



บทบาทของอุตสาหกรรมการบิน ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย CREATIVE TOURISM THAILAND SUPPORT BY AVIATION INDUSTRY

วันที่รับต้นฉบับบทความ: 18 กรกฎาคม 2562

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 1 ตุลาคม 2562

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 10 ตุลาคม 2562

กฤษฎกุล เจตนะวิบูลย์*

Kitsakul Jatanaviboon

รุ่งทิวา สุตา**

Rungtiwa Suda

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวอย่างมาก มีสายการบินต้นทุนต่ำให้เลือกเดินทางมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้ง่าย เศรษฐกิจขยายตัวจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ส่งผลให้มีการใช้ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอย่างหนัก เพื่อให้การอนุรักษ์ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และหาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความยั่งยืน บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมการบินที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเข้าถึงอัตลักษณ์ของประเทศไทย โดยอุตสาหกรรมมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบัน ในประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี ชุมชน อีกทั้งประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม ควรค่าแก่การอนุรักษ์ โดยนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกการเดินทางโดยเครื่องบินเป็นหลัก เนื่องจากมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นแนวทางการท่องเที่ยวแนวทางหนึ่งซึ่งช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติและสถาปัตยกรรมที่งดงามของประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน และในการส่งเสริมความสำเร็จทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย มีสิ่งสำคัญคือ ต้องวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อให้เข้าใจสภาพพื้นฐานทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย และนำมากำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของประเทศไทยต่อไป

คำสำคัญ: อุตสาหกรรมการบิน, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, สายการบินต้นทุนต่ำ

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจด้านการบิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
e-Mail: kitsakul.ja@spu.ac.th

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจด้านการบิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี



ABSTRACT

Nowadays, the tourism industry has considerably expanded due to more choices of low-cost airlines-it is benefit for tourists travel easier. The economy has grown from tourism to service industries-it is resulting in heavy use of tourism resources and to maintaining effective tourism resources. The promotion guideline for creative tourism, natural resources, and tourism resources of Thailand are sustainable. This article aims to analyze the important role of the aviation industry that encourages the potential of tourism in Thailand and with the sustainability of tourist attractions. By using creative tourism guidelines and access to the identity of Thailand. The industry is very important in driving the tourism industry today. In Thailand, there are many places where creativity is embedded in cultures, ways of life, traditions and communities. There are beautiful natural attractions in Thailand. Worthy of conservation The tourists will then decide to travel to various places by plane because it is convenient, fast and safe by creative tourism as a means of tourism that helps preserve nature and architecture, which is a beautiful tourist destination in Thailand. And in promoting the success of creative tourism in Thailand, it is important to analyze the strengths, weaknesses, opportunities or obstacles to understand the basic conditions of tourism in Thailand which could formulate appropriate strategies to develop suitable guidelines to support tourism in Thailand.

Keywords: aviation industry, tourism industry, low cost airlines.

บทนำ

ในช่วงที่ผ่านมาเศรษฐกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาอุตสาหกรรม (industrial economy) มาสู่เศรษฐกิจข้อมูลข่าวสาร (information economy) ที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ จนถึงปัจจุบันซึ่งอยู่ระหว่างการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (knowledge economy) โดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับฐานการผลิตและบุคลากรของประเทศ การเปลี่ยนแปลงแนวคิดทางการพัฒนาเศรษฐกิจในแต่ละช่วง นั้นเกิดจากความพยายามในการสร้างรายได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันที่สูง ได้เริ่มหารูปแบบใหม่ ๆ ในการปรับปรุงแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง (ชูวิทย์ มิตรชอบ, 2553) องค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้พยากรณ์ไว้ว่า ในปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียมากถึง 535 ล้านคน (UNWTO, Online, 2016) และมีแนวโน้มการขยายตัวด้านการบินสูงสุดเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น จึงนับได้ว่าเป็นโอกาสของประเทศไทยในฐานะที่



มีศักยภาพในด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยว จากตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกมีการขยายตัวด้านการบินสูงขึ้น เนื่องจากการเดินทางด้านการบินมีต้นทุนต่ำลง ส่งผลให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมไปกับการท่องเที่ยวมาก ทำให้ทรัพยากรเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว และแนวทางหนึ่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรคือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับประเทศ

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวโลก

	International Tourist Arrival by region of origin (million)								Change (%)	Average annual growth (%)
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015		
									15/14	05-15
World	674	809	950	994	1040	1088	1134	1186	4.60	3.90
Europe	386.60	453.20	489.40	520.60	541.10	567.10	580.20	607.60	4.70	3.00
Asia and Pacific	110.40	54.00	05.50	218.30	233.80	249.90	264.40	279.20	5.60	6.10
America	128.20	133.30	150.20	155.60	162.60	167.60	181.90	192.60	5.90	3.70
Middle East	22.40	33.70	54.70	49.50	50.60	49.10	52.40	53.30	1.70	4.70
Africa	26.20	34.80	50.40	50.10	52.40	54.60	55.20	53.30	-3.10	4.40

ที่มา: UNWTO, Online, 2016

ในทศวรรษที่ผ่านมาได้เกิดกระแสการพัฒนาโดยใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอันล้ำสมัยส่งผลให้รูปแบบการแข่งขันในโลกธุรกิจเปลี่ยนไป ต้องแข่งขันกันด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความต่างของสินค้าและบริการ รวมถึงการจัดรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้โดดเด่น ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางทั่วโลกทำให้เกิดการสร้างรายได้ในภูมิภาคต่าง ๆ ซึ่งมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของแต่ละประเทศเป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดการจ้างงาน การลงทุน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (creative tourism) นับเป็นรูปแบบการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น (Landry, 2000)



อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล รัฐบาลจึงมีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (creative) มาเป็นทรัพยากร อันล้ำค่าในการสร้างความมั่งคั่งให้เกิดขึ้นด้วยการสร้างความต่าง ซึ่งอาจมาจากเรื่องราวหรือความโดดเด่นของวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละท้องถิ่นนั้น ๆ (มรกต กำแพงเพชร, 2553) โดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์นี้จะช่วยลดการแข่งขันทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้

ดังนั้น การศึกษาแนวทางส่งเสริมความสำเร็จสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับประเทศไทย จะเป็นส่วนช่วยทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวยิ่งขึ้น มีการพัฒนาได้อย่างเหมาะสม หากประเทศไทยสามารถส่งเสริมให้เกิดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นได้ จะส่งผลให้การท่องเที่ยวของไทยเกิดความยั่งยืนตามมาด้วย อีกทั้งการมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยว จะส่งผลให้นักท่องเที่ยว มีความเข้าใจสังคม รักและหวงแหนสิ่งแวดล้อมยิ่งขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ความยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความเข้าใจถึงแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางการพัฒนาชุมชน ในประเทศไทยที่เหมาะสมแก่การสนับสนุนแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสร้างสรรค์
2. เพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมการบินที่มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย
3. เพื่อนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ในการแข่งขันทางอุตสาหกรรมการบินในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสร้างสรรค์

แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (creative tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของชุมชนหรือสถานที่นั้น ๆ จากประสบการณ์ตรง หรือร่วมสร้างประสบการณ์ดี ๆ กับเจ้าของวัฒนธรรม ทั้งจากการพูดคุย ทดลอง ทำและการใช้ชีวิตร่วมกัน โดยการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ Creative Tourism ต้องมี จุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้น ๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการทดลอง ให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนอิงตามระบอบทุนนิยมและความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน



การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความได้เปรียบด้วยการสร้างมูลค่า (value creation) ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานแห่งความเป็นไทย (Thainess) วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นต้นทุนด้านการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีอยู่แล้ว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีจุดมุ่งหมายไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นเครื่องมือให้ชุมชนมีโอกาสในการใช้สิทธิ์ความเป็นเจ้าของพื้นที่เพื่อกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง กำหนดและจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว และที่สำคัญสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง นำมาซึ่งผลประโยชน์ที่เป็นธรรมมากขึ้น พร้อมกับสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนได้ร่วมกันจัดการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อชุมชน (social responsible tourism)

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ (Richards, 2010) ดังนี้

1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลักคือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า
3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า “ประสบการณ์”
4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยวัฒนธรรมระดับสูงเป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม
5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง
6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการศึกษาของริชาร์ด (Richards, 2010) พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีทั้งสิ้น 11 ปัจจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย แบ่งเป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้

มรดกทางวัฒนธรรม (cultural heritage) หมายถึง กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม โดยแบ่งเป็นกลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (traditional cultural expression) เช่น เทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ และกลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (cultural sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น

วิถีชีวิต (lifestyles) หมายถึง กลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ทั้งวิถีชีวิตของสังคมเมืองและวิถีชีวิตสังคมชนบท ในแง่การเรียนรู้การดำรงชีวิตหรือวิถีการประกอบอาชีพ

ศิลปะ (arts) หมายถึง กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม เช่น งานศิลปะ (visual arts) การวาดภาพ รูปปั้น และศิลปะการแสดง (performing arts) การแสดงดนตรี พื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์ และการแสดงละคร เป็นต้น

สินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง (functional creation) หมายถึง กลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน เช่น เรียนทำอาหารไทย เรียนมวยไทย ฝึกสมาธิ และการจัดกิจกรรม Workshop (โปรแกรมการฝึกปฏิบัติ โดยเน้นการเรียนรู้ร่วมกัน และทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติ) เป็นต้น



การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวในยุคเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) คือหัวใจสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน ส่วนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (creative tourism) เป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่สามารถนำพาประเทศไปสู่การแข่งขันในเวทีธุรกิจโลก การที่จะกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาได้จำเป็นต้องวิเคราะห์ SWOT ของประเทศไทย ดังนี้

การวิเคราะห์จุดแข็ง (strength)

1. มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต (หลากหลายชาติพันธุ์) และภูมิปัญญาท้องถิ่น จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของไทย
2. ความก้าวหน้าของระบบสารสนเทศและการเชื่อมโยงเครือข่าย สร้างโอกาสในการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยองค์ความรู้และเทคโนโลยีจากต่างประเทศ
3. ประเทศไทยมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญาไว้ระดับหนึ่ง เช่น มีศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการต่าง ๆ (business incubator center) อุทยานวิทยาศาสตร์ (science park) เป็นต้น
4. ภาครัฐเป็นกลไกสำคัญในการให้ความรู้และสนับสนุนการเข้าสู่ตลาดใหม่สำหรับธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ เช่น BRIC
5. ภาคเอกชนตื่นตัวและให้ความสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยให้ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง
6. ประเทศไทยมียุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นจุดศูนย์กลางของประเทศในแถบอาเซียน

การวิเคราะห์จุดอ่อน (weakness)

1. ขาดบุคลากรที่มี Creative Thinking ทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ อาจเป็นผลมาจากระบบการศึกษาของไทย
2. ขาดการบูรณาการและเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้วยกันเองและภาคเอกชน
3. หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ค่อนข้างน้อย มุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพียงระดับมหภาค ขาดการพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ไม่มีการพยากรณ์แนวโน้มความต้องการกำลังคนแต่ละสาขาของประเทศ เป็นต้น
4. บรรยากาศในการปฏิบัติงานของหน่วยงานราชการที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ยังมีน้อย โดยเฉพาะการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา กระบวนการขึ้นทะเบียนสิทธิบัตรมีความล่าช้า การบังคับใช้กฎหมายป้องกันและละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาไม่มีประสิทธิภาพ
5. ขาดระบบฐานข้อมูล รวมทั้งการจัดเก็บข้อมูลไม่มีความต่อเนื่อง



การวิเคราะห์โอกาส (opportunity)

1. ความต้องการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมของคนเอเชีย (กลุ่มคนที่มีรายได้สูง) มีมากขึ้น
2. นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวเฉพาะตัว มุ่งหาความรู้และประสบการณ์จริงมีจำนวนมาก
3. นโยบายภาครัฐยังมุ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การวิเคราะห์อุปสรรค (threat)

1. การเชื่อมโยงการตลาดกับการผลิตสินค้าและบริการยังมีน้อย
2. สภาพการณ์การแข่งขันในธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวมีสูงขึ้น

จากการวิเคราะห์ SWOT โดยรวมจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีจุดแข็งที่มีศักยภาพอย่างมาก โดยเฉพาะความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ส่วนการวิเคราะห์โอกาสนั้น นักท่องเที่ยวในปัจจุบันต้องการแสวงหาประสบการณ์จากการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ ๆ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ แต่ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวต้องการความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ความหลากหลายและสะดวกสบายจากการท่องเที่ยวที่มีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวได้อย่างเชื่อมโยงและบูรณาการ แต่ประเทศไทยยังขาดบุคลากรที่มีความพร้อมทางด้าน การท่องเที่ยวอย่างมาก จึงควรพัฒนาขีดความสามารถทางการท่องเที่ยวและวางกลยุทธ์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว

กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว

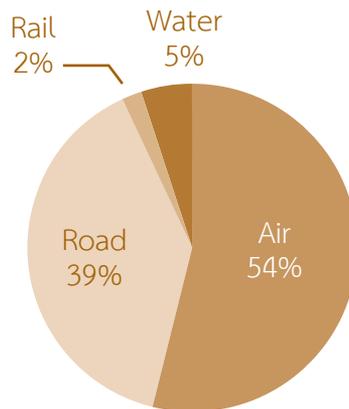
1. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งมีผลต่อการเลือกและความพึงพอใจของลูกค้า
2. กลยุทธ์การเป็นพันธมิตร เพื่อให้เกิดความร่วมมือและการแบ่งปันลูกค้า การลดต้นทุนต่อหน่วย และการลดปัญหาสิ่งแวดล้อม
3. กลยุทธ์การผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (eco-product/service strategy)
4. กลยุทธ์การสร้างสินค้าและบริการใหม่ สู่ตลาดใหม่ วิจัยตลาดใหม่ พัฒนานวัตกรรมใหม่ เพื่อจดสิทธิบัตร และเอกชนควรส่งเสริมให้พนักงานมีการเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อค้นหานวัตกรรมใหม่เสมอ
5. กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ มีการนำเสนอการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการที่มีคุณค่า (value) และเน้นความสำคัญที่ลูกค้า รวมทั้งมุ่งเน้นความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาว



อุตสาหกรรมการบินกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

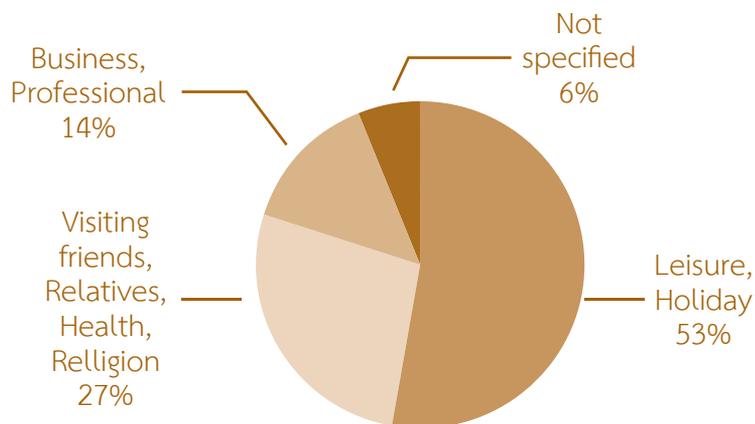
นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มักใช้ช่องทางการเดินทางทางอากาศมากกว่าทางบกหรือทางน้ำ จากข้อมูลขององค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO, Online, 2016) กล่าวถึงช่องทางการเดินทางและวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยวไว้ดังภาพที่ 2 และภาพที่ 3

Inbound tourism by mode of transport 2015



ภาพที่ 2 ช่องทางการเดินทางปี พ.ศ. 2558

Inbound tourism by purpose of visit 2015



ภาพที่ 3 วัตถุประสงค์ของการเดินทางปี พ.ศ. 2558



จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักเดินทางส่วนใหญ่ใช้วิธีการเดินทางโดยทางอากาศถึงร้อยละ 54.00 ของนักเดินทางทั่วโลก ในขณะที่ประมาณร้อยละ 39.00 ของนักเดินทางจะใช้วิธีการเดินทางทางบก และส่วนน้อยประมาณร้อยละ 5.00 ใช้การเดินทางทางน้ำ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนถึงร้อยละ 53.00 หรือมากกว่าครึ่งของวัตถุประสงค์ของการเดินทางทั้งหมด ซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมตามชุมชนแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการเดินทางทางอากาศซึ่งหมายถึงอุตสาหกรรมการบินนั้นมีบทบาทโดยตรงต่อการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งด้านของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ หรือ The International Civil Aviation Organization (ICAO, Online, 2012) ที่กล่าวว่า ภาคการบินมีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของการพัฒนาที่ยั่งยืนทั่วโลก เนื่องจากการเดินทางทางอากาศเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของธุรกิจการเดินทางและการท่องเที่ยว ซึ่งหากต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อุตสาหกรรมการบินควรพัฒนาและปรับบทบาทตนเองเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพราะสายการบินเป็นผู้นำพาผู้โดยสารที่มีบทบาทเป็นคุณหรือเป็นโทษต่อการท่องเที่ยวเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

บทสรุป

สายการบินเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากสายการบินเป็นช่องทางการเดินทางที่รวดเร็วและสามารถขนส่งคนได้เป็นจำนวนมากในระยะเวลาอันสั้น สายการบินจึงมีอิทธิพลและบทบาทต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ควรสร้างความตระหนักและความร่วมมือทั้งสายการบินและผู้โดยสารให้ร่วมกันมีบทบาทในการสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้บริหารสายการบินควรคำนึงถึงองค์ประกอบที่จะก่อให้เกิดการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สร้างความตระหนักให้กับผู้โดยสารสายการบิน สื่อสารข้อมูลเพื่อให้เกิดการรับรู้ (perception) สร้างความเข้าใจในเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยว (comprehension) เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวในอนาคตได้ (projection) และนำไปสู่ความร่วมมือในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน นำแนวความคิดในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปต่อยอดแก่หมู่บ้าน ชุมชน หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่มากในประเทศไทย โดยเริ่มจากการตัดสินใจ (decision) ทำกิจกรรมร่วมกับสายการบิน (implementation) และสามารถส่งต่อแบ่งปันผลประโยชน์ (benefit) จากการสนับสนุนกิจกรรมนั้น ๆ ต่อไปยังผู้โดยสารคนอื่น จะเห็นได้ว่าสายการบินมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการช่วยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อประเทศอย่างมีคุณค่าและยั่งยืน นอกเหนือจากการให้บริการที่เป็นเลิศเพียงอย่างเดียว

ในขณะที่ประเทศไทยมีการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพื่อให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น ประเทศไทยควรส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควบคู่



ไปด้วยเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และปัจจัยประการสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลำดับแรกคือ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านอุปทานที่มีความรู้ความเข้าใจในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า ไม่ว่าจะเป็นการสำรวจในการเปิดเส้นทางการบินใหม่ ๆ เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสารทั้งคนไทยและต่างชาติ โดยในอนาคตคาดการณ์ว่าด้านคุณภาพของตลาดแรงงานนั้น แรงงานจะมีทักษะแย่งลง ตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสทางเลือก (alternative tourism) จะเป็นตลาดสำคัญสำหรับการท่องเที่ยว ทักษะที่เหมาะสมสำหรับแรงงานภาคการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีทักษะเฉพาะ เนื่องจากการผลิตจะเป็นแบบตามความต้องการของผู้บริโภค (on demand side) และมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ แรงงานมีการเคลื่อนย้ายง่าย ดังนั้นทักษะด้านการสรรหา การศึกษา การฝึกงาน และทักษะด้านภาษา ถือเป็นทักษะสำคัญสำหรับผู้จัดการหรือผู้บริหาร อีกทั้งต้องมีความสามารถในการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่เพียงแต่แรงงานที่เคลื่อนย้ายง่ายเท่านั้น ยังรวมไปถึงทรัพยากรอื่น ๆ อีกด้วย (Garrod & Fyall, 1998) อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการบินมีการแข่งขันสูง การนำแนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสร้างสรรค์มาช่วยในการสนับสนุนการแข่งขัน ย่อมก่อให้เกิดความได้เปรียบในเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปต่อยอดแก่หมู่บ้าน ชุมชน หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีในประเทศไทย และพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ ด้วยความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน
2. ควรนำแนวคิดไปสนับสนุนสายการบินในการเปิดเส้นทางการบินใหม่ ๆ ภายในประเทศ ซึ่งจะกระตุ้นการท่องเที่ยวทั้งจากคนไทยและต่างชาติในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเส้นทางการบินที่มีความสะดวกสบายมากขึ้นในอนาคต
3. ควรนำแนวคิดประยุกต์ใช้ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการบินที่มีการแข่งขันสูง โดยการใช้แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสร้างสรรค์นี้ไปสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (creative tourism)* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.tourismthailand.org> [2558, 2 เมษายน].



- ชูวิทย์ มิตรชอบ. (2553). เศรษฐกิจสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในทศวรรษหน้า. *เศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมมาธิราช*, 5(1), หน้า 81-114.
- นำชัย ทนุผล. (2557). *เอกสารประกอบการเรียนการสอน รายวิชา 761 826 สัมมนาทางวิชาการ การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- มรกต กำแพงเพชร. (2553). ผู้ประกอบการไทยในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *FEU Academic Review*, 3(2), หน้า 52-56.
- Garrod, B., & Fyall, A. (1998). Beyond the rhetoric of sustainable tourism?. *Tourism Management*, 19(3), pp. 199-121.
- Grundey, D. (2008). Managing sustainable tourism in Lithuania: Dream or reality?. *Technological and Economic Development*, 14(2), pp. 118-129.
- International Civil Aviation Organization (ICAO). (2012). *Global aviation and our sustainable future* (Online). Available: http://www.icao.int/environmental-protection/Documents/RIO+20_booklet.pdf [2017, February 9].
- Landry, C. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. London, UK: Earth Scan.
- Pomering, A., Noble, G., & Johnson L. W. (2011). Conceptualising a contemporary marketing mix for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(8), pp. 953-969
- Richards, G. (2010). Creative tourism and local development. In Wurzburger, R. (Ed.), *Creative tourism: A global conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: At present at the 2008 Santa Fe & UNESCO international conference on creative tourism in Santa Fe* (pp. 78-90). Santa Fe, NM: John Wiley & Sons.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2016). *Tourism highlight 2016 edition* (Online). Available: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145> [2017, February 5].