น 20.4 บาท

ในการกระจายค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวตามหมวดพบว่า รายจ่ายค่าที่พักเป็นรายจ่ายที่สูงรองจากค่าพาหนะเดินทาง และสินค้าที่ระลึก กล่าวคือ กิจกรรมที่พักริมแรมจะได้รับรายได้สูง คิดเป็นร้อยละ 23.01 ของรายได้รวมของการจัดกิจกรรม และรายได้จากการขายที่พักส่วนใหญ่ตกแก่โรงแรมขนาดใหญ่ (85%) หรือกิจกรรมขนาดใหญ่ได้รายได้สูงกว่าขนาดเล็กถึง 7 เท่า แต่ในการจัดงานครั้งนี้ ทางธุรกิจที่พักแรมร่วมออกค่าใช้จ่ายเพียง 120,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด และธุรกิจโรงแรมได้รายรับคิดเป็น 75 เท่าของค่าใช้จ่ายในการจัด

สำหรับการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวไทยมีความประทับใจมากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศซึ่งอาจจะเคยชินกับการจัดงานประเภทนี้ และจำนวนดอกไม้ไม้ในฤดูใบไม้ผลิของประเทศในเขตนานว ซึ่งมีความหลากหลายมากกว่า

ผลของการศึกษาสรุปได้ว่า การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจในระดับสูง แต่ผลประโยชน์ตกอยู่กับกิจการใหญ่มากกว่ากิจการเล็ก และภาคเอกชนที่ได้ผลตอบแทนสูงยังไม่ได้รับภาระค่าใช้จ่ายในการจัดงาน ในสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลประโยชน์ที่ได้รับ

8. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมและสังคม

ในขณะที่ผลกระทบทางเศรษฐกิจสามารถเห็นได้ชัดเจนทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและไม่ชัดเจน แต่เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์เสมอว่า แบบแผนวิถีชีวิตและระบบค่านิยมของนักท่องเที่ยว ตลอดจนกำลังซื้อที่สูงกว่า จะมีผลกระทบต่อแบบแผนการดำรงชีวิตของท้องถิ่น การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นการ "พราง" เอาวัฒนธรรมไปจากชาวบ้าน ทำให้ชุมชนท้องถิ่นสูญเสียพลังกลไกทางสังคม ซึ่งวัฒนธรรมนั้นๆ ทำหน้าที่จรรโลง นอกจากนี้ความพยายามที่จะตอบสนองการท่องเที่ยวได้ "บิดเบือน" การละเล่นและเอกลักษณ์ท้องถิ่น

สำหรับการศึกษาในที่นี่ได้เลือกเอาประเพณีบุญบั้งไฟพืยโสธร ซึ่งได้รับการส่งเสริมจาก ททท. ให้เป็นเทศกาลประจำปี เป็นกรณีศึกษา งานบุญบั้งไฟเป็นงานประเพณีเดือน 6 ที่ทำกันทั่วไปในภาคอีสานก่อนฤดูนาปีเพื่อเป็นการขอฝน สัญลักษณ์ที่ใช้ในพิธีเดิมจะเป็นสัญลักษณ์ทางเพศ และเพศสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องหมายของพลังที่ก่อกำเนิดชีวิต การแท้งเป็นการแห่ของผู้ชายเพื่อเป็นการรำลึกถึงบทบาทของผู้ชายในการเกษตร

การศึกษาพบว่าได้มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการจัดบุญบั้งไฟพืยโสธรจริง แต่การเปลี่ยนแปลงนี้เนื่องจากโครงสร้างของเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ของกลุ่มชนต่างๆ ในเมืองเปลี่ยนแปลงไป ถึงแม้ ททท. จะไม่เข้ามาสนับสนุนให้งานบุญบั้งไฟเป็น

จุดดึงดูดนักท่องเที่ยว การพนันขึ้นต่อตลอดจนการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการบันเทิงก็ย่อมเกิดขึ้นอยู่แล้ว การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอาชีพ โครงสร้างอำนาจและความสัมพันธ์ในชุมชน ดังนั้น งานบุญบั้งไฟที่ยึดถือไม่ได้พรางเอาวัฒนธรรมไปจากชาวบ้าน แต่ลักษณะของพิธีกรรมได้เปลี่ยนแปลงไปเพื่อรองรับโครงสร้างอำนาจใหม่โดยเฉพาะอำนาจรัฐ

ความเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัดในขบวนบั้งไฟคือรูปแบบที่เคยเป็นการละเล่นร่วมกันของคนทั้งชุมชนมาเป็นการแสดงหรือการ "โชว์" ส่วนที่เกี่ยวกับสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ต่างๆ เช่น สัญลักษณ์เพศ และรูปการร่วมเพศ คำแข็งในแนวนนี้เป็นต้น จึงลดลงเป็นอย่างมาก โดยทั้งทางเทศบาลและจังหวัดต่างก็กำหนดให้ลดส่วนนี้ในบุญบั้งไฟลงเสีย เพราะเห็นว่าไม่เหมาะสม

เพื่อให้เกิดความสวยงาม ขบวนแห่ก็นิยมใช้สตรีสาวมากขึ้น การประกวดธิดาบั้งไฟเป็นการเน้นการ "โชว์" ของงานอย่างชัดเจน นอกจากการแสดงดังกล่าวแล้ว ในขบวนยังมีชื่อคุ้ม ชื่อโรงเรียน ชื่ออำเภอ บริษัทร้านค้าที่ให้การอุดหนุน การโฆษณาสินค้าของผู้อุดหนุน ชื่อของนักการเมืองท้องถิ่นที่ให้ความอุปถัมภ์ ชื่อธนาคาร เป็นต้น ทั้งหมดเหล่านี้เข้ามาแทนที่ "ปักแป้น" ซึ่งเคยเป็นสิ่งที่ขบวนบั้งไฟถือแห่ไปด้วย

อันที่จริง ททท. ไม่ได้เข้ามาสนับสนุนบุญบั้งไฟที่ยึดถือเอง หากแต่ว่าในราวปี 2520 นายกเทศมนตรีของเมืองยโสธรเห็นว่าควรส่งเสริมให้งานบุญบั้งไฟเป็นเอกลักษณ์ของเมือง จึงได้ติดต่อกับ ททท. เพื่อขอความช่วยเหลือ ทาง ททท. ได้ส่งเจ้าหน้าที่มาให้คำปรึกษาในการวางแผนการจัดงาน และวางแผนการประชาสัมพันธ์ และททท. เองก็ช่วยประชาสัมพันธ์งานนี้ในวารสารและสื่อต่างๆ ของตนด้วย จากนั้นเป็นต้นมาการแข่งขันบั้งไฟชนิดต่างๆ กลายเป็นหัวใจของงาน และมีคนมาดูงานเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม คำแนะนำของ ททท. ในระยะหลังนี้เป็นไปในทำนองว่าควรปล่อยให้งานเป็นไปตามธรรมชาติมากกว่า ไปตัดแปลงแก้ไขเพื่อมุ่งจะดึงดูดนักท่องเที่ยว คงให้เหตุผลว่างานประเพณีซึ่งจัดขึ้นตามที่ชาวบ้านร้านตลาดทำนั้นเป็นเสน่ห์แก่นักท่องเที่ยวมากกว่า แต่ในปัจจุบัน ขบวนแห่และแข่งก็เป็นการจัดเตรียมการอย่างมาก ไม่มีลักษณะ "ธรรมชาติ" (ตามที่ทาง ททท. ให้คำแนะนำ)

การที่ ททท. ไม่ค่อยมีอิทธิพลต่อการจัดงานมากนัก คงด้วยสาเหตุสองประการคือ

(1) บุญบั้งไฟที่เมืองยโสธรมี "หน้าที่" สำคัญอยู่ไม่น้อยในโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของเมือง ส่วนนี้จะกำหนดลักษณะของงานมากกว่าคำแนะนำของ ททท.

(2) งานบุญบั้งไฟไม่ประสบความสำเร็จในการทำเงินจากการท่องเที่ยวนัก ร้านค้าส่วนใหญ่จะปิดในวันงาน บ้างก็ว่าเพราะเจ้าของร้านต้องออกไปร่วมสนุกในงาน บ้างก็ว่าปิดเพื่อหลบหนีจากการถูก "ชิง" ขอลเงินซึ่งมีหลายคณะและชอกกันไม่หยุดหย่อน ส่วนการพักแรมของนักท่องเที่ยวในโอกาสมาเที่ยวงานบุญบั้งไฟก็ไม่มีมาก เนื่องจากนิยมพักในจังหวัดอื่นแล้วมาเที่ยวชมช่วงเช้าหรือบ่ายแล้วก็กลับไปพักแรมที่อื่น ทุกวันนี้โรงแรมที่ได้มาตรฐานในเมืองยโสธรรู้ก็ยังไม่ค่อยมี ซึ่งชี้ให้เห็นว่าธุรกิจการท่องเที่ยวไม่ใช่ธุรกิจสำคัญของเมือง อาจเป็นได้ว่าจังหวัดยโสธรเองไม่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว งานบุญบั้งไฟเพียงอย่างเดียวจึงไม่อาจก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้สินค้าพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อคือหมอนซิดก็ส่งออกไปขายยังจังหวัดอื่นๆ ในภาคอีสานอยู่แล้ว โดยไม่เกี่ยวกับงานบุญบั้งไฟเลย

การท่องเที่ยวไม่ได้เข้ามากำหนดรูปแบบและการจัดนุญบังไฟโดยตรงก็จริง แต่การที่ทุกฝ่ายมีสำนึกว่าเวทีการแสดงของตนนั้นถูกขยายให้ใหญ่ขึ้นด้วยนักท่องเที่ยว และทุกฝ่ายต่างก็พอใจกับการที่มีนักท่องเที่ยวล้นหลามเข้ามาชมมากบ้างน้อยบ้าง การท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดรูปแบบความเปลี่ยนแปลงในงานนุญบังไฟของยโสธรอยู่บ้าง เช่น ความพยายามของผู้จัดที่จะ "ปรับปรุง" งานนุญบังไฟให้ตอบสนองนักท่องเที่ยว เช่นไม่ยอมให้ "การแสดง" ซ้ำกันทุกปี ทั้งนี้เพราะผู้จัดเห็นการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการยกระดับ และหน้าตาของจังหวัดและเพื่อเป็นการตอบสนองนโยบายจากส่วนกลางโดยตรง แต่การท่องเที่ยวไม่ใช่ปัจจัยชี้ขาดที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยไม่มีฐานของความสัมพันธ์ทางสังคมภายในร่วมอยู่ด้วยไม่ว่า จะมีหรือไม่มีการท่องเที่ยว นุญบังไฟที่ยโสธรก็จะต้องแตกต่างจากที่เคยจัดกันในหมู่บ้านอีสานอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพียงแต่ว่าความเปลี่ยนแปลงอาจไม่รวดเร็วเท่านี้

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และสังคม วัฒนธรรมไทยย่อมเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่มีทางเลี่ยง ในกรณีศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมน้อยกว่าอิทธิพลของนโยบายการท่องเที่ยวที่มีต่อจิตสำนึกของผู้บริหารในกรณีศึกษาพบว่า ผู้บริหารได้รับและตอบสนองนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยวโดยไม่มีเงื่อนไข และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของขบวนแห่ ตามรสนิยมของตนเพื่อเอาใจนักท่องเที่ยว

II แนวทางและมาตรการการพัฒนาการท่องเที่ยว

ในการวางแผนทางและมาตรการพัฒนาการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยยึดวัตถุประสงค์ (objectives) ดังต่อไปนี้

- (1) เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นบริการและสวัสดิการทางสังคมแก่ปวงชนชาวไทย หรือเป็นวิธีหนึ่งของการคืนภาษีสู่ประชาชน
- (2) ให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการให้การศึกษาด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและสังคมเป็นตัวกระตุ้นให้มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสิ่งเสริมเอกลักษณ์ไทย
- (3) ให้การท่องเที่ยวช่วยนำเงินตราต่างประเทศ เพิ่มรายได้ และการจ้างงานให้แก่ธุรกิจเอกชนไทยและประชาชนในท้องถิ่น

2.1 เป้าหมาย

- (1) กระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูง และเยาวชน โดยให้มีการขยายตัวร้อยละ 5 ต่อปี หรือช่วง 5 ปี เพิ่มจาก trend แค่ 5% และจำนวนวันท่องเที่ยว 147 ล้านวันในปี 2539
- (2) ให้การขยายตัวของรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวสูงกว่าการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว และขยายจำนวนวันพักแรมเฉลี่ยให้เป็น 10 วันภายในปี 2539

(3) พื้นฟูเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญทุกเมือง โดยการวางแผนเป็นกลุ่มพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงกันทั้งในด้านโครงข่ายการขนส่ง ระยะทาง รูปแบบประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนองค์ประกอบอื่นๆ ทางด้านขนาด และสภาพแวดล้อม ทั้งนี้มีความจำเป็นที่จะให้การสนับสนุนประกาศให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเปราะบางทางสิ่งแวดล้อมเป็น เขตคุ้มครองสิ่งแวดล้อม

(4) ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอินโดจีนและเอเชียตอนใน (Inner Asia)

(5) เปลี่ยนภาพพจน์การท่องเที่ยวไทยจากดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย (Dreamland for Men) เป็นดินแดนแห่งความสนุกสนานของครอบครัว (Family's Fun Land) ในข้อเสนอแนะด้านมาตรการต่อไปนี้จะแยกแยะระหว่างคำว่าแผนงาน (Program) และกิจกรรม (Events) แผนงานหมายถึง งานที่ทำเป็นประจำ ส่วนกิจกรรมจะจัดขึ้นเป็นครั้งคราว

2.2 มาตรการ

1. มาตรการยกระดับตลาดนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ในท้องถิ่น

(1) เจาะกลุ่มตลาดวิชาชีพที่มีรายได้สูง เช่น แพทย์ สถาปนิก วิศวกร ตลาดนักท่องเที่ยวใหญ่ที่สุดในทศวรรษหน้าจะเป็นตลาดของคนที่เกิดระหว่างปี 2489-2507 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงสุด จึงควรมีการเจาะตลาดกลุ่มนี้อย่างเข้มข้น ส่งเสริมการให้บริการและข้อมูล การจัดประชุมวิชาชีพต่างๆ

(2) เจาะกลุ่มตลาดสตรีให้ภาพพจน์เมืองไทยเป็น Ladies' Paradise เช่น ในญี่ปุ่น (มีจำนวนถึง 26% ของนักเดินทางญี่ปุ่นทั้งหมด หรือประมาณเกือบ 3 ล้านคน) จัดแผนงาน Cuisine, Fashion and Jewellery in Thailand โดยทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับงานแสดงสินค้าของอุตสาหกรรมเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และอุตสาหกรรมอัญมณีของไทย ส่งเสริมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารส่งเสริมสุขภาพ และบริหารความงาม ข้อควรระมัดระวังลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นห่วงเรื่องความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินเป็นพิเศษ

สำหรับตลาดในประเทศ สตรีมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าบุรุษ และเป็นค่าใช้จ่ายที่มีผลต่ออุตสาหกรรมท้องถิ่น ตลาดท่องเที่ยวที่สตรีและแม่บ้านไทยสนใจจะเป็นแหล่งที่มีสินค้าให้ซื้อ เช่น เมืองท่องเที่ยวในภาคเหนือ อีสาน และเมืองชายแดน

(3) เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาเมืองไทยแล้ว (repeat tourists) ซึ่งจะมีจำนวนวันพำนักร้อยละยี่สิบเพื่อขยายการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวระดับรองๆ เช่น ลำปาง แพร่ หัวหิน ระนอง เมืองท่องเที่ยวชายแดน เช่น อุบลราชธานี อุดรธานี

(4) เจาะกลุ่มลูกค้านักกีฬา เช่น นักเล่นกอล์ฟ หรือกีฬาทางน้ำ รวมถึงการตกปลา กีฬาเครื่องบิน

อนึ่ง ททท. ไม่ควรจัดกิจกรรมประจำปีเฉพาะเจาะจงกีฬาใดกีฬาหนึ่ง เช่น Golf Year ตามหลักเศรษฐศาสตร์ หากมีกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้รับผลประโยชน์ชัดเจนกลุ่มเดียว กลุ่มนั้นสมควรออกค่าใช้จ่ายโฆษณาเอง ควรจะเรียกเป็น Sports in Thailand Year และเผยแพร่กีฬาทุกประเภท รวมทั้งกีฬาพื้นเมือง เช่น มวยไทย ตะกร้อลอดห่วง โดยอาจจัดแข่งขันระหว่างโรงเรียนต่างๆ ในแต่ละจังหวัด และการชิงชนะเลิศ โดยจัดขึ้นที่สนามหลวงตอนเย็นๆ ทั้งนี้ควรจัดงานร่วมกับภาคธุรกิจเอกชนในอุตสาหกรรมรองเท้า ชุดวอร์ม เครื่องกีฬา เป็นต้น

(5) เจาะกลุ่มลูกค้ามหาวิทยาลัยและเยาวชนที่สนใจสินค้าประเภทวิถีชีวิต (Way of Life) โดยส่งเสริมให้กลุ่มนี้เข้ามาในฤดูฝนซึ่งเป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (Off Peak) แต่เป็นช่วงที่ธรรมชาติงดงาม และเกษตรกรรมมีกิจกรรมในท้องไร่ท้องนามาก

อนึ่ง ลูกค้าในกลุ่มนี้จะจัดแบบ Mass Tourism ไม่ได้ เพราะมีผลกระทบต่อชุมชนที่รองรับ

(6) ศึกษาอุปทานและอุปสงค์ Nature Tourism หรือ Green Tourism ถึงผลได้ผลเสียโดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัย และวิธีการบริหารและควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว ตลอดจนการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ทั้งในและนอกท้องถิ่น การท่องเที่ยวประเภทนี้หากมีการบริหารที่ดี ผลได้อาจจะเป็นผลทางอนุรักษ์มากกว่าผลทางรายได้ หากบริหารไม่ดีก็จะมีผลเสียยิ่งไปกว่าการท่องเที่ยวแบบอื่นๆ

(7) รมรณรงค์การให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับปัญหาโรคเอดส์ในประเทศไทย ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาล สถานบริการสุขภาพที่มีมาตรการป้องกันการติดเชื้อเอดส์

2. มาตรการขยายตลาดภายในประเทศ

(1) เจาะตลาดลูกค้ารายได้สูงในประเทศ เช่น กลุ่มผู้มีรายได้สูงสุด 20% ของกรุงเทพฯ และ 5% แรกของเมืองใหญ่ๆ เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี หาดใหญ่ เป็นต้น ส่งเสริมตลาดทัวร์สุขภาพและความงาม สำหรับสตรีและกลุ่มแม่บ้านโดยเฉพาะนอกฤดูท่องเที่ยว off-season

(2) จัดแผนงาน "ท่องเที่ยวทั่วไทย ชิมไปทั่วแดน" เพื่อใช้กระจายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความนิยมในระดับปานกลางและต่ำ เป็นแผนงานประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยว สำหรับผู้ขับซีรยนต์ ปรับปรุงข้อมูลด้านแผนที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสำหรับคนไทย ร้านอาหารที่มีชื่อและสินค้าพื้นเมืองในจังหวัด จังหวัดที่น่าจะบรรจุในแผนงานภาคเหนือได้แก่ เชียงราย ลำปาง แพร่ สุโขทัย พิษณุโลก นครสวรรค์ ภาคกลางที่อยุธยา สุพรรณบุรี กาญจนบุรี ภาคใต้ที่จังหวัดตรัง สุราษฎร์ธานีสงขลา (หาดใหญ่) เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยววัดตาตาดคาร อาหารท้องถิ่น จุดแวะพักระหว่างทาง และที่พักแรม อาจจะทำเป็นหนังสือเพื่อวางขายทั่วไปได้

(3) ศึกษาความเป็นไปได้ในการเสริมสร้างแรงดึงดูดวัฒนธรรมท้องถิ่น และเพิ่มบรรยากาศการท่องเที่ยวโดยสนับสนุนให้ท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้เข้มข้นขึ้น เช่น ในเขตเมืองตะขิบชายแดนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เช่น แม่สอด ควรจะพัฒนาแม่สอดให้เป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้เด่นชัดขึ้น ในการนี้อาจจะจำลองกลุ่มอาคารเก่าจัดเป็นเมืองพิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง (Out-Door Museum or Antique Town) ที่มีวัตถุประสงคทางการค้าเป็นส่วนประกอบ โดยอาจใช้เรือนเก่าของพวกกะเหรี่ยง หรือพมามาก่อสร้างเป็นหมู่บ้าน และเปิดร้านขายของที่ระลึก ในบางบริเวณที่แยกส่วนออกมา สนับสนุนให้มีงานประกวดของเก่า ประเภทเครื่องไม้แกะสลักเครื่องแก้วโบราณ เครื่องทองเหลือง เป็นต้น แต่เนื่องจากแม่สอดมักมีปัญหาความไม่สงบทางชายแดน ควรจัดเมืองโบราณให้ห่างจากเขตแดนมากกว่าในปัจจุบัน หรือจัดสร้างหมู่บ้านรวมไทยจากนอกเขตประเทศไทยปัจจุบันที่จะให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ในลักษณะพิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง เช่น หมู่บ้านไทยสิบสองปันนา ไทยอาหม ไทยเขียงรุ่ง ในพื้นที่ภาคเหนือแถบแม่ฮ่องสอนหรือระหว่างเชียงใหม่ เชียงราย เป็นต้น

(4) เจาะตลาดผู้สูงอายุ โดยทำรายการลดค่าโดยสารทางอากาศ และทางรถไฟในช่วงนอกฤดูกาล

3. มาตรการฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน

(1) ประกาศให้เมืองท่องเที่ยวหลัก และเมืองที่มีศักยภาพสูงเป็นเขตคุ้มครองสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535 มาตรา 44 และ 45

เมื่อประกาศเป็นพื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อมแล้วในทางปฏิบัติหมายถึง การให้อำนาจเจ้าพนักงานท้องถิ่น และผู้ว่าราชการจังหวัดควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดิน กำหนดประเภท และขนาดของโครงการกิจการของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจหรือเอกชนที่จะทำการก่อสร้างหรือดำเนินการในพื้นที่นั้น และมีการใช้บทลงโทษตามกฎหมายส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535 เช่น สถานประกอบการใดมีเครื่องบำบัดน้ำเสีย แต่ไม่เปิดเครื่อง จะถูกปรับเป็นเงิน 4 เท่าของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเป็นเวลาทุกวันจนกว่าจะแก้ไข ทางอาญาด้วยการลงโทษในกรณีที่จงใจทำลายสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบันได้มีการประกาศใช้แล้ว 2 เขต คือภูเก็ต พัทยา เมืองท่องเที่ยวที่ควรประกาศเพิ่มเติมได้แก่ เชียงใหม่ สมุย-พังงา กาญจนบุรี พังงา กระบี่ บ้านเพ ระยอง เกาะช้าง (ตราด) ทั้งนี้ เมื่อประกาศแล้วต้องมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยเฉพาะที่พัทยาและภูเก็ต

(2) นอกจากนี้ ยังควรบังคับใช้กฎหมายผังเมืองให้มีผลอย่างจริงจัง โดยการกำหนดการใช้ที่ดินเพื่อให้มีผลต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการควบคุมความหนาแน่นของพื้นที่อาคารต่อพื้นที่ดิน (Floor Area Ratio) และอัตราส่วนพื้นที่อาคารคลุมดิน (Building Coverage Ratio) ตลอดจนความสูง และส่วนประกอบอื่นๆ ของโครงการ การตั้งกองทุนพิทักษ์มรดกไทย (Thai Heritage Fund) และกองทุนพิทักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Nature หรือ Green Fund) โดยมีทุนประเดิมจากงบประมาณและมีงบประมาณคิดเป็นสัดส่วนแน่นอนของรายได้จากการท่องเที่ยว นอกจากนี้จะหาทุนได้จากค่าธรรมเนียมท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมขึ้นเกาะ เพื่อใช้จ่ายในการฟื้นฟูธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนการรณรงค์เพื่อพิทักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว

(3) จัดตั้งเครือข่ายการเฝ้าระวัง (Network of Heritage Watch) ร่วมกับองค์กรเอกชนอิสระ (NGOs) และสื่อมวลชน ในการสอดส่องและตีแผ่การเข้าลูกล้าสถานท่องเที่ยว และสถานที่สาธารณะที่เป็นสมบัติของชาติ ตลอดจนการรณรงค์ให้ประชาชนและโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเกิดความรักและความเอาใจใส่มรดกของชาติ

(4) เสนอให้รัฐบาลใช้ระบบจูงใจและมาตรการลดหย่อนทางภาษีให้แก่อุตสาหกรรมเครื่องดื่มและอาหาร ที่ใช้ภาชนะที่นำกลับมาใช้ได้ (recycling) เช่น ขวดแก้ว และจัดเก็บภาษีพิเศษกับภาชนะที่ไม่มีการนำกลับมาใช้

(5) จัดโครงการแยกขยะในเขตท่องเที่ยวหลัก เช่น พัทยา ภูเก็ต สมุย เชียงใหม่

(6) จัดทำข้อตกลงว่าด้วยการใช้เขตอนุรักษ์ เพื่อการท่องเที่ยวเพื่อควบคุมพื้นที่ให้บริการนักท่องเที่ยวให้จำกัดอยู่ในบริเวณที่เหมาะสม และเกิดผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมน้อยที่สุดร่วมกับหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ เช่น กรมป่าไม้ กรมชลประทาน การไฟฟ้าฝ่ายผลิต เป็นต้น และจัดทำโครงการนำร่องและแผนการบริหารร่วมกับหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ดังกล่าว และองค์การบริหารส่วนจังหวัด ทั้งนี้จะต้องระมัดระวังที่จะไม่เสนอแนะ

แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติใหม่ๆ ผ่านสื่อมวลชนจนกว่าหน่วยราชการที่มีหน้าที่รับผิดชอบจะมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

(7) จัดระบบข้อมูลติดตามสภาพ (Resource Monitor system) ของทรัพยากรท่องเที่ยว รวมทั้งการใช้งบประมาณท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อสามารถติดตามและประเมินผลทางกายภาพได้อย่างต่อเนื่อง

4. มาตรการให้การท่องเที่ยวเป็นการคืนภาษีและให้สวัสดิการทางสังคมแก่คนไทย

ปรัชญาที่สำคัญที่สุดของการส่งเสริมการท่องเที่ยวก็คือ การท่องเที่ยวของไทยต้องเป็นของคนไทยและเพื่อคนไทย การแสวงหารายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเป็นผลพลอยได้เท่านั้นบทบาทของ ททท. ที่สำคัญในทศวรรษหน้าก็คือ การปกป้องและดูแลทรัพยากรท่องเที่ยวให้แก่อคนไทยไม่ให้มีผู้มาเบียดบังโดยมิชอบ มาตรการที่เสนอได้แก่

(1) ส่งเสริมให้มีการเผยแพร่ความรู้อย่างถูกต้องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ปัจจุบันเอกสารของกรมศิลปากรถึงแม้จะมีคุณค่า แต่ขาดชีวิตชีวา และมักเป็นการถ่ายทอดที่เหมาะสมกับผู้มีความรู้สูงอยู่แล้ว

(2) เผยแพร่เอกสารการท่องเที่ยวอย่างย่อรวมทั้งแผนที่ไว้ตามสถานีรถไฟ ขนส่ง สนามบิน และปั๊มน้ำมันก่อนเข้าเมือง ให้มีธง ททท. เป็นเครื่องหมาย โดยที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องเดินทางเข้าไปหา สำนักงานท่องเที่ยวหรือศาลากลาง โดยเฉพาะปั๊มน้ำมันควรคัดเลือกปั๊มที่มีสุขาสะอาดและสะดวกสบาย

(3) ให้ความสะดวกนักทัศนาจรไทยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถและห้องน้ำสาธารณะ โดยเฉพาะเขตเมืองชายแดน ที่แม่สอด แม่สาย หนองคาย มุกดาหาร เป็นต้น และสนับสนุนให้เทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนจังหวัดสร้างห้องน้ำสาธารณะให้ส่วนสาธารณะทุกจังหวัด ปรับปรุงและเวนคืนที่สาธารณะริมแม่น้ำ และชายหาดที่สำคัญ เช่น หนองคาย สุราษฎร์ธานี เป็นต้น เพื่อให้เป็นส่วนสาธารณะของประชาชนอย่างแท้จริง เช่นเดียวกับสวนสาธารณะริมแม่น้ำที่จังหวัดตาก

(4) การยกระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวแบบชาวบ้าน คือ การเดินทางท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการทำบุญ เช่น ทอดผ้าป่า หรือการจาริกแสวงบุญ เช่น ไปไหว้พระบาทโดยการทำให้การเดินทางเช่นนี้ เป็นทางได้มาซึ่งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวเดินทางไปถึงด้วย โดยการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

5. มาตรการสนับสนุนให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอินโดจีน และประตูเอเชียตอนใน (Gateway to Inner Asia)

(1) สนับสนุนให้ภูเก็ต เชียงใหม่ และสาดิบบ มีสายการบินนานาชาติมีเที่ยวบินประจำ เพื่อลดความคับคั่งในกรุงเทพฯ และหลีกเลี่ยงปัญหาผลกระทบทางการเมือง โดยเฉพาะเชียงใหม่ เชียงราย และสาดิบบ ให้เป็นศูนย์กลางคมนาคมนานาชาติระดับรองเพื่อเปิดสู่ประเทศในอินโดจีนได้

(2) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเพื่อขายร่วม (Packaged Sales) การท่องเที่ยวไทยไปกับการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน เช่นการเปิดเส้นทางสายวัฒนธรรมบ้านพี่เมืองน้องเชื่อม เชียงราย-เชียงใหม่-เชียงใหม่-เชียงใหม่-เชียงใหม่ เส้นทางสู่ปราสาท นครวัด-นครธม-อรัญประเทศ-ปอยเปต-เสียมราฐ เส้นทางวัฒนธรรมสองฝั่งโขง อุบลราชธานี-ปากเซ

และหนองคาย-เวียงจันทน์ และเส้นทางเข้าสู่ประเทศเวียดนาม มุกดาหาร-สุวรรณเขต-ดานัง และเส้นทางสู่ชายฝั่งทะเล
กัมพูชา ตราด-คลองใหญ่-แหลมสารพัดพิษ-เกาะกง-กัมปงโสม

(3) ให้บรรจุประเด็นการท่องเที่ยวไว้ในกรอบและเจราจาการให้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจประเทศอินโดจีนในระดับนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรี เพราะการท่องเที่ยวจะเป็นวิถีทางที่จะฟื้นฟูเศรษฐกิจประเทศเหล่านี้โดยเฉพาะลาวได้เร็วที่สุด และลงทุนต่ำที่สุด ทั้งนี้เพราะการแก้ไขอุปสรรคของการขยายการท่องเที่ยว การประสานงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยลาว ต้องติดต่อหน่วยงานของรัฐอื่นๆ เช่น กำแพงนคร และแขวงต่างๆ หากเจ้าหน้าที่ระดับสูงไม่เห็นความสำคัญ การแก้ไขปัญหาก็จะเป็นไปได้ช้า

ประเด็นจรรยาสำคัญได้แก่

- วัน/เวลา เปิดปิดพรมแดน และระเบียบวิธีการเข้าเมืองเมื่อสะพานข้ามแม่น้ำโขงเสร็จในปี 2537
- การตั้งungskุณกิตติมศักดิ์ในไทยในเมืองท่องเที่ยวหลัก เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำวีซ่า เช่นที่เชียงใหม่ พัทยา และภูเก็ต สำหรับลาวและพัทยา ภูเก็ต สำหรับกัมพูชา

(4) สนับสนุนให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของความช่วยเหลือที่ไทยจะให้กับประเทศอินโดจีน ในปี 2536 ไทยมีงบประมาณช่วยเหลือลาวอยู่ 200 ล้านบาท ซึ่งเป็นทุนศึกษาฝึกอบรม 270 ทุน วัสดุอุปกรณ์และผู้เชี่ยวชาญงบประมาณความช่วยเหลือที่จะให้ประเทศอินโดจีนอื่นๆ ในปี 2536 ยังไม่แน่นอน ทาง ททท.ควรเสนอโครงการให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวผ่านกระทรวงต่างประเทศ ซึ่งเงินช่วยเหลือส่วนหนึ่ง อาจจะอยู่ในรูป

- การดูงาน ท่องเที่ยวในไทยของเจ้าหน้าที่ระดับสูงของประเทศอินโดจีน
- การฝึกอบรมของเจ้าหน้าที่ระดับกลาง
- จัดสมมนาหรือเผยแพร่การท่องเที่ยวไทย-ลาวร่วมไปกับการสมมนาเกี่ยวกับการค้าการลงทุน หรือการแสดงสินค้าที่เกี่ยวกับประเทศอินโดจีน
- การตีพิมพ์แผ่นพับโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวไทย-ลาว
- การทำการตลาดร่วมกันในต่างประเทศโดยเฉพาะในยุโรป
- การส่งผู้เชี่ยวชาญไทยไปให้คำแนะนำที่ลาว
- ฯลฯ

ในปัจจุบัน จุดมุ่งหมายของความช่วยเหลืออยู่ในรูปบุคลากรเป็นส่วนใหญ่ รัฐบาลอาจจะสามารถใช้งบประมาณและบุคลากรทางทหารบางส่วนปรับปรุงเส้นทางเข้าสู่สิมมราฐต่อจากศรีโสภณ และต่อจากแม่สาย เชียงราย ไปเชียงตุง เพื่อเสริมสร้างตลาดการค้าและตลาดท่องเที่ยวในคราวเดียวกัน

(5) แสวงหาช่องทางในการให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยว ประเทศอินโดจีนร่วมกับประเทศที่ 3 หรือองค์กรการเงินระหว่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น และ ธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) ในรูปของความช่วยเหลือไตรภาคี (Tripartite Assistance)

เพื่อให้ประเทศที่ 3 สนับสนุนด้านการลงทุนสาธารณะที่เป็นโครงการใหญ่ เช่น ถนน ท่าอากาศยาน เป็นต้น

6. มาตรการเปลี่ยนภาพพจน์การท่องเที่ยวไทย

(1) เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร ซาฟารีเวิลด์ แดนเนรมิต พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง ไอเชียนเวิลด์ สวนสยาม พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำที่บางแสน เมืองจำลอง สวนสัตว์ดุสิต พิพิธภัณฑ์สวนมิเชียม ยินอินชอย ฯลฯ ส่งเสริมการจัดตั้ง Disneyland Thailand ซึ่งสถานที่ที่เหมาะสม ได้แก่พื้นที่ในอีสเทิร์นซีบอร์ด เช่น บริเวณบ้านบึง ชลบุรี ซึ่งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล และสามารถเดินทางไป-กลับ จากกรุงเทพฯ ได้โดยไม่ต้องค้างคืน

(2) ชักชวน และให้งบประมาณการท่องเที่ยวสนับสนุนกรมศิลปากรให้เปิดพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ให้มากขึ้น และปรับปรุงการแสดงในพิพิธภัณฑ์ให้น่าสนใจ และสามารถให้ความรู้แก่ผู้ชมมากกว่าปัจจุบัน ซึ่งเป็นการแสดงของเก่าซึ่งผู้ที่ยินยอมชมขึ้นได้จะต้องมีความรู้ พื้นฐานมาก่อนให้ข้อมูลและสนับสนุนหอดิลปะต่างๆ รวมทั้งหอแสดงศิลปะเด็กซึ่งเด็กไทยได้รับรางวัลชนะเลิศมานับไม่ถ้วนแล้ว

(3) ส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาและศูนย์สุขภาพในกรุงเทพฯ ส่งเสริมการตั้ง หรือดัดแปลงโรงแรมให้เป็นโรงแรมสุขภาพในจังหวัดท้องถิ่น

(4) กำหนดโซนการใช้ที่ดินและควบคุมการปลูกสร้าง และใช้ประโยชน์ในอาคารภายในแหล่งท่องเที่ยวมิให้กิจกรรมบริการทางเพศลุกลามไปทุกแห่ง เช่น กำหนดให้จอมเทียนและสมุทรปราการแหล่งปลอดเอดส์ ปราบปรามผู้ประกอบการเช็ททัวร์ติดตามและทำลายหนังสือและโฆษณาเกี่ยวกับกิจการบริการทางเพศในเมืองไทย

อนึ่ง การเปลี่ยนภาพพจน์จะสำเร็จไม่ได้หากไม่ใช้มาตรการที่เฉียบขาด และจริงจังในการแก้ไขปัญหามลพิษท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

(5) ว่าจ้างธุรกิจเอกชนให้จัดทำเทปเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และอุทยานแห่งชาติที่สำคัญเพื่อเผยแพร่ทั้งภายในและภายนอก ทั้งนี้จะต้องสอดแทรกการปลูกจิตสำนึกให้ผู้เป็นนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่ดี

7. มาตรการประสานแผน และการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หน่วยต่างๆ

(1) ร่วมมือกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องวางแผนควบคุมการใช้ที่ดิน และปลูกสร้างอาคารในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยบูรณาการเข้ากับผังเมืองรวม ตลอดจนการออกผังเฉพาะ ปรับปรุงโครงข่ายการจราจร สาธารณูปโภค สาธารณูปการ และสวนสาธารณะในโซนต่างๆ ที่ควบคุมการใช้ที่ดินและปลูกสร้างอาคาร ที่มีรายละเอียดในระดับบล็อก

(2) ให้เริ่มรวมแผนท่องเที่ยวเข้ากับแผนพัฒนาจังหวัด ซึ่งควรมีแผนงานที่ ททท. เกี่ยวข้องด้วยดังต่อไปนี้

- การรักษาเอกลักษณ์ของจังหวัด

- การอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
- การลงทุนในสาธารณูปโภคระยะยาว
- การบังคับใช้กฎหมายสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้เริ่มต้นกับจังหวัด 6 จังหวัดที่ทางมหาดไทยตั้งใจจะมีโครงการนำร่องแผนยุทธศาสตร์

(3) ส่งเสริมการจัดตั้งนิคมท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่ที่อยู่ในความดูแลของหน่วยงานราชการต่างๆ ซึ่งมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งที่พักแรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ทางรัฐควรเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาลงทุน ในพื้นที่ที่รัฐกำหนด และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานพร้อมที่จะก่อสร้างได้ โดยรัฐจัดวางผังควบคุมการใช้ที่ดิน และสิ่งแวดล้อม ส่วนเอกชนลงทุนออกแบบ สร้างอาคารและจัดสวนในบริเวณที่ใช้ประโยชน์

(4) การประสานแผนการตลาดและแผนกายภาพของ ททท. เอง เพื่อให้การจัดสรรงบประมาณทางกายภาพ เพื่อสามารถรองรับความต้องการทางการตลาดได้

ตัวอย่าง

ปี	แผนการตลาดต่างประเทศ	แผนการจัดสรรทรัพยากร
2536	Sports in Thailand Year	สนามกีฬาประเภทต่างๆ ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจกีฬา
2537	Family in Thailand Year	สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์ ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้อง
2537	Visit World Heritage in Thailand	สุโขทัย อโยธยา ห้วยขาแข้ง

หากได้มีการประสานแผนแล้ว ก็สามารถจัดสรรทรัพยากรไปสู่จุดที่อุปสงค์จะขยายตัวหรือจุดที่ตั้งใจจะไปทำการตลาดไว้ให้มีการรองรับทันกัน

(5) จัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้มีการประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐ และภาคเอกชน

(6) จัดสรรเงินงบประมาณพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอุปทาน ค่อยๆ มีสัดส่วนที่สูงขึ้นจนเป็นร้อยละ 80 ของทั้งหมดภายใน 5 ปี และควรเก็บภาษีส่งเสริมการท่องเที่ยวในทำนองเดียวกันกับสิงคโปร์และอินโดนีเซีย และให้เงินส่วนนี้แก่สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการส่งเสริมการตลาด และการฝึกอบรมบุคลากร และการจัดกิจกรรม (Events) ต่างๆ

(7) ปรับปรุงระบบการทำแผนกายภาพ ให้เสนอแนะวิธีพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลขั้นต้นดังที่เคยทำมา

ขั้นตอนที่ 2 เสนอข้อมูลเบื้องต้นให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (Panel of Experts) ซึ่งมีประสบการณ์การท่องเที่ยวสูงพร้อมทั้งเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อม นักผังเมือง และภูมิสถาปนิกและสถาปนิก เพื่อร่วมกันระดมสมองให้ได้ แนวความคิด (Themes) ของการพัฒนาและสินค้าหลักๆ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอน "ค้นสมอง"

ขั้นตอนที่ 3 จัดทำแผนกายภาพโดยนำ Themes ในขั้นตอนที่ 2 ไปรังสรรค์จินตนาการจนเกิดพิมพ์เขียวที่ชัดเจน มีการคานหาขอบประมาณและขั้นตอนโครงการ

ขั้นตอนที่ 4 ประชาสัมพันธ์ให้เจ้าหน้าที่ระดับสูงในจังหวัด และนักลงทุนในภาคเอกชน

(8) พิจารณาและจัดทำแผนพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวใหม่ อย่างเร่งด่วนให้แก่ พัทยา และหาดใหญ่

(9) ปรับปรุงและประชาสัมพันธ์แผนท่องเที่ยวจังหวัดโดยจัดสัมมนาระหว่างผู้บริหารชั้นสูงของททท. ผู้ว่าราชการจังหวัดหรือผู้แทน ผู้แทนภาคธุรกิจเอกชนการจัดสรรงบประมาณ เพื่อปรับปรุงแผนหรือการประชาสัมพันธ์แผนกายภาพควรทำให้จังหวัดที่มีศักยภาพค่อนข้างสูงก่อน โดยในเบื้องต้น ควรทุ่มเทในเขตตะวันออกและภาคใต้ตอนล่าง เพราะเป็นเขตสิ่งแวดล้อมประปราย เช่น กระบี่ พังงา ภูเก็ต ส่วนจังหวัดในภาคอื่นๆ ได้แก่ กาญจนบุรี เชียงราย พระนครศรีอยุธยา สุพรรณบุรี แม่ฮ่องสอน ลำปาง สุโขทัย อุบลราชธานี เป็นต้น การพัฒนาทุกจังหวัดทั่วประเทศเป็นเรื่องที่ทำไม่ได้ในระยะสั้น

(10) จังหวัดท่องเที่ยวหลัก ควรใช้อัตราเจ้าหน้าที่ประจำสำหรับดูแลงานด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเจ้าหน้าที่ฝ่ายแผนในสำนักงาน ททท. ส่วนภูมิภาค และเสนอให้มีการกลั่นกรองแผนการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดผ่านกรรมการท่องเที่ยวระดับจังหวัดที่มีเจ้าหน้าที่ ททท. เป็นเลขานุการ

8. มาตรการส่งเสริมเอกลักษณ์และวัฒนธรรม

(1) ทาง ททท. ควรพิจารณาร่วมกับสมาคมสถาปนิกสยาม จัดการคัดเลือกผลงานด้านการออกแบบอาคาร โรงแรม บังกาโล และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ แก่นักท่องเที่ยว ที่มีคุณค่าต่อการส่งเสริม และอนุรักษ์เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมท้องถิ่น และมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ โดยทาง ททท. จะมอบรางวัลให้แก่สถาปนิก และเจ้าของอาคารที่ได้รับการคัดเลือกเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้อาจจัดรางวัลให้กับสถาบันการศึกษาที่สอนวิชาสถาปัตยกรรม ได้จัดประกวดการออกแบบอาคารร้านค้า และที่อยู่อาศัยที่มีเอกลักษณ์ของจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น ภูเก็ต สมุย พัทยา เชียงใหม่ เชียงราย แล้วเผยแพร่สู่ประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะประชาชนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว รวมถึงนักการธนาคารผู้พิจารณาให้เงินกู้แก่โครงการก่อสร้างโรงแรม ร้านค้า สถานบริการ เพื่อโน้มน้าวให้เห็นคุณค่าของการออกแบบอาคารให้มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น และสามารถส่งเสริมคุณค่าของสภาพแวดล้อมธรรมชาติที่สวยงามอยู่เดิม ให้มีค่ายิ่งขึ้น

(2) แนะนำและหว่านล้อมให้ทางจังหวัดและหน่วยงานของรัฐออกแบบอาคารให้กลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

(3) สนับสนุนโครงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เยาวชนและผู้นำให้แก่ครู รุ่นเยาว์และผู้นำเยาวชนในโรงเรียนเพื่อให้สามารถเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น ในจังหวัดอยุธยา สุโขทัย สุพรรณบุรี

(4) ส่งเสริมการศึกษาเพื่อปฏิสังขรณ์มรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของภาคใต้

(5) ททท. ควรสนับสนุนให้เอกชนจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องมุ่งไปยังศาสนสถาน หรือโบราณสถานใด ๆ เสมอไป แต่การเดินทางแต่ละครั้งอาจมุ่งไปสู่การเข้าใจ "เรื่อง" ทางวัฒนธรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น

การดูจิตกรรมชาวบ้านที่เหลือดกทอดในวัดเล็กในชนบท เป็นต้น หรือการท่องเที่ยวสู่กรุงเทพฯ ในศตวรรษแรก หรือการทัวร์บ้านผู้มั่งคั่งจะกินสมัย 9.5 เป็นต้น

(6) สนับสนุนการให้ความรู้สำหรับการท่องเที่ยวที่เกี่ยวพันถึงชีวิตของผู้คนจริงในท้องถิ่นต่างๆ ของประเทศให้มากขึ้น ฉะนั้นจึงควรลงทุนในด้านการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้มากขึ้น ความรู้ที่ให้แก่ในการท่องเที่ยวปัจจุบัน ค่อนข้างเน้นหนักไปทางประวัติศาสตร์ศิลปะ ซึ่งเป็นความรู้เฉพาะด้านสำหรับผู้สนใจเป็นพิเศษเท่านั้น

9. ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวเอกชน

(1) จัดตั้งศูนย์ข้อมูลธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งมีระบบการจัดการข้อมูล (Management Information System) ที่ทันสมัย ซึ่งในปัจจุบันข้อมูลที่มีอยู่ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลสนับสนุนนโยบาย (Policy Support System) ควรจัดตั้งระบบข้อมูลผู้ลงทุน (Investor Support System) ซึ่งสามารถป้อนข้อมูลให้ธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องการจะลงทุน เช่น ข้อมูลที่สนับสนุนให้ธุรกิจเอกชนต่างประเทศสามารถติดต่อกับธุรกิจเอกชนไทยอย่างสะดวกยิ่งขึ้น ข้อมูลเกี่ยวกับทำเนียบธุรกิจประเภทต่างๆ กำลังรองรับและราคา

อนึ่ง ในการศึกษาความเป็นไปได้ต่างๆ ทั้งในไทยและต่างประเทศที่เสนอมามากมาย ควรจะเป็นส่วนหนึ่งของระบบข้อมูลของ ททท. ในอนาคตด้วย

(2) ทำการอบรมธุรกิจเอกชนท่องเที่ยวร่วมกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ภาคธุรกิจเอกชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เช่น การนำเอาวัฒนธรรมมาเสนอแก่นักท่องเที่ยว นั้น ต้องเข้าใจให้ถ่องแท้ด้วยว่าส่วนใดของวัฒนธรรมที่คนในท้องถิ่น หรือคนในประเทศถือว่าศักดิ์สิทธิ์ ไม่ควรนำเอาสิ่งเหล่านั้นไป "แสดง" หรือเปิดให้นักท่องเที่ยวใช้โดยขาดความเคารพ

10. ขยายสาธารณูปโภคที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

(1) ประสานงาน และถ่ายทอดข้อมูลให้หน่วยราชการที่รับผิดชอบด้านสาธารณูปโภคถึงความกดดันต่อสาธารณูปโภคที่มีผล จากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวได้แก่ น้ำ ภาคใต้จะมีความต้องการสูงสุดในระดับจังหวัดได้แก่ ภูเก็ต ไฟฟ้า ภาคกลางและภาคใต้ในระดับจังหวัดได้แก่ กรุงเทพฯ และภูเก็ต

(2) ขยายความสามารถในการทำจัดขยะทุกจังหวัดการท่องเที่ยวหลัก โดยเฉพาะจังหวัดชายทะเล เกาะ และแหล่งชุมชนในภาคกลางที่ตั้งอยู่ในที่ลุ่มน้ำท่วมถึง ซึ่งขยะจะมีผลต่อการเกิดน้ำเสียในแหล่งน้ำธรรมชาติได้ง่าย

(3) สนับสนุนการใช้ระบบบำบัดน้ำเสียรวม ในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก

(4) การปรับปรุงท่าเรือต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดภาคใต้และมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างท่าเรือ นักท่องเที่ยวนานาชาติที่ภูเก็ต สมุย และตรัง ตลอดจนศึกษาความเป็นไปได้ในการดัดแปลงส่วนหนึ่ง ท่าเรือน้ำลึกที่ภูเก็ตและสงขลาเป็นท่าเรือท่องเที่ยวนานาชาติ

ตารางที่ 1 รายชื่อจังหวัดที่เป็นตัวแทนกลุ่มจังหวัดแบ่งตามอัตราส่วนระหว่าง
รายได้จากการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์รายภาคสาขาบริการ

	อัตราส่วนระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์รายภาคบริการ		
	สูง	กลาง	ต่ำ
เหนือ	เชียงใหม่	เชียงราย (ลำปาง) พิษณุโลก (นครสวรรค์)	แพร่ ตาก (เพชรบูรณ์)
กลาง ตะวันออก ตะวันตก	ชลบุรี/พิจิตร	(จันทบุรี)	ตราด* ปราจีนบุรี สุพรรณบุรี
ตะวันออกเฉียงเหนือ		อุดรธานี	ศรีสะเกษ (มุกดาหาร) อุบลราชธานี (นครพนม) หนองคาย
ใต้	ภูเก็ต	สุราษฎร์ธานี (สตูล) กระบี่	ตรัง นครศรีธรรมราช (พัทลุง)

ที่มา: ตารางที่ ผ-1 ในภาคผนวก ค ในข้อเสนอโครงการ

หมายเหตุ: ในวงเล็บคือจังหวัดที่เสนอให้ข้อเสนอโครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยว
ของประเทศไทย แต่เพื่อความเหมาะสมในการสำรวจจึงทำการเปลี่ยนเป็นจังหวัดอื่นแทน
* จังหวัดที่เพิ่มจากข้อเสนอ