

# มองท่องเที่ยวโลก แล้วย้อนดูไทย

## กองกระแสท่องเที่ยว



● **มิ่งสสพ วาสาดา**  
ผู้อำนวยการ  
สถาบันศึกษาโอบายสาธาณะ ม.เชียงใหม่

ระหว่างวันที่ 13-15 ตุลาคมที่ผ่านมา ได้มีการประชุมเรื่อง **Enhancing Connectivity in Tourism** ที่เมืองกัยหลิน จัดโดย UNWTO (United Nations World Tourism Organization) หรือองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติและ PATA (Pacific Asia Travel Association) ร่วมกับเทศบาลเมืองกัยหลิน ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจากทั่วโลกมาประชุมกัน โดยมีข้อค้นพบที่ควรแก่การบอกเล่าต่อดังต่อไปนี้

**หนึ่ง การท่องเที่ยวโลกขยายตัวอย่างไม่ต้องสงสัย** โดยมีจีนเป็นแรงขับเคลื่อนเรื่องนี้ใครๆ ก็ต้องบอกว่ารู้อยู่แล้ว แต่ที่น่าสนใจกว่าคือขนาดของการขยายตัว เพราะการขยายตัวของจีนอยู่บนฐานที่ใหญ่มาก ทำให้มีนักท่องเที่ยวจีนอยู่ทั่วทุกหนทุกแห่งของโลกนี่จะเป็นที่รู้สึกกันทั่วไป จนกระทั่งگردานเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัย Hong Kong Polytechnic ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยอันดับ 2 ด้านการศึกษาท่องเที่ยวของโลกก็ยืนยันสิ่งที่ผู้เชี่ยวชาญมาหลายครั้งแล้วว่า นโยบายการกระตุ้นนักท่องเที่ยว

ให้มาเที่ยวกันมากๆ ไม่จำเป็นอีกต่อไปแล้ว การพยากรณ์แนวโน้มระยะยาวก็ไม่จำเป็นอีกเช่นกัน ดังนั้น การตลาดคุณภาพสูงและการสร้างเสถียรภาพของตลาดจะเป็นเรื่องที่สำคัญมากกว่าโครงสร้าง ตลาดก็จะเปลี่ยนไปเป็นจีนกับอินเดียซึ่งกำลังอยู่ในแนวโน้มพุ่งกระฉูด (เส้นกราฟมีความชัน) ในขณะที่ยุโรป สหรัฐฯ และสิงคโปร์ เริ่มอยู่ตัวแล้วคืออยู่ในตำแหน่งที่เส้นกราฟไม่มีความชัน (แสดงในรูปที่ 1)

**สอง อุตสาหกรรมการบินโลกจะขยายตัวอีกมาก** เพราะแรงขับเคลื่อนจากจีน นาย Ronald Kent ผู้บริหารระดับสูงของ ผู้ผลิต Boeing กล่าวในที่ประชุมว่า ภายในปี ค.ศ. 2028 จีนจะแซงหน้าสหรัฐอเมริกาในด้านการเดินทางทางอากาศ จะมีเมืองเอกที่มีนักเดินทางเกินกว่าล้านคนต่อวัน ซึ่งภูเก็ตก็เป็นหนึ่งในนั้น ในอีก 20 ปีข้างหน้า จีนจะมีการขยายตัวในด้านการบินอย่างมหาพารชนิดที่ว่า โบอิงต้องส่งเครื่องบินขนาดกลาง-เล็กให้จีนวันละ 1 ลำทุกวัน (ยกเว้นวันอาทิตย์) ยาวนานถึง 20 ปี ความต้องการเครื่องบินเฉพาะในประเทศสูงถึง 6,000 ลำ และความต้องการนักบินของจีนในอีก 20 ปีข้างหน้าจะสูงถึง 200,000 คน และร้อยละ 48 ของการเดินทางจะเป็นไปเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งการเจริญเติบโตนี้นอกจากจะอยู่ที่จีนแล้ว ยังจะอยู่ในเอเชียอาคเนย์ด้วย

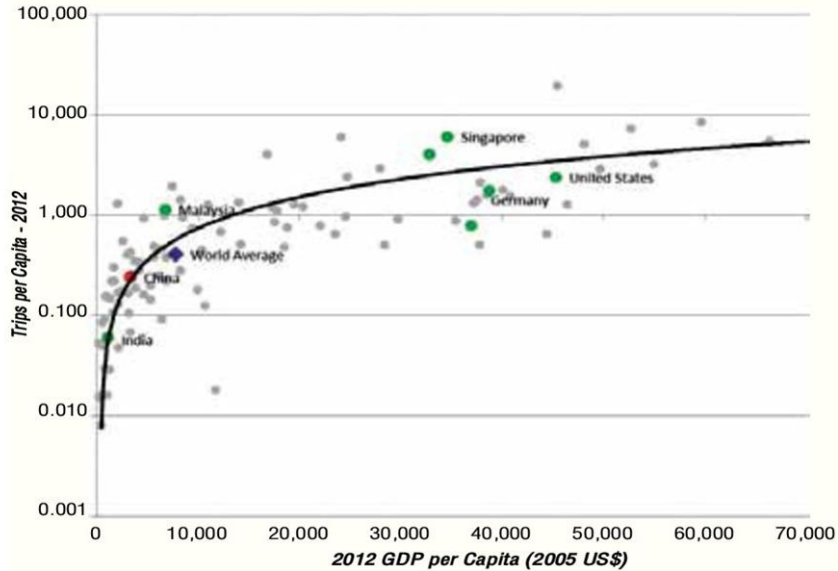
การขยายตัวของอุตสาหกรรมการบินในจีนจะเปิดโอกาสให้ hub เมืองรองของไทยที่ควรจะพัฒนาให้รองรับกันได้ ผู้เขียนมาคิดต่อ

เองว่าน่าจะเป็นโอกาสการเชื่อมต่อของเชียงใหม่กับเมืองของจีน เชียงใหม่จะเป็น gateway ทางเหนือสำหรับเครื่องบินขนาดกลาง-เล็ก ทำให้ยังไม่ต้องห่วงเรื่องความยาวของ runway แต่ควรวางแผนรองรับโดยขยายเวลาของการบินขึ้นลง ซึ่งอาจจำเป็นต้องเวนคืนพื้นที่รอบๆ สนามบินเชียงใหม่แทนที่จะไปสร้างสนามบินใหม่

**สาม การท่องเที่ยวในอนาคตเป็นการท่องเที่ยวของคนรุ่นใหม่ (Gen Y) ซึ่งไม่ต้องการโฆษณาชวนเชื่ออีกต่อไป**

แต่คนรุ่นใหม่จะสนใจคำบอกเล่าจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยท่องเที่ยว ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจะเป็นสื่อกลางที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลแทน Trip Advisor จึงเป็นที่นิยมขนาดที่มีคนไปค้นข้อมูล 110 คนต่อนาทีหรือกว่า 150,000 ต่อวันในปีหนึ่งๆ มีผู้เข้ามาค้นข้อมูลและความเห็นของผู้มีประสบการณ์ท่องเที่ยวอื่นถึง 170 ล้านครั้ง การโฆษณาโดยใช้สื่อดั้งเดิมจะเริ่มลดบทบาทลง การซื้อขายทางออนไลน์จะมากขึ้น

Trip Advisor กลายเป็น web ที่ทรงอิทธิพลมากกว่า web ของรัฐและเอกชนอื่นๆ (รูปที่ 2) ทั้งในด้านการสร้างแรงบันดาลใจและอิทธิพลต่อการตัดสินใจ บริษัทนำเที่ยวต้องสร้างบทบาทใหม่ในฐานะผู้พัฒนาสินค้าไม่ใช่ตัวกลางหรือคนกลางอีกต่อไป บริษัทนำเที่ยวที่ทำแบบเดิมๆ จะค่อยๆ ล้มหายตายจากไป บริษัทท่องเที่ยวที่อยู่ได้ต้องปรับตัวให้สามารถสร้างบริการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีจุดขายหรือมุกที่แตกต่างจากบริษัทอื่น ยกตัวอย่างเช่น



รูปที่ 1 แนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจีนและอินเดีย / ที่มา: อังโณ Ron Kent (2014)

- **TripAdvisor, word-of-mouth and other user-generated travel websites are the top 3 sources.**
- **Content generated by friends or family on social networking sites is considered less inspirational, but is influential when used.**

	Inspiration (%)	Influence (%)
TripAdvisor	74	78
Word-of-mouth	55	77
Content generated by travelers on travel websites	53	70
Travel guide books/brochures	45	64
Travel guide websites	43	60
Online travel agencies	38	45
Media	34	54
Travel agent/tour operator websites	27	44
Content generated by friends/family on social networking sites	26	65
Content generated by travelers on social networking sites	24	56
Other travel review websites	21	54
Travel agent/tour operator at retail outlets	15	51
Offline advertisements	15	45
Online advertisements	15	40
Travel operators	12	49

CQ12. Which of the following sources of information do you use to gather ideas and inspiration for your vacations? Please select all that apply.

CQ13. To what extent do each of the following sources of information influence you when you are gathering ideas and inspiration for your vacations?

Please rate on a scale of 1 to 5 where 1 means 'does not influence me at all' and 5 means 'influences me a great deal'.

Base : All consumer respondents/ All consumers who cited source of influence (50637)

รูปที่ 2 ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่ค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ของ Trip Advisor / ที่มา: Sarah Mathews (2014)

ไปท่องเที่ยวที่เดียวกัน แต่มีกิจกรรมต่างกัน และมีส่วนร่วมในการสร้างและพัฒนาจุดหมายปลายทางใหม่ (Destination Development and Management) เมื่อโลกเปลี่ยนไป เราต้องหา

โอกาสใหม่ และโอกาสในวิกฤตแทนที่จะลดราคาสินค้าตัวเอง เรียกร้องลดราคา สาธารณูปโภคและเสียภาษีคนที่ก้าวพ้นความโอ้อุ่มของรัฐเท่านั้นที่จะยืนหยัดได้อย่างยั่งยืน