

จากงานสัมมนา “ธุรกิจบริการ ยุทธศาสตร์แห่งชาติสู่ AEC and Beyond” ในวันเสาร์ที่ 18 สิงหาคม 2555

ณ ศูนย์ประชุมพีช โรงแรมรอยัล คลิฟ บีช โฮเต็ล กรุป พัทยา

การเสวนาสาขาธุรกิจท่องเที่ยว ดร. วีระศักดิ์ โควสุรัตน์

ภาครัฐมีความประสงค์จะเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวจากปัจจุบันที่อยู่ระดับหนึ่งล้านล้านบาทเป็นสองล้านล้านบาท เนื่องจากเป็นสาขาธุรกิจที่ได้รับผลตอบแทนสูง อย่างไรก็ตามในสาขาท่องเที่ยวต้องประสบกับข้อจำกัดต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวทั่วโลกเติบโตได้เพียงร้อยละสามต่อปี แต่ในระดับภูมิภาคอาเซียนการท่องเที่ยวเติบโตได้มากเนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ซึ่งทำให้ต้นทุนกลางเดินทางได้มากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยจะมีศักยภาพเติบโตได้มากถ้าหากสามารถแก้ไขข้อจำกัดดังต่อไปนี้
  - ความแออัดของท่าอากาศยานและระบบโลจิสติกส์ กรณีศึกษาที่ดีคือประเทศฝรั่งเศสซึ่งมีนักท่องเที่ยวกว่า 60 ล้านคน เท่ากับจำนวนประชากรในประเทศ แต่มีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนดังกล่าวได้
  - กฎหมายและระเบียบไม่เอื้ออำนวย เช่นการไม่ให้ Single Visa ในประเทศอาเซียน ในขณะที่กลุ่มประเทศ CLMV มีสัญญาร่วมกันว่าจะพัฒนาระบบ Single Visa ซึ่งแสดงถึงความก้าวหน้าในข้อกฎหมายและระเบียบดังกล่าว
  - คณะกรรมการตรวจคนเข้าเมืองมาจากหน่วยงานด้านความมั่นคงเกือบทั้งหมด ทำให้ไม่เข้าใจธุรกิจ จึงควรแก้โครงสร้างของปัญหานี้
  - ประเทศไทยมีกฎหมายด้านความสะอาดแต่ไม่มีการบังคับใช้ เช่น ความสะอาดของป้ายโฆษณา และความสะอาดของถนน
  - ปัญหาความปลอดภัย ส่วนหนึ่งมาจากโรงแรมที่ไม่ได้รับอนุญาตจัดตั้งตามกฎหมาย แนวทางการปรับปรุงควรจะนำกรณีศึกษาในประเทศรัสเซียมาใช้ คือให้มีการจัดเก็บภาษีในอัตราเดียวกันหมดคือร้อยละ 13 ซึ่งจะทำให้ธุรกิจนอกกฎหมายเข้ามาสู่ในระบบ และรัฐมีรายได้เพิ่มขึ้นรัสเซียใช้กฎระเบียบเกี่ยวกับคนเข้าเมืองที่เอื้อต่อการอนุมัติคนเข้าเมือง อาทิ กลุ่ม Expat ทำให้มีคนเข้ามาในประเทศมากขึ้น
- ปัญหาด้านเอกลักษณ์ ทำให้ประเทศไทยขาด Product Differentiation โดยสินค้าที่คล้ายๆ กันก่อให้เกิดการ Over-supply จึงทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคาตัดราคากันเองเพื่อแย่งลูกค้า

2. ประเทศไทยควรมองประเทศในอาเซียนนอกจากเป็นเสมือนประเทศคู่ค้า คู่แข่งแล้วให้คิดว่าเป็นประเทศคู่คิด (Partner) เช่น กรณีถ้าต้องขยายตลาดมุสลิม ประเทศไทยจำเป็นต้องร่วมมือกับประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และบรูไน และต้องประสานความร่วมมือกับกลุ่มประเทศ CLMV เป็นต้น

3. รัฐบาลต้องเข้ามาแก้ปัญหามากขึ้นในส่วนที่เอกชนไม่สามารถดำเนินการได้เอง อาทิเช่น การแก้กฎหมาย
4. ถึงแม้ภาษาอังกฤษจะเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว แต่สิ่งที่สำคัญมากกว่าคือทัศนคติ (Mentality and Mindset) ของผู้ให้บริการไม่ว่าจะเป็นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หรือการปรับทัศนคตินักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ อาทิเช่น ความเข้าใจต่อพฤติกรรมใช้จ่ายของคนจากประเทศต่างๆ ที่ผู้ให้บริการตระหนักว่านักท่องเที่ยวผู้ใช้จ่ายมากที่สุดมักจะเป็นชาวเอเชีย ส่วนนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายน้อยมักจะมาจากประเทศเยอรมัน เป็นต้น