



Tourism Thailand :

**KEEP
CALM
AND
LOOK
FORWARD
TO 2020**

ท่องเที่ยวไทย ใจเย็นไว้และมองไปข้างหน้า

เปิดมุมมอง ท่องเที่ยวไทย ปี 7

วันที่ 8 มิถุนายน 2557

ห้องจูปิเตอร์ 4-7 อาคารชาเลนเจอร์
อิมแพ็ค เมืองทองธานี





DO APOLOGIZE
FOR THE POLITICAL
INCONVENIENCE



GO LOW CARBON



FAST FORWARD
TO THE FUTURE



FOLLOW
T-POP



UNDERSTAND
THE DRAGON



TAKE ADVANTAGE
OF WORLD CUP
AND TPL

สรุปสาระสำคัญการสัมมนา

เปิดมุมมอง ท่องเที่ยวไทย ปี7 ท่องเที่ยวไทย ใจเย็นไว้และมองไปข้างหน้า

Tourism Thailand: Keep Calm and Look Forward to 2020

การสัมมนาเปิดมุมมองท่องเที่ยวไทย เป็นกิจกรรมหนึ่งของงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ซึ่งจัดต่อเนื่องทุกปี สำหรับปี 2557 นี้ นับเป็นปีที่การท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศที่ยืดเยื้อ กระทบต่อความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ และส่งผลถึงสภาพทางเศรษฐกิจไทยในภาพรวม ธนาคารแห่งประเทศไทยพยากรณ์การเติบโตของ GDP ในปี 2557 จากร้อยละ 4 ลดลงเหลือร้อยละ 3

จากการประเมินเบื้องต้นถึงสถานการณ์ท่องเที่ยวในช่วงปลายปี 2556 ต่อเนื่องถึงปี 2557 ภาพรวมด้านการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับผลกระทบในระดับหนึ่ง ในขณะที่มีปัจจัยภายนอกหลายประการเข้ามาส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในภาพรวม เกิดการเปลี่ยนแปลงในภาคบริการ และการปรับพฤติกรรมของผู้บริโภค อันเนื่องมาจากการก้าวล้ำของเทคโนโลยีสารสนเทศที่รวดเร็วและเป็นพลวัต เหตุปัจจัยเหล่านี้ เป็นเรื่องที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด และที่สำคัญคือบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจำเป็นต้องตั้งรับและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างซับซ้อนและต่อเนื่อง

การสัมมนาในปีนี้ จึงมุ่งให้ความสำคัญกับการให้กำลังใจและร่วมกันฟันฝ่าวิกฤตด้วยกัน ตามสโลแกนที่ถูกใช้กันอย่างแพร่หลายในรอบปีที่ผ่านมา คือ Keep calm and Carry on คือ ใจเย็นๆ และทำต่อ ซึ่งที่มาของสโลแกนนี้ เกิดขึ้นที่ประเทศอังกฤษ สมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการผลิตคำขวัญต่างๆ ออกมาเพื่อเผยแพร่และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน คำขวัญที่ถูกนำมาใช้ในสถานการณ์ปัจจุบันนี้ คือ Keep calm and Carry on โดยมีการปรับใช้ในบริบทต่างๆ

Tourism Thailand : Keep calm and Look forward to 2020 ท่องเที่ยวไทย ใจเย็นไว้และมองไปข้างหน้า คือแนวคิดหลักของการสัมมนาในปี 2557 ปีที่คนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ท้าทาย และต้องฝ่าข้ามไปให้ได้

คำกล่าวเปิดการสัมมนา

นายอภิชาติ อินทร์พงษ์พันธุ์

รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน ททท.



นายอภิชาติ อินทร์พงษ์พันธุ์
รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน ททท.

การสัมมนาเปิดมุมมองท่องเที่ยวไทย เป็นกิจกรรมเชิงวิชาการที่จัดขึ้นควบคู่กับงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย และเป็นการจัดต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2551 จนถึงปีนี้ นับเป็นปีที่ 7

สำหรับปี 2557 นี้ นับเป็นปีที่การท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์ความขัดแย้ง ทางการเมืองภายในประเทศที่ยืดเยื้อ กระทบต่อความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ และส่งผลถึงสภาพทางเศรษฐกิจไทยในภาพรวม บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคหลายประการ อีกทั้งมิติของปัญหาที่มีความซับซ้อนมาก

จากปัจจัยดังกล่าว การสัมมนาในปีนี้ จึงมุ่งให้ความสำคัญกับการสร้างขวัญกำลังใจ การผนึกความร่วมมือและประสานงานในภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาและกลุ่มองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อฟันฝ่าวิกฤตนี้ไปด้วยกัน

ในช่วง 5 ทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้เผชิญกับวิกฤตการณ์หลากหลายรูปแบบ ทั้งวิกฤตเศรษฐกิจ ราคาน้ำมัน วิกฤตการเมืองการก่อการร้าย วิกฤตเกี่ยวกับโรคระบาด และพิบัติภัยธรรมชาติ วิกฤตที่กล่าวมาข้างต้น ได้ส่งผลกระทบต่อให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลง

จากการประมวลเหตุการณ์ในช่วง 54 ปีที่ผ่านมา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงทั้งสิ้น 6 ครั้ง คือ

- ครั้งที่ 1 เมื่อปี 2519 ลดลง 6.9 % สาเหตุเกิดจากวิกฤตราคาน้ำมันโลก
- ครั้งที่ 2 เมื่อปี 2526 ลดลง 1.2 % สาเหตุเกิดจากวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก
- ครั้งที่ 3 เมื่อปี 2534 ลดลง 4.0 % สาเหตุเกิดจากเหตุการณ์สงครามอ่าวเปอร์เซีย
- ครั้งที่ 4 เมื่อปี 2546 ลดลง 7.3 % สาเหตุเกิดจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรค SARS
- ครั้งที่ 5 เมื่อปี 2548 ลดลง 1.1 % สาเหตุมาจากพิบัติภัยสึนามิ
- ครั้งที่ 6 เมื่อปี 2552 ลดลง 2.9 % สาเหตุจากวิกฤตเศรษฐกิจและปัญหาการเมืองภายในประเทศ

ทุกๆ ครั้งของการเผชิญกับวิกฤตและปัญหา เราจะเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน มีการสรุปบทเรียน เกิดบรรยากาศของความร่วมมือ ร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมต่อสู้ มีการประสานงานกันอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียว เพื่อเผชิญกับปัญหา และมุ่งมั่นที่จะก้าวข้ามไปได้

การเผชิญกับสถานการณ์และปัญหาอันหนักหน่วงครั้งนี้ น่าจะเป็นอีกครั้งหนึ่งในหน้าประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวไทยที่จะพิสูจน์ถึงศักยภาพของการบริหารจัดการวิกฤตที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจต้องประกอบสร้างด้วยองค์ประกอบหลายอย่าง ทั้งเรื่องของสติ ศรัทธา ความมุ่งมั่น และการยืนระยะต่อสู้กับปัญหาอย่างรู้เท่าทันและที่สำคัญ คนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต้องมีความหวังและมองหาโอกาสที่รออยู่

ท่องเที่ยวไทย ใจเย็นไว้ และมองไปข้างหน้า หรือวลีในภาษาอังกฤษว่า **Tourism Thailand : Keep calm and Look forward to 2020** สำหรับผม กลุ่มคำเหล่านี้ไม่เพียงเป็นแค่ Theme การสัมมนาเท่านั้น แต่ยังเป็นกลุ่มคำที่แฝงไว้ด้วยนัยยะของการให้กำลังใจ ความร่วมมือ การหาโอกาสใหม่ การไม่ย่อท้อ ความมุ่งมั่นทุ่มเทความพยายามทั้งหมดร่วมกัน

องค์กรร่วมจัด



กำหนดการ

(ห้องจูปีเตอร์ 4-7)

- 10.00 — 10.15 Keep calm and Let's begin
- 10.15 — 11.00 Keep calm and Do apologize for the political inconvenience
ใจเย็นไว้กับการเมืองไทยและขอภัยในความไม่สะดวก
บรรยง พงษ์พานิช
ประธานกรรมการ บริษัท หลักทรัพย์ ภัทร จำกัด (มหาชน)
- 11.00 — 11.45 Keep calm and Go low carbon
ห้องที่เกี่ยวข้องเนื่องเรื่องโลกร้อน
ดร.ชูวิทย์ มิตรชอบ
ผู้อำนวยการสำนักบริหารยุทธศาสตร์
องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 11.45 — 12.30 Keep calm and Fast forward to the Future
ต้องเท่าทันและล้ำหน้าจึงอยู่รอด
ดร.ธีระพล ถนอมศักดิ์ยุทธ
กรรมการผู้จัดการ บริษัท อินโนเวทีฟเนตเวิร์ค จำกัด



13.30 — 14.15

Keep calm and Follow T-pop

ทำลักร้อยกั้มวลมหาแฟนคลับศิลปินไทยในต่างแดน

บรรจง ปิสัญธนะกุล ผู้กำกับจาก GTH

รสสุคนธ์ กองเกต्ट Acting Coach, เจ้าของสถาบันสอนการแสดง The Drama Academy by Kru Ngor

ณฤดี ศรีस्थานินทร์ Executive Director บริษัท ยูเรก้า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

14.15 — 15.15

Keep calm and Understand the Dragon

ทำความเข้าใจกับทิวทัศน์จีน

โตมร ศุขปรีชา บรรณาธิการอำนวยการนิตยสาร GM

สมชาย ปรีชาศิลป์กุล อาจารย์คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

15.30 — 16.30

Keep calm and Take Advantage of World Cup and TPL

ทำประโยชน์จากเกมใหญ่ในบอลโลก และบอลไทยพรีเมียร์ลีก



**KEEP CALM AND DO APOLOGIZE FOR
THE POLITICAL INCONVENIENCE**

ใจเย็นไว้กับการเมืองไทยและขอภัยในความไม่สะดวก





KEEP CALM AND DO APOLOGIZE FOR THE POLITICAL INCONVENIENCE

ใจเย็นไว้กับการเมืองไทยและขอภัยในความไม่สะดวก

โดย

บรรยง พงษ์พานิช

ประธานกรรมการ บริษัท หลักทรัพย์ ภัทร จำกัด (มหาชน)



มุมมองจากสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญได้ 2 เรื่อง คือ

1. Reconciliation by Sub pressure
2. Benevolence Dictator

1. Reconciliation by Sub pressure

ความปรองดองนั้น ในระยะสั้นดูเหมือนเป็นผิวน้ำราบเรียบ แต่ในระยะยาวจะมีแรงกดดันมากขึ้น จนอาจเกิด Thailand Spring เหมือนรูปแบบของ Arab Spring อย่าง “อียิปต์” ซึ่งจะกระทบกับการท่องเที่ยวอย่างแน่นอน



ที่มาภาพ : <http://www.graciebarra.com/wp-content/uploads/2014/05/water1.jpg>

2. Benevolence Dictator

ภายใต้เงื่อนไขโลกในปัจจุบัน มีโอกาสน้อยมากที่ผู้เผด็จการจะเป็นผู้ทรงคุณในระยะยาว แล้วทำอย่างไรถึงจะหลีกเลี่ยงไม่ให้ประวัติศาสตร์ต้องกลับมามองว่านี่คือ “เผด็จการทรราช” ประเด็นสำคัญ คือ ทำอย่างไรที่จะทำให้สิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตเป็นประโยชน์กับประเทศมากที่สุด

เราจะต้องทำให้ต่างประเทศยอมรับเราให้ได้ ไม่เกี่ยวกับถูกหรือผิด เพราะมันมีความสัมพันธ์ มีความสำคัญกับเราอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ประเทศไทยเป็นประเทศเปิด มีการนำเข้า-ส่งออก รวมกันเป็นมูลค่าถึง 150% ของรายได้ประชาชาติ มีการลงทุนจากต่างประเทศมากมาย มีการท่องเที่ยวเป็นเสาหลักของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน

ดังนั้น สิ่งสำคัญ คือ เราต้องทำให้ต่างประเทศยอมรับเราให้ได้ แต่สิ่งที่ยาก คือ การปฏิรูป ที่ในการตัดสินใจจะต้องใช้กระบวนการปฏิรูปที่ทุกคนมีส่วนร่วม



ที่มาภาพ : http://4.bp.blogspot.com/_1Z5_frqW26w/ScyA7IG1bLI/AAAAAAAAAEGA/HCYz0s97QDc/s1600-h/800px-Hitler_with_other_German_soldiers.jpg

มุมมองสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย

Bangkok is at the top of global list

- กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก เท่ากับมหานครลอนดอน มียอดการใช้จ่ายเงินสูงเป็นอันดับ 4 จำนวน 14.3 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ (ข้อมูลจาก Mastercard - 2013)
- จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศของไทยสูงเป็นอันดับ 10 ของโลก เท่ากับมาเลเซีย และมียอดการใช้จ่ายสูงเป็นอันดับ 7 (ข้อมูลจาก UNWTO)

Overall Tourism Thailand

- รายได้จากการท่องเที่ยวของไทย มีส่วนแบ่งคิดเป็น 10% ของรายได้มวลรวมประชาชาติ (GDP) ขณะที่ภาคบริการ มีส่วนแบ่งคิดเป็น 18% (ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว)
- ประชากรไทยที่ดำรงชีพอยู่ได้โดยการท่องเที่ยว มากกว่า 5 ล้านคน ซึ่งหลายๆ กิจการไม่ได้พึ่งนักท่องเที่ยวอย่างเดียว แต่ก็รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ ด้วย

ที่มาภาพ : http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/df/Bangkok_Night_Wikimedia_Commons.jpg



มองย้อนหลังไป 10 ปี ประเทศไทยมีตัวเลขนักท่องเที่ยวไม่ถึง 10 ล้านคน แต่ในปี 2013 มีจำนวน 26.7 ล้านคน เป็นอัตราเติบโตที่สูงมาก

ถึงแม้จะมีการเติบโตที่ชะงักงันมาตลอดจากหลายเหตุการณ์ เช่น การระบาดของ SARS ไข้หวัดนก วิกฤตเศรษฐกิจ 'แฮมเบอเกอร์' วิกฤตเศรษฐกิจโลก ภัยธรรมชาติ 'สึนามิ' แล้วก็น้ำท่วมใหญ่ ความวุ่นวายทางการเมือง แต่ภาพโดยรวม ไทยมีอัตราการเติบโตโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่สูงมาก ใน 3 ปีหลัง เฉลี่ยถึง 20% ทั้งที่เราไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง

“อันนี้มันสะท้อนอะไรบางอย่างที่เรียกว่า Resilience ถึงแม้จะเกิดการผันผวน แต่การท่องเที่ยวจะกลับมาสู่ภาวะปกติได้เร็ว เราก็ได้แต่ภาวนาว่า เรื่องเดิมอุปสรรคเดิมจะใช้ระยะเวลาอันสั้น”



ที่มาภาพ : http://news.thaipbs.or.th/sites/default/files/imagecache/top_picture/news31052013/173436-imagejpeg-254848.jpg



ที่มาภาพ : <http://beid.ddc.moph.go.th/thai/images/stories/sars.jpg>



ที่มาภาพ : http://www.komchaaduek.net/media/img/size_photo_slide/2012/03/18/5befa8jj88a7bdajhciaj.jpg

“The Point of Entry” เป็นอีกหนึ่งตัวเลขที่น่าสนใจ

ภูเก็ต เดิมในปี 2009 มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเพียง 7.6% ปัจจุบันโตขึ้นเป็นร้อยละ 11.6 มีเที่ยวบินตรงเข้าสู่ภูเก็ตสูงขึ้น แต่กรุงเทพฯ ก็ยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าไปสูงถึง 86% ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยจะมีการเดินทางต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวตามจังหวัดอื่นๆ



ที่มาภาพ : http://www.kpi.co.th/imgUpload/productImage9_iStock_000012677618XSmall.jpg



ที่มาภาพ : <http://www.travelblat.com/wp-content/uploads/2012/02/Tips-for-Holiday-Travel-by-Car.jpg>

จุดแข็งของประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. ความคุ้มค่าเงิน (value of money)
2. วัฒนธรรมการให้บริการ/ความเป็นมิตร
3. ความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์
4. นโยบายรัฐบาลที่สนับสนุน
5. ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน



ที่มาภาพ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย : ตลาดนักท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวสูง นำจับตา คือ จีน รัสเซีย อินเดีย
ปัจจัยสนับสนุนหลักการเดินทางมาประเทศไทย ประกอบด้วย 2 เงื่อนไข

1. ขนาดจำนวนประชากรที่สูงมาก คือ 3 ประเทศรวมกัน 250 กว่าล้านคน เท่ากับจำนวนประชากรครึ่งโลก
2. เศรษฐกิจเติบโตค่อนข้างดีในช่วงระยะที่ผ่านมา เป็นการเติบโตในรูปแบบเศรษฐกิจเกิดใหม่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางออกท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นกลุ่มค่อนข้างประหยัด การใช้จ่ายต่อหัวไม่สูง ขยายตัวสูงในนักท่องเที่ยวกลุ่มเสี่ยงดัง

การแข่งขันในกลุ่มประเทศอาเซียน

มาเลเซีย : จำนวนนักท่องเที่ยว 25.7 ล้านคน แต่มีการเติบโตค่อนข้างต่ำ 3%

อินโดนีเซีย : จำนวนนักท่องเที่ยว 8.8 ล้านคน มีการเติบโตสูง 9%

ฟิลิปปินส์ : มีการเติบโตสูง 10% แต่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพียง 4.7 ล้านคน



ที่มาภาพ :
<http://www.manager.co.th/asp-bin/Image.aspx?ID=2816626>



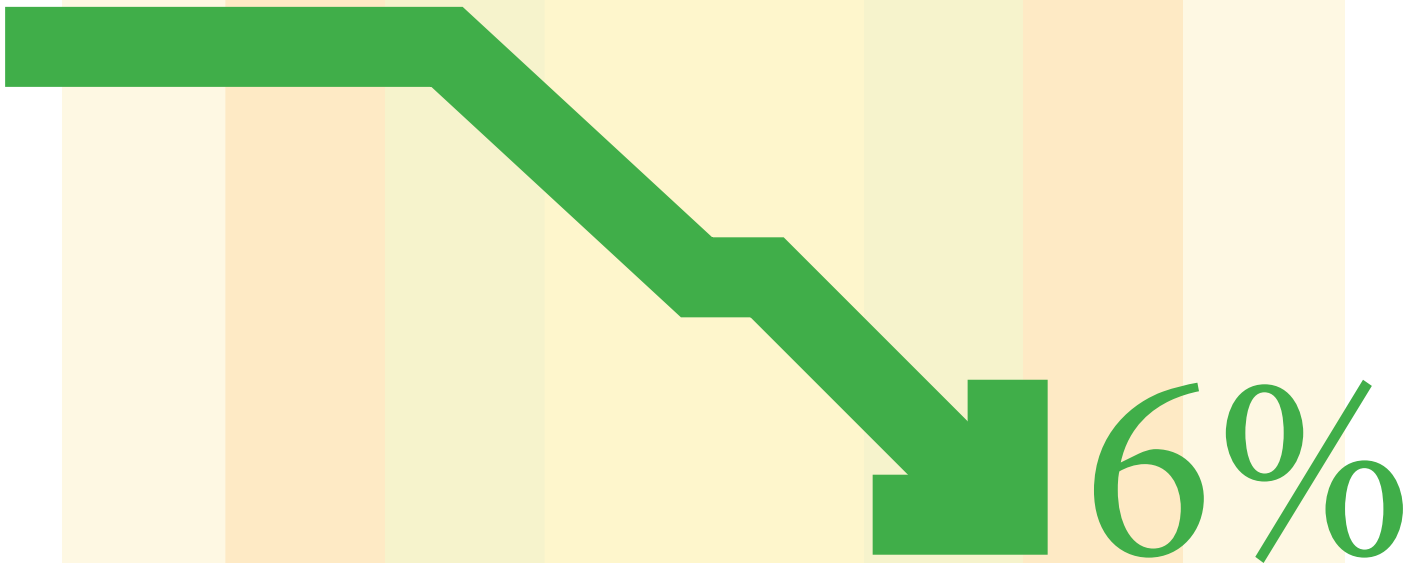
ที่มาภาพ : http://www.nongnoochtropicalgarden.com/th/lightbox2.04/images/2%208%2052%202_3.JPG?v=0



ที่มาภาพ :
<http://www.tiewrussia.com/UserFiles/Image/russia.jpg>

สถานการณ์ท่องเที่ยวของไทย ในปัจจุบัน (มกราคม - พฤษภาคม)

ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2557 นักท่องเที่ยวลดลง 6% เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา



ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย

- การพัฒนาคุณภาพบุคลากร
- ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร
- ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
- การพัฒนาเว็บไซต์
- ความปลอดภัยด้านการเดินทางท่องเที่ยว



ที่มาภาพ : <http://expo.eduzones.com/2013/wp-content/uploads/2013/02/st120130202180347.jpg>

ปัจจัยที่เอื้อสำหรับประเทศไทยในการเติบโตด้านการท่องเที่ยว

1. การจ่ายเงินของนักท่องเที่ยว
2. การเปิดเสรีการบิน
3. การให้บริการด้านการบินของ Low Cost Airline



ที่มาภาพ : <http://www.crewsociety.com/uploads/contents/20130831163346.jpg>

Tourism Thailand :

KEEP
CALM
AND
LOOK
FORWARD

ไทย
2557
4-7
จอร์
คัมปี



KEEP CALM AND GO LOW CARBON

ท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่องเรื่องโลกร้อน

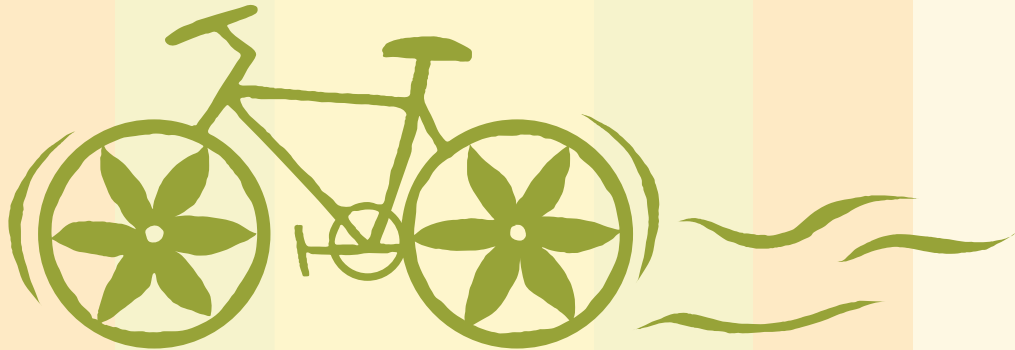


KEEP CALM AND GO LOW CARBON

ท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่องเรื่องโลกร้อน

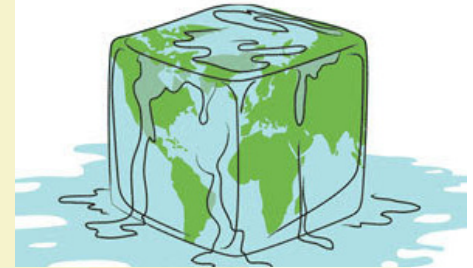
โดย

ดร.ชวितย์ มิตรชอบ (ผู้อำนวยการสำนักบริหารยุทธศาสตร์)
องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



แรงเหวี่ยงของเรื่อง "โลกร้อน" จริงๆ มีการพูดมาหลาย 10 ปีแล้ว แต่ที่มีการเหวี่ยงมากมันเกิดขึ้นในสังคมไทย ตอนที่ บันคิมูน เลขาธิการสหประชาชาติ ระยะเวลาที่ มาเยือนไทย 2550 ซึ่งเป็นช่วงปีที่สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยกร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ถ้าท่านดูมียุทธศาสตร์ซึ่งอุทิศเรื่อง บริหารจัดการภาวะโลกร้อนอย่างแท้จริง ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาทุกภาคส่วน ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เริ่มที่จะตื่นตัวกับเรื่องนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทราบอยู่ดีแล้วว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับต่างๆ มากมาย ทั้งเรื่องการพัฒนา เรื่องเศรษฐกิจ โครงสร้างพื้นฐานการลงทุนแน่นอนเศรษฐกิจของไทยทั่วโลก การพัฒนาประเทศ มี 3 ทุนด้วยกัน ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม

GLOBAL WARMING



ที่มาภาพ : http://2.bp.blogspot.com/-GooVShGeqMA/UDT-UHEt1PI/AAAAAAAAAEV/N_3yMJmNHg/s400/201025_68098.jpg

STOP GLOBAL WARMING



SAVE OUR EARTH !

ที่มาภาพ : <http://2.bp.blogspot.com/-3o5v1zQDI5U/TkTHJWlmpPI/AAAAAAAAA00/ZEH1jEINI/s1600/228174-4.jpg>

ในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ท้องถิ่นถึงระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงสภาพ
การใช้ที่ดิน แต่ก่อนทำการเกษตรกัน มาทำงานในเมืองใหญ่ละทิ้งถิ่นฐาน มาโครงสร้างการ
ใช้ที่ดินก็มีการเปลี่ยนแปลงไป ตามมาในเรื่องของน้ำเสียจากการบริโภค เรื่องขยะที่เพิ่มขึ้น
ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ขยะมีพิษมากขึ้น ภาวะมลพิษทางเสียงมากขึ้น ระดับโลกก็ทรา
กันดีถึงภาวะโลกร้อน



ที่มาภาพ :
[http://www.vcharkam.com/
userfiles/74451/1\(39\).jpg](http://www.vcharkam.com/userfiles/74451/1(39).jpg)

ที่มาภาพ : [http://www.oknation.net/blog/
home/user_data/file_data/201204/19/
145976453.jpg](http://www.oknation.net/blog/home/user_data/file_data/201204/19/145976453.jpg)

ปัจจุบันที่เป็นโครงการนำร่องใน 6 พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
ได้แก่

1. พื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้าง และพื้นที่เชื่อมโยง เกาะกูด เกาะหมาก
2. พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา และพื้นที่เชื่อมโยง เกาะล้านและองค์การบริหารส่วนจังหวัด 8-9 แห่ง
3. พื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร
4. พื้นที่พิเศษจังหวัดเลย
5. พื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน
6. พื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี



ในพื้นที่พิเศษทั้ง 6 แห่ง ทำอย่างไรที่จะให้นักท่องเที่ยวพักอาศัยอยู่ในพื้นที่ในระยะเวลาที่นาน และสามารถที่จะเชื่อมโยงเรื่องของ Low carbon tourism ได้ด้วย

ในกรณีตัวอย่างที่มีการนำมาใช้ในการท่องเที่ยว ได้เกิดขึ้นจริงที่ประเทศสวีตเซอร์แลนด์ เมืองอโรซา ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน โดยสามารถเลือกกิจกรรมที่พักโรงแรมหรือแม้แต่การเดินทางซึ่งจะนำที่เงินรายได้ที่ได้จากนักท่องเที่ยวไปบริการให้กับองค์การกุศลสิ่งแวดล้อมพร้อมทั้งส่งใบประกาศนียบัตรให้กับนักท่องเที่ยว และยังระบุถึงการปลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองอโรซาด้วย



ที่มาภาพ : <http://sustainabletravel.org/cms/wp-content/uploads/2012/06/Solar-Cells-403x450.jpg>



ที่มาภาพ : http://media.oregonlive.com/portland_impact/photo/10529922-large.jpg



ที่มาภาพ :
[http://haadmin.kapook.com/
img/image/health/global-warming.jpg](http://haadmin.kapook.com/img/image/health/global-warming.jpg)



ที่มาภาพ : [http://3.bp.blogspot.com/_1z5F4BiltA8/TPyCQVaiNal/
AAAAAAAAAqQ/0oZ-MMWeNsY/s320/CarbonFootprint+1.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_1z5F4BiltA8/TPyCQVaiNal/AAAAAAAAAqQ/0oZ-MMWeNsY/s320/CarbonFootprint+1.jpg)

ตัวอย่างในประเทศไทย จะหยิบยกพื้นที่พิเศษเกาะช้าง และพื้นที่เชื่อมโยง ที่ได้รับฉายาว่า Low carbon destination ซึ่งจากการค้นคว้าโดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวต่อคน จะปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 11 กิโลกรัม เนื่องมาจากตั้งแต่การเริ่มเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีการใช้ยานพาหนะด้วย

ในพื้นที่พิเศษแห่งนี้มีการปลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์รวมกันอยู่ประมาณ 48,000 ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ต่อปี ซึ่งเราต้องการที่จะให้ทุกๆ ภาคส่วนได้เห็นจำนวนก๊าซคาร์บอนในรูปของตัวเลข เพื่อสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม อุณหภูมิของแหล่งท่องเที่ยว แต่ก็ยังส่งผลกระทบต่อสิ่งอื่น ๆ ที่จะตามมาด้วย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสังคม การประกอบอาชีพ หรือแม้แต่วัฒนธรรมการดำรงจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย



ที่มาภาพ :
<http://www.rsunews.net/userfiles/images/forest%2033.jpg>



ที่มาภาพ : http://3.bp.blogspot.com/-jDuMEBtpGA8/To05zSbHEJI/AAAAAAAAAbE/fxzEMQ8y1as/s1600/IMG_1344.JPG



ที่มาภาพ : http://media.krobkruakao.com/store/news_v4/2013/06-17/large640x360_0159141372.jpg

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นแก้วอีก 3 ขา ได้แก่ ขาเศรษฐกิจ ขาสังคมและขาสิ่งแวดล้อม ซึ่งขาเศรษฐกิจและขาสังคมนั้นวันนี้จะเจริญเติบโตเอา แต่ขาสิ่งแวดล้อมกลับถูกละเลย เราควรที่ดูแลแก้วอีกให้สมดุลทั้ง 3 ขา เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เปิดมุมมอง ท่องเที่ยวไทย
วันที่ 8 มิถุนายน 2557
ห้องจูปิเตอร์ 4-7
อาคารชาเลนเจอร์
อิมแพ็ค เมืองทองธานี

Tourism Thailand :
**KEEP
CALM
LOOK
FORWARD**



ท่องเที่ยวไทย... ไปได้ข้างหน้า

KEEP CALM AND FAST FORWARD TO THE FUTURE

ต้องเท่าทันและล้ำหน้าจึงอยู่รอด



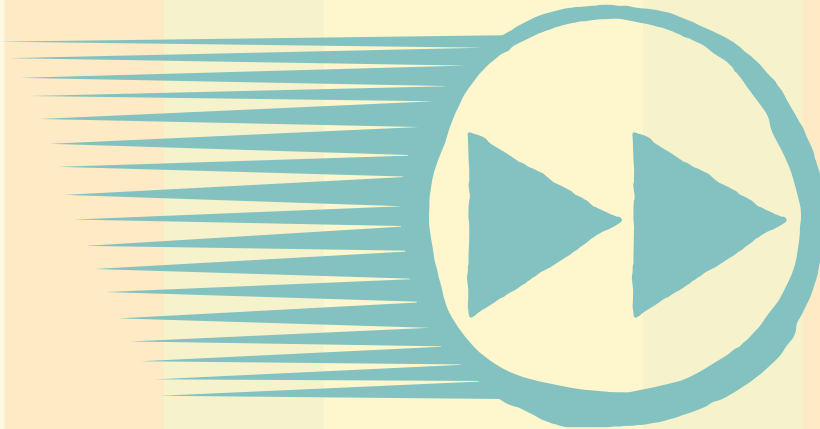
KEEP CALM AND FAST FORWARD TO THE FUTURE

ต้องเท่าทันและล้ำหน้าจึงอยู่รอด

โดย

ดร.ธีระพล ถนอมศักดิ์ยุทธ

กรรมการผู้จัดการ บริษัท อินโนเวทีฟเนตเวิร์ค จำกัด



ด้านเศรษฐกิจของโลก การท่องเที่ยวจะนำเรื่องของการส่งออก
จำนวนนักท่องเที่ยวออกจำนวนมาก ประมาณ 9% ของ GDP
และในอนาคตการเติบโตของนักท่องเที่ยวจะมากขึ้นด้วย ซึ่ง
จะทำให้เกิดแนวโน้ม ดังต่อไปนี้

1. เรื่องของการท่องเที่ยว การบริการ จะเป็นหัวใจหลัก
ในการเติบโตของโลก
2. เรื่องของงาน ทั้งโลกจะมีงานที่เกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว 1 ใน
12 ของธุรกิจท่องเที่ยว ถือว่าเป็นข่าวดี ตำแหน่งในการ
ท่องเที่ยวจะเยอะมากขึ้น มีโอกาสมากขึ้น แต่ก็มีข้อเสีย
ในปัญหาของการไหลเวียนของแรงงานมากขึ้นเช่นกัน



ที่มาภาพ :
[http://3.bp.blogspot.com/-VTJm6Pz_aEI/UbalfzcPjnl/AAAAAAAAAC0/BAWyZtUWygI/s1600/
original_presentationgraphics.jpg](http://3.bp.blogspot.com/-VTJm6Pz_aEI/UbalfzcPjnl/AAAAAAAAAC0/BAWyZtUWygI/s1600/original_presentationgraphics.jpg)

ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของอารมณ์ (Emotion) ถ้าเรารู้จักจัดการกับอารมณ์ของนักท่องเที่ยวได้ จะเป็นการดีที่สุดต่อธุรกิจท่องเที่ยว และตัวนักท่องเที่ยวก็ได้รับประสบการณ์ (Experiences) จากการท่องเที่ยว

วันนี้เราต้องมองสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสินค้า (Product) แล้วจะทำแหล่งท่องเที่ยวนี้อย่างไร

ให้เข้าถึงอารมณ์ของนักท่องเที่ยวได้ โดยมีการจัดการ ดังนี้

1. การทำสถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดนักท่องเที่ยว
2. การบริการจัดการที่ดี
3. การมาท่องเที่ยวแล้วต้องมีความสุข และได้ความสุขกลับไปด้วย
4. การอยากกลับมาท่องเที่ยวใหม่ มาแล้วได้ความทรงจำที่ดี



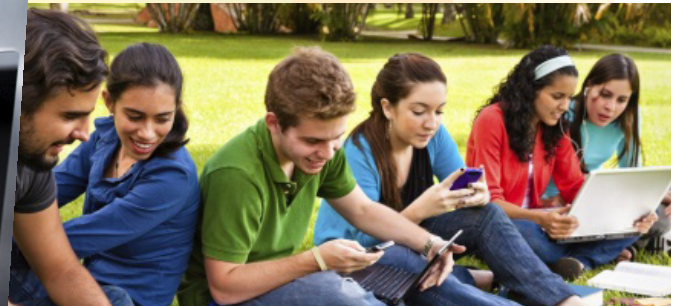
ที่มาภาพ :
<http://phuhtajak162.files.wordpress.com/2013/01/e0b980e0b881e0b8b2e0b8b0e0b899e0b8b2e0b887.jpg>



ที่มาภาพ :
<http://ed.files-media.com/ud/news/1/1/1888/142454.jpg>



ที่มาภาพ :
<http://1.bp.blogspot.com/-UJM1RfWikw/TpU9waTqgzI/AAAAAAAAAVE/LbWcuZ2WSFA/s1600/A87C7805%255B1%255D.jpg>



ที่มาภาพ :
<http://www.tnooz.com/wp-content/uploads/2011/04/students2.jpg>

ณ ปัจจุบันสังคมไทยเข้าสู่ Ageing society ซึ่งแต่ละช่วงอายุก็แบ่งย่อยได้อีก ในอนาคต Generation Z ที่มีการแบ่งละเอียดสอยย่อยไปอีกจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ทุกวันนี้เราขายของสิ่งที่พระเจ้าประทานมา ไม่ใช่ว่าท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการท่องเที่ยวแบบอินไซด์ เพื่อให้เกิด Experience กับตัวเอง

ณ ปัจจุบัน ประสบการณ์การท่องเที่ยว เราสามารถที่จะหาอ่านได้จาก Social network ในรูปของ Blog หรือ แม้แต่การแสดงความคิดเห็นใน Review นั้นๆ ถือว่าเป็นการบอกเล่าถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับผู้อื่น ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อธุรกิจท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้ ตลอด 24 ชั่วโมง หรือแม้แต่การวางแผนในการเดินทาง โดยใช้เทคโนโลยีมาช่วย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ในรูปแบบ Online Booking และต่อไปในอนาคตทวีคูณการก็จะมีการพัฒนาไปเรื่อยๆ เพียงแต่เราต้องพร้อมที่จะตั้งรับต่อไปอีกด้วย

ที่มาภาพ :
<http://cdn.soft112.com/Network-and-Internet/Other/Screenshots/135370-free-online-booking-system.jpg>



ที่มาภาพ :
<http://www.toddswanderings.com/wp-content/uploads/2010/12/Travel-Blog-Challenge.jpg>





วันนี้เราขายของที่พระเจ้าให้มา เราควรที่จะเตรียมตัวอย่างจริงจัง เพื่อให้ไปถึง Experiences design ของนักท่องเที่ยว แต่เราต้องมานั่งคิดว่า เราจะจับกลุ่มตลาดไหน แล้วนำมาสร้างความต้องการการตลาดและสร้างความแตกต่างได้อีกด้วย

CALM AND LOOK FORWARD TO 2020

ท่องเที่ยวไทย ใจเย็นไว้และมองไปข้างหน้า



Tourism Thailand :
**KEEP
CALM
AND**

KEEP CALM AND FOLLOW T-POP

ทำสักอย่างกับมวลมหาแฟนคลับศิลปินไทยในต่างแดน

ท่องเที่ยวไทย ใจเย็นไว้และมองไปข้างหน้า



KEEP CALM AND FOLLOW T-POP

ทำสื่ออย่างกับมวลมหาแฟนคลับศิลปินไทยในต่างแดน

โดย

บรรจง ปิสิญญะกุล
ผู้กำกับจาก GTH



รสสุคนธ์ กองเกตุ
Acting Coach
และเจ้าของสถาบันสอนการแสดง
The Drama Academy
by Kru Ngor



ณฤดี คริสถานินทร์
Executive Director
บริษัท ยูเรก้า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



ความบันเทิง

คือ การสื่อสาร โดยส่งสารเข้า 2 ส่วน คือ หัว และ หัวใจ ถ้าเราเป็นคนดู แล้วเลืกดูละเอียดที่สื่อออกไป ณ ปัจจุบัน และหันมาดูสิ่งที่มีการพัฒนาที่มีคุณภาพ คิดว่าอุตสาหกรรมบันเทิงก็จะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดีก็จะเกิดขึ้นตามไปด้วย



ที่มาภาพ : http://www.daradaily.com/module/ckfinder/userfiles/images/S_11452466.jpg



ที่มาภาพ : <http://topicstock.pantip.com/chalermtai/topicstock/2011/06/A10701712/A10701712-0.jpg>

กระแส T-POP ที่เกิดขึ้นนั้น เกิดขึ้นมาได้จากการค้าของบริษัทแต่ละบริษัท ไม่ได้เกิดขึ้นจากการช่วยเหลือของภาครัฐเป็นหลัก คือสิ่งที่เกิดขึ้นมาทุกวันนี้ไม่ได้เกิดจากการวางแผนมาก่อนแต่อย่างใด มันบังเอิญในความโชคตึ่ที่เกิดกระแสขึ้นมาเท่านั้นเอง เราไม่ได้มีการวางแผนก่อนหน้านั้น และเราก็ไม่ได้มีแผนหลังจากนี้ ในขณะที่เกาหลีใต้เขามองความบันเทิงเป็นสินค้าส่งออกอย่างจริงจัง

“ถ้าสมมติเราจะทำให้กระแส T-POP ที่เกิดขึ้นมาได้ตั้งใจ ให้กลายเป็นกระแสต่อเนื่องอย่างตั้งใจ เราจะทำอย่างไร”

เราต้องเริ่มจากความคิดพื้นฐานก่อนว่า ความบันเทิงนั้นสามารถเป็นเรื่องซีเรียสได้ ซึ่งแปลว่าความบันเทิงนั้นไม่ใช่แค่ความบันเทิงผ่อนคลายความเครียดจากชีวิตประจำวัน ความบันเทิง คือ วัฒนธรรมแบบหนึ่งและมันก็สามารถส่งออกไปนอกประเทศได้ ผลพลอยได้ก็คือ รายได้ที่กลับเข้ามาได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว



ที่มาภาพ : <http://sv6.postjung.com/picpost/data/186/186570-1-6427.jpg>



ที่มาภาพ : http://i719.photobucket.com/albums/ww193/peeoun01/hits/yes-or-no_poster.jpg

ถ้าหากเรายังคิดว่า ความบันเทิงเป็นแค่ความบันเทิง แต่ถ้าหากเราคิดในแง่มุมมองธุรกิจที่สามารถทำเงินได้ เราก็จะวางแผนส่งออกกันอย่างจริงจัง สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่บริษัทผู้ผลิตความบันเทิงทั้งหลายนั้นรู้ดีอยู่แล้ว และต่างคนต่างทำกันไป แต่บางครั้งมันจะไปได้ดีกว่านั้น ซึ่งเราสามารถสร้างให้มันเกิดเป็นคลื่นหนักหน่วงได้ ชาวโลกจะจดจำ T-POP ได้มากขึ้นท่ามกลางความบันเทิงอื่นๆ ที่มีอีกมากมายจากหลายประเทศ

ที่มาภาพ :

<http://ft.ptcdn.info/774/017/000/1397397215-cceb1ad5ad-o.jpg>

ที่มาภาพ :

<http://www.bloggang.com/data/lamfungpavilion/picture/1340194728.jpg>



การที่เราจะเล่นเกมสีในระดับโลกนั้นจะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อ
ภาครัฐให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง ก็เหมือนการโปรโมทช้าง
พระ วัด ต้มยำกุ้งกันอยู่ตลอดเวลา จนคนทั้งโลกจำได้แล้ว
ว่าบ้านเรามีอะไรเด่น แต่นี่คือสิ่งเด่นสิ่งใหม่ที่ยังไม่ได้รับ
การโปรโมทอย่างจริงจัง และมันก็มีศักยภาพมากเหลือเกิน
หลายครั้งหลายคราว่าที่คนทำละครไทย คนทำหนังไทย
นักดนตรีไทย ได้รับเชิญให้ไปแสดงงานที่ต่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็น
จุดเริ่มต้นที่คนต่างชาติจะได้เห็นงานใหม่ๆ จากประเทศ
เรามากขึ้น



ที่มาภาพ : http://sin.stb.s-msn.com/i/69/7650D4FBFE9B89593E8E65745095_h498_w598_m2.jpg



ที่มาภาพ : http://sin.stb.s-msn.com/i/43/321F589D5AF525E0514776A1AA518_h498_w598_m2.jpg



ที่มาภาพ : <http://f.ptcdn.info/574/015/000/1392192226-2014021115-o.jpg>



ที่มาภาพ : <http://itwithlife.com/wp-content/uploads/2012/09/YouTube-iPhone-App-Icon.jpg>

ด้านละครทีวีหรือภาพยนตร์ เอาเข้าจริงแบบเบสิคสุดคือ การเปิดให้ให้บรรดาผู้คลั่งไคล้เยี่ยมชมสถานที่ถ่ายทำหนังซึ่งเดี๋ยวนี้ก็เป็นของฮิตเสียเหลือเกิน ที่เกาหลีได้มีการปักป้ายอย่างจริงจัง ถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ สำหรับคนที่ไม่เคยมาเมืองไทย ก็จะได้อยากมาเมืองไทย มีสิ่งล่อใจ หรือใครที่เคยมาไปแล้วก็อาจจะอยากกลับมาอีกเพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ และอาจจะคิดไปถึงการรองรับการเผยแพร่ชิ้นงานให้คนต่างประเทศเข้าถึงได้ง่ายขึ้น เช่นอาจจะเว็บไซต์หรือแอปบริการละครไทยแบบครบทุกตอน และมีหนังไทยครบทุกเรื่องในระบบ HD และซับไตเติ้ลภาษาอังกฤษ หรือ ภาษาจีน เพื่อให้กระแสไหลเวียนต่อเนื่องและต้อนรับแฟนใหม่ๆ ที่อาจจะเพิ่งรู้จัก จะได้ไม่ต้องไปกดหาเองใน Youtube ให้เหนื่อย

ที่มาภาพ :

[http://www.matichon.co.th/online/
2012/12/135564332213556439671.jpg](http://www.matichon.co.th/online/2012/12/135564332213556439671.jpg)



ส่วนด้านภาคดนตรี แบบง่าย ๆ ก็คือการจัดเทศกาลดนตรี เราสามารถจัดในรูปแบบที่
ให้ศิลปินไทยเคียงคู่ไปกับกระแส หรือลองมองไปแนวส่งออก การส่งจัดคอนเสิร์ตรวม
ศิลปินไทยในต่างแดนก็ล้วนกระตุ้นในกระแสนั้นยังคงอยู่ เหมือนกับคอนเสิร์ตเกาหลีที่
เข้ามาจัดแสดงบ่อย จนเห็นหน้าบ่อยกว่านักร้องไทยเสียอีก แถมยังมาเป็นฟรีเซนต์อร์
โฆษณาสินค้าไทยอีกมากมาย คือเข้ามาจนรู้สึกว่าการ์ตูนเกาหลีเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตเรา
ไปแล้ว

ที่มาภาพ :

[http://ed.files-media.com/ud/news/
1/134/400206/SONIC-BANG.jpg](http://ed.files-media.com/ud/news/1/134/400206/SONIC-BANG.jpg)



แต่เห็นสิ่งอื่นใดทั้งหมด ไม่ว่าแผนงานการโปรโมตหรือสนับสนุนของเราจะคิดแค่ไหนก็ตาม ถ้าเนื้องานเรายังไม่ดีพอ เราก็ไม่สามารถที่จะดันไปไม่ได้ เราต้องเริ่มพัฒนาความบันเทิงไทยให้แข็งแกร่ง มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง หยุดความคิดที่จะเลียนแบบเกาหลี เพราะสุดท้ายก็ได้เป็นแค่ของเลียนแบบ สู้ทำใหม่ขึ้นมาเองดีกว่า ซึ่งอาจจะดีกว่าด้วยซ้ำ เนื่องจากสิ่งที่เราทำคือ T-POP ไม่ใช่ K-POP

ที่มาภาพ : http://img.youtube.com/vi/Q8T_k81DPgw/0.jpg



ที่มาภาพ :

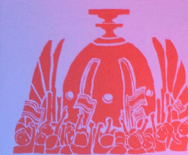
<http://news.tlcthai.com/wp-content/uploads/2013/04/pekmark-hk-16513.jpg>

วไทย
2557
ร์ 4-7
เจอร์
งธานี



KEEP CALM AND LOOK FORWARD TO 2020

เพื่อไทย ใจเย็นไว้และมองไปข้างหน้า



DO APOLOGIZE
FOR THE POLITICAL
INCONVENIENCE



FOLLOW
T-POP



UNDERSTAND
THE DRAGON

KEEP CALM AND UNDERSTAND THE DRAGON

ทำความเข้าใจกับท้าววิสต์จิน



KEEP CALM AND UNDERSTAND THE DRAGON

ทำความเข้าใจกับทวาริสด์จีน

โดย


โตมร ศุขปรีชา

บรรณาธิการอำนวยการนิตยสาร GM

สมชาย ปรีชาศิลป์กุล

อาจารย์คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่





นักท่องเที่ยวจีน เอาวัฒนธรรมจีนมาเป็นพันปี มาโยนใส่ เราจะทำอะไร ที่จะทำให้วัฒนธรรม
ของเรานั้นคงและรับมือเข้าใจกับนักท่องเที่ยวจีนได้ แต่ในการแก้ไขเพื่อหาคำตอบ มันไม่มี
คำตอบสำเร็จรูปกับการรับนักท่องเที่ยวจีน แต่เรามาเรียนรู้กับพวกมนุษย์กันเองดีกว่า

ทำไมเราจึงมองนักท่องเที่ยวจีน ว่ามีพฤติกรรมไม่เหมาะสม เนื่องจาก 20 ปีที่แล้ว จะพบว่าประชากรจีน ไม่มีการเดินทางท่องเที่ยว หรือแม้แต่ passport แต่เวลาผ่านไปปัจจุบัน จะเห็นได้จากยอดขายกระเป๋าที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากขึ้น แสดงถึงกระแสการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในประเทศสหพันธรัฐประชาชนจีนที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

สาเหตุที่นักท่องเที่ยวจีน มีพฤติกรรมที่หยาบคาย เพราะนักท่องเที่ยวจีนจำนวนมากที่มีการศึกษาไม่สูงเท่าไร่ ถ้าเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูงพฤติกรรมจะดีขึ้น



ที่มาภาพ : <http://dsnv3c7290pc.cloudfront.net/travel.jpg>



ที่มาภาพ : <http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/images/attachement/jpg/site1/20080619/0013729e454e09c467df08.jpg>

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเวลาท่องเที่ยวที่ใด จะไม่ได้ใส่ใจกับขนบธรรมเนียม
ท้องถิ่น มองไม่เห็นหรือ ทำเป็นมองไม่เห็นกฎเกณฑ์ต่างๆ ของท้องถิ่น ไม่สนใจ
กฎกติกา มารยาท และไม่สนใจกฎหมายด้วย เนื่องจากการถูกปกครองด้วย
เผด็จการ ซึ่งมีคำกล่าวที่ว่า คนที่อยู่ในสถานะที่ต่ำกว่ามักจะทำตามคนที่อยู่
ในสถานะที่สูงกว่า แล้วคนที่มีอำนาจในสังคม ก็มักจะไม่ทำตามกฎหมาย



ที่มาภาพ : [http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/
956/2956/images/140China60th/27_China60th.jpg](http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/956/2956/images/140China60th/27_China60th.jpg)



ที่มาภาพ : <http://f.ptcdn.info/221/012/000/1384649615-rszch-o.jpg>

เรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีน มารายท เป็นเรื่องของวัฒนธรรมและโครงสร้างสังคม ที่อยู่กับนักท่องเที่ยวเป็นเวลาพันๆ ปี จึงทำให้ถูกหล่อหลอมมาเป็นแบบที่เห็นในปัจจุบัน สาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวไม่เคยเรียนรู้ ว่าทำไมต้องสุภาพ ไม่รู้สึกว่ามันจำเป็นเท่าไร นักท่องเที่ยวถูกสอนให้หยาบคาย เพราะต้องแก่งแย่ง แข่งขันกัน การก้าวร้าว เป็นต้น

ที่คิดว่าจะหาคำตอบในการแก้ไขปัญหา เรื่องนักท่องเที่ยว หออย่างไรก็ไม่มีคำตอบสำเร็จรูป เพียงแต่แค่เราจะทำอะไรให้ตัววัฒนธรรมของเรา การค้าขาย การท่องเที่ยวของเราเป็นวัฒนธรรมและสังคมที่แข็งแกร่งมากพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจีนได้



ที่มาภาพ : <http://thai.cri.cn/chinaabc/chapter8/images/gaozhong.jpg>



ที่มาภาพ : <http://thai.cri.cn/mmsource/images/2013/08/27/e6b1ff22404140f7aa3c2ed9668aa4c5.jpg>

เรามาดูสิ่งเกิดขึ้นในเชียงใหม่ จะทำให้เราสามารถเรียนรู้นักท่องเที่ยวได้บ้าง คนจีนสมัยก่อนนั้นเข้ามาในรูปแบบเข้ามาพึ่งพา ที่ไม่ใช่แบบเดิมแต่เป็นรูปแบบ การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่เราเห็นในปัจจุบัน

นักท่องเที่ยวจีนไปปรากฏตัวเป็นจำนวนมาก โดยเราจะสังเกตได้จากการรับ ตัวของหน่วยงานรัฐ หน่วยงานเอกชนมีป้ายแสดงสถานที่ที่เป็นภาษาจีน หรือ แม้แต่ป้ายสถานที่ท่องเที่ยวก็ยังเป็นภาษาจีน

ในอีกแง่มุมหนึ่งจากการที่นักท่องเที่ยวมาทำให้เกิดกระแสวิกฤตไม่เพียงพอใจใน ตัวนักท่องเที่ยว บางร้านถึงกับติดป้ายไม่รับนักท่องเที่ยวอีกด้วย



ที่มาภาพ :

http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/852/23852/images/P1060066.JPG

ที่มาภาพ :

http://s139.photobucket.com/user/toor36/media/Taipai_04.jpg.html

เพื่อที่จะทำให้เรา เข้าใจถึงนักท่องเที่ยวจึงเสนอพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็น 2 ส่วนคือ

1. มิติทางวัฒนธรรม อย่างเช่น เสียงดัง การแต่งตัว การต่อราคา เป็นต้น ซึ่งเป็นแง่ของการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวและเราจะต้องเรียนรู้ไปด้วย
2. ระเบียบทางสังคมและเรื่องอื่นๆ อย่างเช่น การขับรถของนักท่องเที่ยว การสูบบุหรี่ในห้องพัก การกางเต็นท์ในสถานที่สาธารณะ เป็นต้น เป็นการกระทำที่กระทบกับวิถีชีวิตของคนอื่นๆ สิ่งที่เกิดขึ้นมันต้องจัดการลงโทษ แต่เรากับปล่อยเฉยๆ ไป ทั้งๆ ที่เราสามารถทำได้



ที่มาภาพ : http://www.cm108.com/bbb/test10/uploads/monthly_02_2014/post-2-0-88782500-1392350740.jpg



ในด้านการท่องเที่ยวเชียงใหม่ ไม่ได้จัดการตัวเองเท่าไร แ่่มุมจากท้องถิ่น เนื่องจากไม่มีกลุ่มองค์กรที่เป็นมาตรฐานมากำกับเพื่อรองรับ จึงทำให้นักท่องเที่ยวทำอะไรก็ได้ ซึ่งทำให้เกิดปัญหา

1. ทำให้คนในท้องถิ่นไม่พอใจกับนักท่องเที่ยวจีน
2. นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ อาจจะหายไป

สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า เชียงใหม่ หรือแม้แต่จังหวัดอื่นๆ ไม่สามารถที่จะกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวได้ ถ้าท้องถิ่นมีการจัดการทรัพยากรที่ดี ก็จะนำไปสู่การเกิดรายได้และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอีกด้วย



รับไม่ไหว!

ถ่ายทุกซอกเมือง ชาวเชียงใหม่ตำหนักท่องเที่ยวจิว

ที่มาภาพ :

http://photos-a.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-ash3/11/1898164_10152243720722439_1871758092_n.jpg

KEEP
CALM
AND
LOOK
FORWARD
TO 2020

งเที่ยวไทย ใจเย็นไว้และมองไปข้างหน้า



DO APOLOGIZE
FOR THE POLITICAL
INCONVENIENCE



GO LOW CARBON



FAST FORWARD
TO THE FUTURE



FOLLOW
T-POP



UNDERSTAND
THE DRAGON



TAKE ADVANTAGE
OF WORLD CUP
AND TPL



KEEP CALM AND TAKE ADVANTAGE OF WORLD CUP AND TPL

ทำประโยชน์จากเกมใหญ่ในบอลโลก และบอลไทยพรีเมียร์ลีก



KEEP CALM AND TAKE ADVANTAGE OF WORLD CUP AND TPL

ทำประโยชน์จากเกมใหญ่ในบอลโลกและบอลไทยพรีเมียร์ลีก

โดย

นันทขว้าง สิริสุนทร

นักเขียนและคอลัมนิสต์



บ้านเราทำโฆษณากีฬาในทิศทางเดิม เดินจนซ้ำด้วยความล้าสมัย ซึ่งปัจจุบันมันใช้ไม่ได้แล้ว
แต่ควรจะใช้เทคนิคสนุกสนาน ลองคิด Idea ขึ้นมาแล้ว pop up ขึ้นมา การตลาดกีฬา อย่าคิดว่า
ว่าทำได้ทำไม่ได้ แต่มันทำได้ และขายได้ดีด้วย แค่ลองทำ

ที่มาภาพ : http://www.ballthaifc.com/2013/th/images_content/userfiles/images/WorldCupGraphic99.jpg



Sport marketing เป็นสิ่งที่ปรากฏที่เราชัด ๆ คือ ฟุตบอล ซึ่งถือว่าเป็น Big event ที่แสดงถึง เรื่องของ Lifestyle เรื่องของ Marketing เป็นต้น จากนั้นเป็นต้นไปการทำการตลาดจะเยอะมาก

ฟุตบอลไทยลีกที่ทำการตลาดในปัจจุบัน เมื่อไปเทียบกับบอลโลก ถือว่าค่อนข้างจะห่างชั้น วิธีทำการตลาดของบอลโลกค่อนข้างจะมีมิติมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทไหนก็สามารถนำมาเกี่ยวข้องกับ และสามารถรับรู้ได้ถึง การสื่อออกไปของสินค้าเหล่านั้น



ที่มาภาพ : <http://www.footballwood.com/wp-content/uploads/2013/08/mascot.jpg>

ถ้าเราจะทำการตลาดกีฬา บางทีบางครั้งก็เป็นนักกีฬาที่สามารถขายได้ โดนนำนักกีฬามาทำกิจกรรมอื่นๆ นอกจากการเตะบอลที่เราเห็นในสนามเท่านั้น มาทำการตลาดในช่องทางอื่นๆ เช่น เล่น Facebook เล่น Twitter ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถดึงดูดแฟนคลับที่คลั่งไคล้ฟุตบอลหรือนักเตะเข้ามาติดตาม Lifestyle ถือว่าเป็นการที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพราะ ณ ปัจจุบันการเข้าถึงช่องทาง Social เป็นเรื่องง่ายนิดเดียว



ที่มาภาพ :
http://www.novinite.com/media/images/2014-07/photo_verybig_162002.jpg



ที่มาภาพ :
<http://www.studytripgambia.org/wordpress/wp-content/uploads/2014/01/facebook-twitter-logo.png>

การท่องเที่ยวและการกีฬา สามารถที่จะสร้างนำมารวมกันได้ มันขึ้นกับการสร้างสรรค์ความคิดออกมาเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พัก สถานที่ฝึกซ้อมของนักฟุตบอล เป็นต้น ซึ่งสามารถจะสร้างรายได้อยู่แล้ว เนื่องจากกีฬาฟุตบอลเป็น Emotional Product ที่เราจะทำมาให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมสัมผัสได้



ที่มาภาพ : <http://www.hospitalitynet.org/picture/153050209.jpg>



ที่มาภาพ : http://i.dailymail.co.uk/i/pix/2012/04/25/article-2135053-12ADE3B0000005DC-681_634x414.jpg



องค์กรร่วมจัด

