

แนวทางการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ในพื้นที่จังหวัดเมืองรอง : กรณีศึกษาจังหวัดจันทบุรี ตราด พัทลุง และตรัง

Approaches for Supporting to South Asian Tourists in Less Visited Provinces : Case Studies in Chanthaburi, Trat, Phatthalung and Trang

บัณฑิต อารอมัน*

Bandit Aroman

สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Institute of Asian Studies, Chulalongkorn University

*bandit_1628@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “แนวทางการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ในพื้นที่จังหวัดเมืองรอง กรณีศึกษา จังหวัดจันทบุรี ตราด พัทลุง และตรัง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของจังหวัดเมืองรองสู่การรองรับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้

โดยผลการศึกษาพบว่า แม้ว่าบริบทของพื้นที่ที่มีความโดดเด่นแตกต่างกันออกไป แต่ก็ยังสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นทางเลือกใหม่สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ได้ โดยแนวทางการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวนี้ต้องทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผ่านการอบรมผู้ประกอบการทำความเข้าใจต่อวิถีการเลือกรับประทานอาหารที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งจำเป็นจะต้องเลือกวัตถุดิบที่เหมาะสมและไม่ผิดต่อหลักความเชื่อทางศาสนา การบริการจำเป็นต้องยืดหยุ่นและต้องมีแผนสำหรับการบริหารจัดการความเสี่ยง รวมถึงการเข้าถึงช่องทางการตลาดทั้งจากการอำนวยความสะดวกจากหน่วยงานภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การสร้างเครือข่ายภาคการท่องเที่ยวเอกชน และการเจาะตลาดผ่านกลุ่มจัดการท่องเที่ยวในประเทศต้นทาง อย่างไรก็ตาม ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พักในเขตพื้นที่จังหวัดเมืองรองนั้นถือว่ามีความจำเป็นในลำดับแรก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่บริหารจัดการกันเอง ไม่ใช่กลุ่มนายทุนใหญ่ ดังนั้นสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในเรื่องที่พัก การคมนาคม และการบริการจำเป็นต้องพัฒนาระดับให้สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ได้ตามมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งในพื้นที่ดังกล่าวยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้เข้ามาไม่มากนัก ทั้งนี้การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้โดยผนวกเข้ากับเมืองหลักอย่างกรุงเทพฯ และพัทยาสู่จังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองตะวันออก และจังหวัดภูเก็ตและกระบี่สู่จังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองภาคใต้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เต็มใจในจังหวัดเมืองรองได้ในอนาคต

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ เมืองรอง การพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว

Abstract

The article “Approaches to Attracting South Asian Tourists to Less Visited Provinces of Thailand: A Case Study of Chanthaburi, Trat, Phatthalung, and Trang” aims to study the potential of less visited provinces to attract South Asian tourists.

The study highlights that the provinces are diverse and have the potential to emerge as alternative tourist destinations for South Asians. In order to attract them, it is necessary to have a proper understanding of South Asian tourists’ culture, customs, beliefs, behaviours, likes, and tastes. On the other hand, there is a need to make changes and adjustments in the services, along with proper marketing of tourist packages and training for tourist guides through the Tourism Authority of Thailand.

Similarly, the management of tourist destinations and accommodations in the less visited provinces is mostly done by their own local communities. Unlike most visited provinces, where a lot of big investors spend money on comfortable and luxurious accommodation, in order to improve the tourist attractions in these less visited areas, standards of accommodation, transportation, and services must be improved, developed, and upgraded as per their needs. Moreover, it is very necessary to develop connectivity between these less visited places and main cities like Bangkok and Pattaya in the eastern province and Phuket and Krabi in the southern province.

Keywords : tourism, South Asian tourists, less visited cities, development, tourist attractions

บทนำ

บทความวิจัยเรื่อง “แนวทางการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ในพื้นที่จังหวัดเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดจันทบุรี ตราด พัทลุง และตรัง” เป็นบทความที่ถอดองค์ความรู้มาจากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยวและทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียใต้” ภายใต้การสนับสนุนจากงบประมาณด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กลุ่ม Basic Research Fund ปีงบประมาณ 2564

การศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในประเทศไทยมาจาก 8 ประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้ ประกอบด้วย อัฟกานิสถาน บังกลาเทศ เนปาล ภูฏาน มัลดีฟส์ อินเดีย ปากีสถาน และศรีลังกา ซึ่งนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 75 มาจากประเทศอินเดีย ดังนั้นการศึกษาดังกล่าวจึงเน้นไปในเรื่องของแนวทางการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่ใช้กรอบนักท่องเที่ยวอินเดียเป็นหลัก

จังหวัดเมืองรอง หมายถึงจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวปีหนึ่งต่ำกว่า 4 ล้านคน ซึ่งการศึกษาดังกล่าวนี้นี้มีขอบเขตครอบคลุมพื้นที่การศึกษากลุ่มตัวอย่าง 4 จังหวัดใน 2 ภูมิภาคคือ จังหวัดจันทบุรี ตราด พัทลุง และตรัง เนื่องจากเป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพสูงด้านการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และมีรายได้หลักจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้วยเหตุนี้การผลักดันกลุ่มจังหวัดดังกล่าวให้เป็นกลุ่มพื้นที่

นำร่องสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวนานาชาติรวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้จึงมีความเป็นไปได้สูง อีกทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้ก็มีกำลังซื้อสูงและมีศักยภาพในการจับจ่ายทั้งในเรื่องการเลือกที่พักอาศัย ค่าใช้จ่ายต่อการรับประทานอาหาร การซื้อกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการซื้อของใช้ต่าง ๆ การกระจายรายได้จากเมืองหลักสู่เมืองรองจึงมีโอกาสดำเนินไปด้วยเช่นกัน

จากผลงานที่ศึกษาข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการที่พัก โรงแรม ร้านอาหาร และผู้นำเที่ยวท้องถิ่นพบว่า ความรู้ ความเข้าใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้ยังเป็นเรื่องใหม่และไม่คุ้นชิน อันเนื่องมาจากศักยภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ค่อยมีชาวต่างชาติเข้ามาพัก การประชาสัมพันธ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก อีกทั้งยังมีความกังวลต่อการจัดการ การจัดเตรียมอาหาร การบริการและการสื่อสาร

บทความนี้จึงเป็นการรวบรวมข้อมูลในเขตพื้นที่การศึกษา 4 จังหวัด เพื่อให้เข้าใจถึงการรับมือและพัฒนาโอกาสต่อการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้ และเป็นโอกาสสำคัญที่จะกระจายองค์ความรู้พื้นฐานไปยังเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองรองอื่น ๆ ที่ยังไม่มีประสบการณ์ต่อการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้ ดังนั้นบทความวิจัยจึงมุ่งเสนอแนวทางสำคัญที่จะทำให้กลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นองค์ประกอบในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของจังหวัดเมืองรองสู่การรองรับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียได้
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการรองรับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียได้

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้นั้นพบว่ามีอยู่อย่างจำกัด โดยมีการนำเสนอเฉพาะการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากอินเดียเป็นหลัก เนื่องจากที่ผ่านมากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงและส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวของไทยมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของมูลค่าการใช้จ่าย การเลือกที่พัก การจัดงานแต่งงาน การเช่าสถานที่ รวมไปถึงการเลือกรับประทานอาหารที่ต้องใช้ความรู้ความเข้าใจ ซึ่ง Uthayan (2009) ได้วิเคราะห์ว่าความสำเร็จประการหนึ่งของนักท่องเที่ยวคือ ความเข้าใจต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่รวมถึงความชอบ แรงดึงดูด สิ่งอำนวยความสะดวก และความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อความสำราญเพลิดเพลินใจของนักท่องเที่ยว และเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตแบบใหม่ เรียนรู้วัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ด้วยเหตุนี้การทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญยิ่ง องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะต้องมีประกอบ 7 ประการคือ (1) เป้าหมาย (2) ความพร้อม (3) สถานการณ์ (4) การแปลความหมาย (5) การตอบสนอง (6) ผลลัพธ์ที่ตามมา และ (7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง โดยแต่ละองค์ประกอบล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยต่อความสำเร็จในการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มได้ (Uthayan, 2009) ในขณะที่การศึกษานี้ได้มุ่งเน้นการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้จากเมืองหลักสู่เมืองรองเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังเข้าไม่ถึง ดังนั้นจึงหยิบยกรวณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งพบว่ามีการศึกษาของ Saesow (2021) ได้วิเคราะห์ปัจจัยทาง

การตลาดบริการของนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในประเทศไทย โดยมีข้อค้นพบว่าการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกายภาพ ซึ่งถือเป็นตัวแปรสำคัญสำหรับการเลือกที่พักของกลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดีย และการศึกษาของ Tongchoiy et al. (2021) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอาหรับมีผลต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ปฏิเสธไม่ได้ว่าการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดียสามารถวิเคราะห์ได้หลายปัจจัย อาทิ การเปิดให้ยื่นขอวีซ่าเมื่อเดินทางมาถึง (Visa on Arrival) การรณรงค์ดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมโรดโชว์ การส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว การจัดทำ Business Matching ด้านการท่องเที่ยว การขายแหล่งท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว และการเพิ่มเที่ยวบินราคาประหยัดระหว่างเมืองหลัก ฯลฯ จากเหตุผลดังกล่าวทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวจากอินเดียเติบโตแบบก้าวกระโดด และที่เห็นได้ชัดคือ มิติใหม่แห่งมหกรรมการจัดงานแต่งงานของกลุ่มเศรษฐีชาวอินเดียที่ใช้สถานที่ต่าง ๆ อาทิ กรุงเทพฯ ภูเก็ต พัทยา ระยอง และทุ่งบ่อประมาณจำนวนมากเพื่อให้การจัดงานแต่งงานให้ออกมาอย่างสมศักดิ์ศรีและสวยงามท่ามกลางบรรยากาศของธรรมชาติตามพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย สร้างมูลค่าการท่องเที่ยวได้อย่างมาก นอกจากนี้กระแสนิยมการท่องเที่ยวไทยกลายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้จึงส่งผลให้ในปี 2019 กลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 2.4 ล้านคน โดยส่วนใหญ่จะมาในลักษณะของการท่องเที่ยวแบบส่วนตัว (ไม่พึ่งพากลุ่มบริษัทนำเที่ยว) ปฏิเสธไม่ได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพส่วนใหญ่จะมาจากประเทศอินเดียกว่าร้อยละ 75 รองลงมาเป็นบังกลาเทศร้อยละ 5 ปากีสถานร้อยละ 2 และประเทศอื่น ๆ ร้อยละ 18

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Tangtenglam (2020) ที่มองว่าไทยเป็น 1 ใน 3 ประเทศที่นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงนิยมเดินทางมาเยือนมากที่สุด โดย 5 ลำดับประเทศยอดนิยมของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงอินเดีย ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สิงคโปร์ ไทย สหรัฐอเมริกา และมาเลเซีย การแสวงหาตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจีน จะเพิ่มการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทย ซึ่งช่วยลดความผันผวนของรายได้จากการท่องเที่ยวในกรณีเกิดเหตุการณ์ซึ่งกระทบต่อนักท่องเที่ยวจีนในอนาคต

เมื่อศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทของจังหวัดเมืองรองกลุ่มเป้าหมายพบว่า มีการศึกษาของ Yangngam & Wanna (2020) เรื่องการนำนโยบายการท่องเที่ยวเมืองรองไปปฏิบัติ กรณีศึกษาการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบทจังหวัดจันทบุรี โดยชี้ให้เห็นว่าเมื่อหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน และนำเอาวิถีถิ่นนำการท่องเที่ยวสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากขึ้น ในขณะที่การศึกษาของ Suwannapirom (2017) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดตราดว่าจังหวัดมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางทะเลมีหมู่เกาะน้อยใหญ่ 52 เกาะจนได้ชื่อว่าเป็น “เมืองเกาะครึ่งร้อย” จังหวัดตราดยังเป็นเมืองท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งประเทศกัมพูชาและเวียดนาม มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

ในส่วนของพื้นที่การศึกษาจังหวัดเมืองรองภาคใต้มีการศึกษาของ Thitirattanakan & Wongmonta (2021) มองว่าจังหวัดตรังถือว่ามีข้อได้เปรียบเชิงพื้นที่เชิงภูมิศาสตร์ เชิงภูมิทัศน์ และเชิงการท่องเที่ยว

ความอุดมสมบูรณ์ของตรังยังรวมถึงผืนป่า แหล่งน้ำ และถ้ำน้อยใหญ่ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าหาดทราย ชายทะเล และหมู่เกาะเลย การไปเยือนจังหวัดตรังจึงนับว่าได้ท่องเที่ยวครบทุกธรรมชาติ ทั้งดินแดนประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ธรรมชาติ อย่างไรก็ตามจังหวัดตรังยังมีข้อจำกัดหลาย ๆ ด้าน อาทิ การคมนาคม การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การบูรณะ การนำประวัติศาสตร์เมืองท่ามาเป็นจุดเด่นของจังหวัด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างจริงจัง และในท้ายที่สุดการศึกษาของ Petsong et al. (2022) ซึ่งได้ประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองของพัทลุงว่า จังหวัดพัทลุงมีทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่โดดเด่นและหลากหลาย โดยจังหวัดพัทลุงได้รับการสนับสนุนการท่องเที่ยวภายใต้สโลแกน “เที่ยวป่า นา เล” สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้ แต่พื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่งมีสภาพเก่าทรุดโทรม แหล่งท่องเที่ยวบางพื้นที่ยังเข้าถึงยากลำบาก ขาดแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ควรส่งเสริมให้จังหวัดพัทลุงเป็นเมืองรองแห่งการท่องเที่ยวภาคใต้ด้วยการประชาสัมพันธ์ให้เป็นพื้นที่ที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (Petsong et al., 2022)

ด้วยเหตุนี้จากการวิเคราะห์วรรณกรรมเบื้องต้นทำให้ทราบว่า การหาจุดร่วมของการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้สู่จังหวัดเมืองรองยังเป็นองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งยังไม่พบว่ามีใครศึกษามาก่อน อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจทำให้เกิดกระแสของการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่ง Richards & Raymond (2000) ได้ให้ความสำคัญกับรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ โดยการทำกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมและเรียนรู้จากประสบการณ์ ทำให้เข้าถึงวิถีชุมชนในพื้นที่จังหวัดเมืองรองมากขึ้น ถึงแม้กระนั้นกลุ่มจังหวัดเมืองรองยังต้องผลักดันทั้งในเรื่องของการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ ซึ่งต้องนำเสนอพื้นที่ท่องเที่ยวนำร่องในรูปแบบใหม่ ๆ มากขึ้น โดยนำความโดดเด่นของพื้นที่ท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับเมืองหลักเพื่อเป็นทางเลือกใหม่และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวกระจายจากเมืองหลักสู่เมืองรอง มุ่งสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยตรง พร้อมไปกับการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับทุก ๆ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจึงจะสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าไปสู่เมืองรองได้

สมมติฐาน

1. การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวแบบใหม่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่มีศักยภาพได้หรือไม่
2. แนวทางการพัฒนาบุคลากรภาคการท่องเที่ยวในพื้นที่จะสามารถทำได้ด้วยวิธีใด เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้
3. ปัญหาและอุปสรรคในพื้นที่ศึกษาเป็นอย่างไร และจะพัฒนาได้อย่างไร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ในพื้นที่ศึกษาจังหวัดเมืองรอง โดยนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้จะมีข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่การศึกษา โดยใช้ข้อมูลจากการผลิตแผ่นพับ (ภาษาอังกฤษ) และข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่บนฐานข้อมูลออนไลน์

2. บุคลากรมีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้จากการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่การศึกษาประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม 2) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร และ 3) กลุ่มบริการนำเที่ยว โดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเรียนรู้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้ผ่านการเรียนอบรมหลักสูตรออนไลน์ และนำเสนอวิธีการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในเบื้องต้น ทั้งในเรื่องของการทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การทำอาหาร และการบริการ โดยแต่ละพื้นที่ได้ส่งผู้แทนมาร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการประมาณ 20-25 คน เพื่อศึกษาเรียนรู้แสวงหาประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญ

3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลักดันการท่องเที่ยว เนื่องจากการศึกษาการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองมีข้อสังเกตว่า ชุมชนในพื้นที่การศึกษามีการผลักดันชุมชนตนเองให้ไปสู่การรองรับกับนักท่องเที่ยวหลากหลายมากขึ้น โดยใช้อัตลักษณ์และความโดดเด่นของพื้นที่เป็นจุดขาย และเป็นสิ่งดึงดูดความน่าสนใจให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคของชุมชนยังต้องได้รับการสนับสนุนหลายด้าน อาทิ การพัฒนาองค์ความรู้ การพัฒนาด้านการบริการ การพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาด้านภาษา และการเข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องกำกับดูแลอำนวยความสะดวกไปพร้อมกันทั้งในด้านกายภาพ และการแนะนำอบรมเชิงปฏิบัติการ

4. ชุมชนจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยมีความมุ่งหวังว่าประโยชน์ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชียได้จะเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษามากขึ้น เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากเมืองหลักและมีความสวยงามไม่แพ้กัน อีกทั้งยังได้สัมผัสถึงความเป็นชุมชนชนบท ทำให้เกิดทางเลือกสำหรับการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เกิดการกระจายรายได้จากเมืองหลักสู่เมืองรองได้อย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยวและทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารจากหน่วยงานภาครัฐและการศึกษาภาคสนามเพื่อรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิมาประกอบการบรรยายเชิงพรรณนา ทั้งนี้ได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดประชุมเฉพาะกลุ่ม และการระดมสมองกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลวิจัยก่อนนำมาจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจึงแบ่งเก็บข้อมูลออกเป็น 5 กลุ่ม (1) เก็บข้อมูลจากการรวบรวมวรรณกรรมทั้งในและต่างประเทศ (2) การจัดสัมมนาออนไลน์ (3) การสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่ม (4) การจัดอบรมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว (5) การสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ประชากรตัวอย่าง – กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร และกลุ่มบริการนำเที่ยว

เครื่องมือ – หลักสูตรการอบรมออนไลน์สำหรับรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ และการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ โดยใช้สื่อออนไลน์ และแผ่นพับฉบับภาษาอังกฤษ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดประชุมระดมสมองเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล
2. การจัดประชุมเฉพาะกลุ่มกับผู้เกี่ยวข้องภาคการท่องเที่ยวในพื้นที่
3. การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการกับกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาแนวทางการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ในกำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ 2 ภาค ๆ ละ 2 จังหวัด โดยเน้นการกระจายนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่นิยมมาเที่ยวจากเมืองหลักไปสู่เมืองรอง กล่าวคือ ภาคกลางกระจายจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและชลบุรี (พัทยา) ไปยังจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด ในขณะที่ภาคใต้กระจายจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ สงขลา ไปยังจังหวัดตรังและพัทลุง เนื่องจากจังหวัดดังกล่าวมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้นิยมมาท่องเที่ยวมากที่สุด ด้วยเหตุผลทางด้านคุณภาพด้านที่พัก ราคาอาหาร การบริการ ทักษะทางภาษา และกิจกรรมภาคกลางคืน

1. ผลการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้

นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญต่ออนาคตภาคการท่องเที่ยวของไทย เนื่องจากจะกลายเป็นกลุ่มประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลกและมีกำลังซื้อสูงต่อภาคการท่องเที่ยว แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมา (ปี 2019) จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้เข้ามาประเทศไทยประมาณ 2.4 ล้านคน (อินเดีย ร้อยละ 75) ก็ตาม แต่ข้อค้นพบด้านการใช้จ่ายก็ทำให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้มีอัตราการใช้จ่ายไม่ต่ำกว่าวันละ 5,000 บาทต่อวัน โดยส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องของความสะดวกสบายของที่พักรับประทานอาหาร การเดินทาง การบริการ และการรับประทานอาหาร ซึ่งเฉลี่ยแล้วจะมีการท่องเที่ยวประมาณ 5-7 วัน

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้

การศึกษาพบว่าพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้นิยมเที่ยวกลางคืน ชอบเที่ยวชมแสงสีเสียง หรือแม้กระทั่งแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้จะมีชื่อเสียงในแง่ลบต่อประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายราคาถูก (Cheap Destination) การท่องเที่ยวยังรวมไปถึงการเที่ยวผู้หญิง ซึ่งกลายเป็นแรงดึงดูดให้กลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้เข้ามาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในกรุงเทพฯ พัทยาหรือภูเก็ต แต่จากการศึกษาพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว กลุ่มที่แสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ (กลุ่ม Revisiting) และกลุ่มเดินทางด้วยตนเอง กลับมีพฤติกรรมที่แสวงหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวชายทะเล การท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวแบบ Manmade ซึ่งกำลังเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ โดยจะใช้เทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์ในการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเองมากขึ้น ไม่พึ่งบริษัทนำเที่ยว ดังนั้นการเตรียมความพร้อมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้จึงมีความสำคัญมาก

3. ผลการศึกษาศักยภาพของเมืองรองในพื้นที่เป้าหมาย

จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ถือเป็นจังหวัดเมืองรองภาคตะวันออกที่มีความโดดเด่นในภาคการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง แต่บริบทของพื้นที่อาจมีความแตกต่างกันบ้าง โดยจังหวัดจันทบุรีมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีผลไม้ตามฤดูกาลหลายชนิด อาทิทุเรียน มังคุด เงาะ จนทำให้กลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวชี้ให้เห็นว่า จุดขายของจังหวัดจันทบุรีควรชูความโดดเด่นในเรื่องของเมืองแห่งการท่องเที่ยวผลไม้มานานานชนิด นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวชายทะเล แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ยังเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวสำหรับเมืองจันทบุรีอีกด้วย อย่างไรก็ตาม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติยังถือว่าไม่มากนัก เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองว่าจันทบุรียังเป็นเมืองผ่านไปยังจังหวัดตราด (เกาะช้าง) และอยู่ห่างจากเมืองหลัก

ในขณะเดียวกันเมื่อศึกษาศักยภาพของจังหวัดตราดพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มประเทศยุโรป รัสเซีย อเมริกา และเอเชียตะวันออก โดยเข้ามาพักอยู่ที่เกาะช้าง สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียใต้ยังถือว่ามีส่วนค่อนข้างน้อย เนื่องจากเงื่อนไขของอาหารเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียใต้จะมีเวลาท่องเที่ยวอยู่ในเมืองหลักคือพัทยา

สำหรับจังหวัดเมืองรองภาคใต้ในจังหวัดตรังและจังหวัดพัทลุงก็ถือเป็นจังหวัดเมืองรองที่มีการผลักดันด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยจังหวัดตรังมีความโดดเด่นในเรื่องการท่องเที่ยวชายทะเล เกาะลิบง เกาะกระดาน เกาะสุกร และเกาะมุก ซึ่งถือเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่สวยงามไม่แพ้จังหวัดอื่น ๆ ในกลุ่มจังหวัดแถบทะเลอันดามัน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นว่าการคมนาคม การขนส่งสาธารณะ ป้ายบอกทางเป็นเรื่องที่ต้องพัฒนาแก้ไข เนื่องจากในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวมีทางเลือกเฉพาะรถเช่าเท่านั้น เมื่อการเดินทางไม่เอื้ออำนวย ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ทำให้การดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มต่างชาติอาจทำได้ยากขึ้น

ในขณะที่จังหวัดพัทลุงก็เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่กำลังได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจากยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีจุดขายสำคัญ ๆ ไม่ว่าจะเป็นน้ำตก บ่อน้ำร้อน ถ้ำ และวิวทิวเขาที่มองเห็นทะเลหมอกในยามเช้าที่สวยงาม อย่างไรก็ตามพัทลุงยังเป็นจังหวัดน้องใหม่ในด้านการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องเสริมศักยภาพในด้านการบริการและการพัฒนาแหล่งที่พักให้ได้รับมาตรฐานสากล สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ นอกจากนี้ยังต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น อาทิ ถนน แสงสว่าง เป็นต้น

4. ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในพื้นที่เป้าหมาย

4.1 อาหาร : นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้จะเลือกแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่รวมอาหารไว้ด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่รับประทานเนื้อสัตว์ การเตรียมความพร้อมตลอดเส้นทางท่องเที่ยวและโรงแรมที่พักจึงต้องสำรวจความพร้อมเกี่ยวกับอาหารที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการสามารถแนะนำอาหารเจหรืออาหารที่ไม่ปะปนกับเนื้อสัตว์สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเองได้เสมอโดยเสริมด้วยผลไม้และขนม ในขณะที่กลุ่มที่บริโภคเนื้อสัตว์ก็เลือกทานเนื้อไก่หรือเนื้อปลาเป็นหลัก โดยต้องเป็นเนื้อล้วน ๆ เท่านั้นจึงจะเหมาะกับพฤติกรรมมารับประทาน

4.2 การสื่อสาร : แม้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะพูดภาษาอังกฤษได้ดี แต่สำเนียงอาจฟังยากสำหรับคนที่ไม่คุ้นเคย การเจรจาพูดคุยควรมีการตกลงที่ชัดเจน ทำความเข้าใจในทุก ๆ ความต้องการไม่ว่าจะเป็นเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว เวลา ราคา สถานที่พักและอื่น ๆ ทั้งนี้ควรบริหารความเสี่ยงไว้ด้วย เนื่องจากบางครั้งพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้จะไม่ค่อยตรงต่อเวลา และเริ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงสาย ๆ จนกระทั่งถึงช่วงค่ำ ๆ

4.3 แหล่งท่องเที่ยวซ้ำซาก : สถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ส่วนใหญ่จะวนเวียนอยู่ที่เดิม ๆ ตามเมืองหลัก ด้วยปัจจัยในด้านการเข้าถึงข้อมูลใหม่ ๆ นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ยังไม่มีความรู้เท่าที่ควร และมีพฤติกรรมไม่กล้าลองกล้าเสี่ยงกับการไปสู่สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ เนื่องจากกังวลเรื่องความปลอดภัย และความคุ้มค่าต่อเวลาและค่าใช้จ่าย ดังนั้นหากต้องการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อาจต้องใช้หลักความน่าเชื่อถือผ่านสื่อ ผ่านกลุ่มดารา นักแสดงจากประเทศต้นทางมากขึ้น เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวมีศักยภาพ มีความโดดเด่นที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ได้

4.4 ความอคติของผู้ประกอบการไทย : ปัญหาสำคัญเกิดจากพฤติกรรมในการเข้าใจกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้แบบเหมารวม เกิดจากการมองในเชิงลบมากกว่าเชิงบวก ทั้งที่จริงแล้วโอกาสของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้ก็มีมากพอไม่แพ้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ อาทิ กลุ่มจัดงานแต่งงาน กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และมองว่าประเทศไทยคือจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยวในลำดับต้น ๆ

4.5 เข้าไม่ถึงตลาด : ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ยังคงพึ่งพากลุ่ม Travel Agency ซึ่งจังหวัดเมืองรองยังไม่ได้ถูกขายให้กับกลุ่มผู้จัดการท่องเที่ยวชั้นนำ จึงทำให้ไม่ได้รับความสนใจกับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากนัก ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวเองยังติดอยู่กับการท่องเที่ยวเมืองหลัก ดังนั้นการเข้าถึงช่องทางการตลาดจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก ในขณะเดียวกันการแข่งขันกับตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญ มีเครือข่าย และมีความพร้อมซึ่งจังหวัดเมืองรองยังคงต้องพัฒนาศักยภาพให้ได้มาตรฐานและใช้ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น

5. ผลการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้

ผลการศึกษาความเหมาะสมเพื่อส่งเสริมการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้พบว่า การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ต้องคำนึงถึงความชอบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก ในช่วงแรกจำเป็นต้องเชื่อมกับเมืองหลักไว้ด้วย เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้ยังคงยึดติดอยู่กับการท่องเที่ยวเมืองหลัก โดยกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรสร้างเส้นทางที่เชื่อมกับกรุงเทพฯ และพัทยา ในขณะที่จังหวัดภาคใต้ควรเชื่อมเส้นทางท่องเที่ยวกับภูเก็ตและกระบี่ ทั้งนี้เพื่อเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว อีกทั้งการแนะนำเสนอรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ยังต้องคำนึงถึงเรื่องอาหาร ที่พัก การบริการ และความพร้อมของบุคลากรไปพร้อม ๆ กัน ในขณะที่เส้นทางการท่องเที่ยวดังกล่าวจะต้องมีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีอัตลักษณ์เฉพาะ และตรงต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว อาทิ เมืองพลอยในจังหวัดจันทบุรี เกาะช้าง จังหวัดตราด เมืองธรรมชาติ จังหวัดพัทลุง และวิถีชาวเล จังหวัดตรัง ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสและเป็นทางเลือกใหม่สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพจากเอเชียได้ที่ไม่ซ้ำซ้อนกับเมืองหลัก แนะนำแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพ มีมาตรฐานสามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้ โดยเฉพาะการนำจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวมานำเสนอ อาทิ การท่องเที่ยวชายทะเล การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวแบบ Manmade และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยผลการสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้พบว่ายังไม่มีองค์ความรู้เท่าที่ควร สถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวยังต้องใช้การประชาสัมพันธ์มากขึ้น รวมถึงการรองรับในเรื่องอาหารการกินที่ผู้ประกอบการจะต้องเสริมทักษะเพิ่มเติม และแยกสัดส่วนกลุ่มผู้ที่ไม่รับประทานอาหารที่มีเนื้อสัตว์เจือปนอย่างชัดเจน

6. ผลการศึกษาศักยภาพบุคลากรในพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้

ใช้หลักสูตรการพัฒนาศักยภาพบุคลากรผ่านช่องทางออนไลน์ และการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มผู้นำเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการที่พัก และกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อให้มีองค์ความรู้เบื้องต้นต่อลักษณะและพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ โดยหลักสูตร “การพัฒนาศักยภาพบุคลากรรองรับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้” ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวได้ใช้กลไกการนำเสนอองค์ความรู้ผ่านหลักสูตรออนไลน์

เพื่อใช้สำหรับเผยแพร่ในพื้นที่นำร่องต่อการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ มีบทเรียนประกอบด้วยกัน 8 บท 1) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภูมิภาคเอเชียได้ 2) การปฏิสัมพันธ์ 3) พฤติกรรมการจับจ่าย 4) การเลือกบริการ 5) การเลือกที่พัก 6) การเลือกรับประทานอาหาร 7) กฎเกณฑ์หรือข้อห้าม และ 8) การเรียนรู้ภาษาเบื้องต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ผู้นำเที่ยว ร้านอาหาร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ใช้กระบวนการเรียนรู้ด้วยวิธีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติ การฝึกทักษะการทำอาหารโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่มาประยุกต์ การเสริมสร้างเทคนิคสร้างความประทับใจต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อแนวทางในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในพื้นที่ในระดับดี และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่าควรมีการอบรมอย่างต่อเนื่อง ควรสอนวิธีการทำอาหารในรูปแบบอื่น ๆ และควรให้มีการทดลองจริงจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้

7. ผลการศึกษาความพร้อมและศักยภาพของแต่ละจังหวัดและแนวทางการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวสำหรับเมืองรอง

การศึกษานี้ มีข้อค้นพบต่อการส่งเสริมศักยภาพเมืองรองว่า ความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่ต้องมีการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้ชัดเจนโดยใช้วิถีถิ่นนำการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะไม่จำเจกับการท่องเที่ยวตามเมืองหลักต่าง ๆ ที่อาจกลายเป็นความรู้สึกซ้ำซากไม่น่าดึงดูด แต่กลับกลายเป็นโอกาสในการแสวงหาสถานที่ใหม่ ๆ และโอกาสในการนำเทรนด์ใหม่ ๆ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบรูปแบบธรรมชาติ ความเป็นส่วนตัว การได้สัมผัสกับการท่องเที่ยวแบบชุมชน และเมื่อได้รับการยอมรับและความชื่นชอบจะนำมาสู่โอกาสในการเติบโตสำหรับภาคการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองเพิ่มมากขึ้น ผลการศึกษาความพร้อมในพื้นที่จังหวัดเมืองรองพบว่า

- **จันทบุรี** : ความพร้อมของจังหวัดจันทบุรีถือว่ามียุทธศาสตร์ที่ดี เนื่องจากมีโรงแรมระดับคุณภาพโดยเฉพาะในอำเภอท่าใหม่ที่ดีติดกับทะเล ซึ่งเหมาะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัวที่ต้องการความสงบ อีกทั้งยังมีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์สัตว์ทะเล ซึ่งเป็นความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้อยู่แล้ว นอกจากนี้ยังมีสถานที่โชว์การแสดงโลมาอย่างโอเอซิสซีเวิลด์ที่พร้อมบริการนักท่องเที่ยวให้ใกล้ชิดกับการว่ายน้ำกับโลมา เป็นอีกกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ได้อย่างมากโดยเฉพาะกลุ่มผู้มาเยือนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวผลไม้ตามฤดูกาล ซึ่งจะกลายเป็นอีกหนึ่งจุดขายสำคัญให้กับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้ เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความชื่นชอบผลไม้เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เช่น มังคุด เงาะ สับปะรด น้ำมะพร้าว ลำไย มะม่วง เป็นต้น

- **ตราด** : จังหวัดตราดมีทุนเดิมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้ซึ่งกระจุกอยู่ในเกาะช้าง แต่มีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากมีระยะทางห่างจากเมืองหลักอย่างกรุงเทพมหานครและพัทยา กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้เหล่านี้จึงมีเฉพาะกลุ่มที่มีความเจาะจงมาท่องเที่ยวและต้องมีเวลามากพอสำหรับการเดินทางและการพักผ่อน ถึงแม้ว่าจังหวัดตราดจะมีสนามบินภายในประเทศรองรับแล้วก็ตาม แต่ความต่อเนื่องของเที่ยวบินระหว่างวันกลับยังไม่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้ ดังนั้นศักยภาพของจังหวัดตราดต่อการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้ยังมีจุดหมายปลายทางไปที่เกาะช้างเท่านั้น ในขณะที่สถานที่ท่องเที่ยวแบบชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อาทิ หาดทรายดำ การท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวอาจยังไม่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้เนื่องจากศักยภาพของที่พัก และการบริการยังไม่ตอบโจทย์ต่อพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้

เว้นแต่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่นับถือศาสนาอิสลาม อาทิ จากบังกลาเทศ ปากีสถาน ซึ่งมีแหล่งอาหารฮาลาล และวิถีชุมชนของศาสนาอิสลามอยู่หลายแห่ง ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มที่กำลังเติบโตในตลาดการท่องเที่ยวในอนาคต การประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและเข้าถึงกลุ่มเอเจนซีในประเทศต้นทางถือเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างแท้จริง

● **พัทลุง** : จังหวัดพัทลุงถือว่าเป็นจังหวัดที่เพิ่งเริ่มการกระตุ้นภาคการท่องเที่ยว โดยใช้ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์มาเป็นจุดขาย แต่ในขณะเดียวกันความพร้อมในพื้นที่ประกอบกับภาคการบริการด้านการท่องเที่ยว ยังต้องได้รับการพัฒนาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และโดยเฉพาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ ถือว่ายังไม่มีประสบการณ์เลย แม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้ก็ตาม ด้วยเหตุนี้จังหวัดพัทลุงควรส่งเสริมความพร้อมต่อผู้ประกอบการ การสำรวจที่พักที่ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งสถานะปัจจุบันยังคงเป็นกลุ่มเฉพาะเท่านั้นที่จะสามารถรองรับได้ อาทิ กลุ่มครอบครัวและกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบผจญภัย

● **ตรัง** : ปฏิเสธไม่ได้ว่าภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังมีความโดดเด่นอยู่ในตัว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชายทะเลและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมทั้งการท่องเที่ยวแบบชุมชน ซึ่งกำลังได้รับความนิยมจากกลุ่มประเทศตะวันตก อย่างไรก็ตามสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ ยังไม่มีข้อมูลมากพอสำหรับการมาเยือนจังหวัดตรัง เนื่องจากมีเป้าหมายชัดเจนที่ยึดติดอยู่กับการท่องเที่ยวเมืองหลักอย่างภูเก็ตและกระบี่ ดังนั้นการแข่งขันในตลาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องขับเคลื่อนด้วยความโดดเด่นทางด้านความเป็นส่วนตัว ท่องเที่ยวแบบไม่ซ้ำใคร นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ โดยค่าใช้จ่ายมีความคุ้มค่ากว่าภูเก็ตหรือกระบี่ ซึ่งจะสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับกลางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดตรังได้มากขึ้น

บทสรุป

จากการศึกษาพื้นที่เป้าหมายของจังหวัดจันทบุรี ตราด พัทลุง และตรัง ซึ่งถือว่ามีความโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งยังมีข้อค้นพบว่าจังหวัดเหล่านี้มีศักยภาพพอสำหรับการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ตรงต่อความต้องการอยู่แล้ว แต่จำเป็นจะต้องสร้างความเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมกับเมืองหลัก โดยจังหวัดภาคตะวันออกควรเชื่อมเส้นทางการท่องเที่ยวกับกรุงเทพฯ และพัทลุง ในขณะที่จังหวัดภาคใต้ควรเชื่อมเส้นทางการท่องเที่ยวกับภูเก็ตและกระบี่ ทั้งนี้จะค่อย ๆ เห็นถึงการกระจายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้ไปยังเมืองรองมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการก็จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ไปพร้อม ๆ กัน

ในขณะที่การศึกษาวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดเมืองรองในหลากหลายมิติ โดยภาครัฐมีความคาดหวังว่าการกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวจะสามารถกระจายรายได้จากเมืองหลักสู่เมืองรองเข้าถึงชุมชนได้อย่างยั่งยืน แต่การท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองยังขาดปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จอีกหลายประการด้วยเช่นกัน อาทิ การคมนาคมขนส่ง รถสาธารณะ การพัฒนาทักษะการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว การติดต่อสื่อสาร มาตรฐานที่พัก เป็นต้น

ดังนั้นผลสรุปจากการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้เพื่อกระจายจากเมืองหลักไปสู่เมืองรองนั้น มีโอกาสสูงต่อการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไปสู่จังหวัดเมืองรอง โดยจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพ ทั้งบุคลากร การบริการ การเข้าถึงตลาด ซึ่งกลุ่มในพื้นที่การศึกษาดังกล่าวยังเป็นกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ตรง ต่อการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้ อาจมีข้อกังวลในด้านต่าง ๆ อาทิ เรื่องอาหาร และการบริการ ซึ่งต้องใช้ เวลาในการเรียนรู้และปรับทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ในเบื้องต้น โดยแนวทางการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้มีส่วนประกอบสำคัญอยู่ 4 เรื่องคือ

- 1) ด้านอาหารและการบริการ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการอบรมให้ทราบถึงแนวทางในการปฏิบัติ และเข้าใจถึงบริบทของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก ๆ
- 2) การนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมกับเมืองหลัก
- 3) การเข้าถึงตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้พร้อมกับสร้างภาคีเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดช่องทางในการเข้าถึงตลาดกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น
- 4) การประชาสัมพันธ์โดยใช้จุดเด่นของพื้นที่จังหวัดเมืองรองมานำเสนอจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองผ่านการนำเสนอของผู้ที่มีอิทธิพลต่อกระแสการรับรู้ อาทิ นักแสดง นักกีฬา และผู้นำเทรนด์

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. จัดอบรมผู้ประกอบการเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ การเข้าถึงการตลาดภาคการท่องเที่ยว การรองรับด้านอาหารและที่พักจากผู้เชี่ยวชาญด้านเอเชียใต้ศึกษา ถือเป็นเรื่องที่สำคัญในลำดับต้น ๆ ซึ่งการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวเหล่านี้ จะสร้างมูลค่าให้กับภาคการท่องเที่ยว ได้อย่างมหาศาล อาทิ การจับตลาดกลุ่มจัดงานแต่งงาน การจับตลาดกลุ่มจัดงานปาร์ตี้บริษัท การจัดประชุม กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบส่วนตัว และกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว

2. การเข้าถึงตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ การจับคู่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญ ที่ภาครัฐดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะได้ประโยชน์สำหรับการต่อยอดเกี่ยวกับการจัดการในภาคการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การเข้าถึงข้อมูลสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ถือว่า มีความสำคัญมาก โดยตลาดส่วนใหญ่จะเชื่อมั่นกับบริษัทที่น่าเชื่อถือ และการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งง่ายต่อการเข้าถึงและมั่นใจต่อคุณภาพที่ตนเองต้องการ แต่สิ่งที่จะต้องดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ยั่งยืน อาจต้องคำนึงถึงศักยภาพและมืองค์ความรู้เกี่ยวกับการรองรับเรื่องอาหารสำหรับชาวเอเชียใต้ ซึ่งจะสามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ซึ่งสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA Thailand) ก็ได้ริเริ่มโครงการ Bharat Choice เพื่อฝึกอบรมผู้ประกอบการให้สามารถพัฒนาศักยภาพในการเข้าถึงตลาดเอเชียใต้ รวมถึงการพัฒนา ทักษะในการประกอบอาหารสำหรับชาวเอเชียใต้ด้วย

3. การประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวให้ชัดเจน เช่น การท่องเที่ยวชายทะเล การท่องเที่ยว กลางคืน การท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความหลากหลาย มีความชอบที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการใช้จุดเด่นของพื้นที่จังหวัดเมืองรองมานำเสนอจะสามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองได้ นอกจากนี้ผลลัพธ์ของการสร้างกระแสที่ดีต่อภาคการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันและอนาคต อาจต้องพึ่งการใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และอาจเชิญผู้ที่มีชื่อเสียงจากประเทศต้นทางเพื่อมาท่องเที่ยวแนะนำรื่อง ทำละครสั้น วิดีโอสั้น จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะสามารถเข้าถึงคนรุ่นใหม่ที่ต้องการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่จากเมืองหลักที่มีอยู่เดิม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาแนวทางการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ด้วยการสร้างมาตรฐานกลาง
2. การศึกษาอิทธิพลของกลุ่มนักแสดงและนักกีฬาต่อภาคการท่องเที่ยว ถอดบทเรียนจากสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรต
3. การศึกษาความนิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมในเอเชียใต้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพต่อภาคการท่องเที่ยววิถีฮาลาลในประเทศไทย

References

- Petsong, T., Jittithavorn, C. & Chairana, P. (2022). Potentiality of Tourism in Phatthalung Province. *Academic Journal of Thailand National Sports University*, 14(1), 101–112.
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16–20.
- Saesow, C. (2021). Service Marketing Mix Factors of Indian Tourists' Influencing Decision Making on Selecting Accommodation in Thailand. *Journal of MCU Peace Studies*, 9(2), 714–726.
- Suwannapirom, S. (2017). Tourists' Behavior and Satisfaction toward Travelling to Koh Chang, Trat Province. *Panyapiwat Journal*, 9(3), 69–79.
- Tangtenglam, S. (2020). Factors Affecting Thai Consumer Decisions Incentive Travel of Indian Tourist to Thailand. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 3(3), 504–516.
- Thitirattanakan, S. & Wongmonta, S. (2021). Approaches for Development of Natural Tourism in Trang Province. *Journal of the Association of Researchers*, 26(3), 60–75.
- Tongchoiy, N., Oebpob, W. & Panbamrungkij, T. (2021). Middle East Tourist's Behavior in Bangkok. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 16(1), 40–55.
- Uthayan, C. (2009). **Tourist Behavior**. <http://touristbehavior.wordpress.com>
- Yangngam, D. & Wanna, W. (2020). The Policy Implementation of Amazing Thailand Go Local : A Case Study of Local Tourism in Chanthaburi Province. *RBRU Journal of Humanities and Social Sciences*, 1(1), 14–28.