



แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๘*
(ASEAN Tourism Strategic Plan: ATSP 2016 – 2025)

ลัฐิกา เนตรทัศน์*

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในการก่อให้เกิดรายได้ประชาชาติ และช่วยส่งเสริมการจ้างงานและสร้างอาชีพให้แก่ประชากรภายในประเทศ ทั้งยังก่อให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค ตลอดจนมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสำหรับประเทศส่วนใหญ่^๑ สำหรับอาเซียน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น ๑ ใน ๑๒ สาขาเร่งพัฒนาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)^๒ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนทางเศรษฐกิจที่สำคัญของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา เช่น กัมพูชา ลาว มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไทย เป็นต้น^๓ อันเนื่องมาจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นภูมิภาคที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลาย นอกจากนี้ อาเซียนยังมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย ซึ่งเป็นการผสมผสานกันระหว่างอิทธิพลของวัฒนธรรมอาหรับ จีน อินเดีย และยุโรป อีกทั้งยังมีสถานที่ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนมรดกโลกขององค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) ประกอบด้วยมรดกโลกทางธรรมชาติจำนวน ๑๑ แห่งและมรดกโลกทางวัฒนธรรมอีก ๑๗ แห่งอีกด้วย^๔

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มประเทศในอาเซียนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเทศกัมพูชา ลาว มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไทย ซึ่งล้วนเป็นประเทศที่มีสัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross domestic product: GDP) มากกว่าร้อยละ ๑๐ และจากข้อมูลของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism

* เผยแพร่เมื่อวันที่ ๒๖ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๑

* นักวิเคราะห์และจัดทำข้อมูลกฎหมาย ฝ่ายอาเซียนและกิจการต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

^๑ ชัชชัย สุจริต. (๒๕๕๐). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอุตรดิตถ์*, หน้า ๑๔ - ๑๙.

^๒ สาขาเร่งรัดการพัฒนาภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่

๑) สาขาการท่องเที่ยว ๒) สาขาการบิน ๓) สาขาผลิตภัณฑ์เกษตร ๔) สาขาประมง ๕) สาขาผลิตภัณฑ์ยาง ๖) สาขาสิ่งทอ ๗) สาขายานยนต์ ๘) สาขาผลิตภัณฑ์ไม้ ๙) สาขาโลจิสติกส์ ๑๐) สาขาอิเล็กทรอนิกส์ ๑๑) สาขาเทคโนโลยี และ ๑๒) สาขาสุภาพ

^๓ Philippine Department of Tourism. (2015). *ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025*. Jakarta: The ASEAN Secretariat.

^๔ *ibid.*



Council: WTTC) พบว่า ในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Tourism Exports) และนำไปสู่รายรับที่สูงถึง ๑๑๒.๖ ล้านดอลลาร์สหรัฐ อีกทั้งยังสร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดบริการ การเดินทางและนำเที่ยว การซื้อขายสินค้า กิจกรรมเพื่อความบันเทิง การคมนาคม และภาคการผลิตและให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสูงถึง ๒๙๔.๔ ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๑๒.๓ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) รวมของทุกประเทศในภูมิภาค^๕

ด้วยความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่ออาเซียน บทความฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๘ (ASEAN Tourism Strategic Plan: ATSP 2016 – 2025) เพื่อเป็นประโยชน์ในการขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

๑. ภาพรวมการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๘ (ASEAN Tourism Strategic Plan: ATSP 2016 – 2025) แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยชี้ว่าจุดประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในภูมิภาคเป็นการเดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๕๖ และส่วนที่เดินทางเข้ามาเพื่อการเยี่ยมเยียน คิดเป็นร้อยละ ๒๖ ในขณะที่ร้อยละ ๑๖ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในภูมิภาคเพื่อเพื่อธุรกิจ

ในส่วนของตลาดการท่องเที่ยวหลักของอาเซียนคือ ประเทศในกลุ่มอาเซียน (Intra-ASEAN) โดยจำนวนนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาคคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๔๖ ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในภูมิภาคอาเซียนทั้งหมด ส่วนนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป โอเชียเนีย และสหรัฐอเมริกา ทั้งหมดรวมกันมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ ๕๐ ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในภูมิภาคอาเซียนทั้งหมด โดยตลาดที่มีการเติบโตมากที่สุดในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๕๖ ได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (เติบโตขึ้นร้อยละ ๓๒) ประเทศญี่ปุ่น (เติบโตขึ้นร้อยละ ๑๒.๙๕) ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ (เติบโตขึ้นร้อยละ ๑๐.๔๙) ประเทศไต้หวัน (เติบโตขึ้นร้อยละ ๙.๑๔) และเครือรัฐออสเตรเลีย (เติบโตขึ้นร้อยละ ๘.๒๔)

แม้ตลาดการท่องเที่ยวของภูมิภาคจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในอาเซียนยังคงประสบกับความท้าทายอันเป็นอุปสรรคในการรวมเศรษฐกิจของกลุ่มของประเทศ อาทิ ปัญหาความเหลื่อมล้ำในการจัดสรรประโยชน์จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสมาชิก ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ปัญหาความไม่สอดคล้องกันของกฎหมายและกฎระเบียบระหว่างประเทศสมาชิก การกระจุกตัวของโครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น นอกจากนี้ ในด้านปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในภูมิภาค อาเซียนประสบปัญหาการขาดความต่อเนื่องในการสานต่อโครงการด้านการท่องเที่ยว ปัญหาการเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง และความเชื่อมโยง การสร้าง ความปลอดภัย และการรักษาความปลอดภัย และการยกระดับการสื่อสาร

^๕ *ibid.*



จึงนำไปสู่การพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวผ่านแผนยุทธศาสตร์ระยะ ๑๐ ปี^๖ โดยมีวัตถุประสงค์ในเชิงปริมาณที่ต้องการให้อาเซียนมีอัตราส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) จะเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๒ - ๑๕ อัตราส่วนการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมดจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๗ และมีมูลค่าการใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเพิ่มขึ้นเป็น ๑,๕๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ ในส่วนของระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 8 คืน และอัตราส่วนจำนวนหน่วยที่พัก (Accommodation Unit) ต่อประชากรในอาเซียนเพิ่มขึ้น เป็น ๐.๖๐ หน่วยต่อประชากร ๑๐๐ คน ภายใต้วิสัยทัศน์ให้อาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ ผ่านการนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และมีความหลากหลาย พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ยั่งยืน เท่าเทียม และครอบคลุมในทุกมิติอย่างสมดุล เพื่อนำไปสู่ผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนอาเซียน จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ๒ ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ ๑) การยกระดับการแข่งขันของอาเซียนให้เป็นจุดหมายปลายทางเดียวกันด้านการท่องเที่ยว (Single Tourism Destination) และ ๒) การส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียนอย่างยั่งยืนและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม

๒. ประเด็นสำคัญในแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๘

๒.๑ การยกระดับการแข่งขันของอาเซียนให้เป็นจุดหมายปลายทางเดียวกันด้านการท่องเที่ยว (Single Tourism Destination) โดยแบ่งกลยุทธ์เป็น ๗ ด้าน ดังนี้

๒.๑.๑ ด้านการขยายโครงการทำการตลาดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน มุ่งเน้นที่การส่งเสริมด้านการตลาด โดยยกระดับกรอบการดำเนินงานเกี่ยวกับสถิติด้านการท่องเที่ยวอาเซียน ด้วยการจัดทำวิจัยตลาดเกี่ยวกับข้อมูลนักท่องเที่ยวและส่วนของตลาด (Market Segments) ตลอดจนเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มวิจัยตลาดท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Market Research Group) เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูล รวมถึงพัฒนาแม่แบบ (Templates) ข้อมูลเชิงสถิติ

ด้านกลยุทธ์การขยายโครงการทำการตลาดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในอาเซียนระยะ ๕ ปีแรก ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๓ มุ่งเน้นที่การยกระดับความร่วมมือกับองค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติ (National Tourism Organization: NTO) และภาคเอกชนเพื่อการออกบัตรอาเซียนพาสและสินค้าการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเฉพาะด้าน เช่น การท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเรือสำราญ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น และในระยะ ๕ ปีหลัง ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๘ เน้นการทบทวนบทบาทความก้าวหน้าและการปรับความร่วมมือให้เหมาะสมกับสินค้าที่ได้รับความนิยม (Thematic Products) และวิจัยตลาดใหม่

๒.๑.๒ ด้านการพัฒนาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในระยะ ๔ ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ วางกรอบการดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาสินค้านวัตกรรม โดยต่อยอดการพัฒนาและการทำตลาดจากโครงการที่ดำเนินการอยู่ และในระยะ ๕ ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๘ จะดำเนินการตามแผนสำหรับสินค้าที่ได้รับความนิยม (Thematic Products) รวมถึงแสวงหาแนวทางเพื่อพัฒนาสินค้าและตลาดรูปแบบใหม่

^๖ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียนฉบับแรกเป็นแผนระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๔ - ๒๕๕๘)



ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นที่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มอนุภูมิภาคเพื่อนำไปสู่ผลประโยชน์ร่วมกันของประเทศสมาชิกอาเซียน

๒.๑.๓ ด้านการดึงดูดการลงทุนในภาคการท่องเที่ยว จัดทำโปรแกรมการสนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยว ซึ่งกำหนดเส้นทางสำหรับกระตุ้นการลงทุนในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสินค้าทางการท่องเที่ยว รวมถึงในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ กำหนดให้มีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพร้อมของการท่องเที่ยวอาเซียนในการปรับปรุงนโยบายด้านการลงทุนของประเทศสมาชิกให้มีความสอดคล้องกัน นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้มีการเปิดเสรีการค้าบริการด้านการท่องเที่ยวอาเซียนให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

๒.๑.๔ ด้านการพัฒนาศักยภาพ ขีดความสามารถของทรัพยากรบุคคล กำหนดกิจกรรมตามความตกลงร่วมด้านบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวของอาเซียน (Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professional: MRA-TP) ตลอดจนสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานเลขาธิการอาเซียนในระดับภูมิภาคในการดำเนินงานตามความตกลงดังกล่าว ซึ่งรวมถึงการใช้ประโยชน์และการบำรุงรักษาระบบลงทะเบียนบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Tourism Professionals Registration System)

๒.๑.๕ ด้านการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว และพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ และแหล่งท่องเที่ยวด้วยการเผยแพร่มาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียนสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านช่องทางการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการและช่องทางออนไลน์ โดยกำหนดกรอบกิจกรรมส่งเสริมการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียนภายใต้ต้นนโยบายและกฎหมายของประเทศสมาชิก รวมถึงกำหนดและดำเนินการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียนสาขาใหม่ โดยเฉพาะการจัดทำมาตรฐานสถานที่สำหรับการท่องเที่ยวไมซ์ (Meetings, Incentive Travel, Conventions, Exhibitions: MICE)^๗

๒.๑.๖ ด้านการส่งเสริมความเชื่อมโยงระหว่างกัน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน มุ่งให้เกิดการยกระดับความเชื่อมโยงของการคมนาคมทางบก ทางอากาศและทางทะเล โดยความร่วมมือด้านการคมนาคมทางอากาศส่งเสริมให้เกิดตลาดการบินร่วม (ASEAN Single Aviation Market: ASAM) เพื่อยกระดับความเชื่อมโยงทางอากาศของภูมิภาค สำหรับความเชื่อมโยงด้านคมนาคมทางบกสนับสนุนให้ดำเนินงานตามความตกลงว่าด้วยการยอมรับใบอนุญาตขับรถในประเทที่ออกโดยประเทศอาเซียน (Agreement on the Recognition of Domestic Driving Licenses)

๒.๑.๗ ด้านการอำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยจะจัดเตรียมเอกสาร (White Paper) ว่าด้วยการปฏิบัติตามข้อกำหนดการอำนวยความสะดวกในการเดินทางภายในอาเซียน และการเดินทางระหว่างประเทศ (ตามข้อบทที่ ๒ ของความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. ๒๕๔๕)^๘

^๗ หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการ

^๘ ARTICLE 2 FACILITATION OF INTRA-ASEAN AND INTERNATIONAL TRAVEL

Member States shall facilitate travel within and into ASEAN by:

1. Extending visa exemption arrangement for nationals of ASEAN Member States traveling within the region on the basis of bilateral visa exemption agreements concluded between Member States that are ready to do so;

2. Harmonising the procedures for issuing visas to international travelers;



๒.๒ การพัฒนาการท่องเที่ยวของอาเซียนอย่างยั่งยืนและเท่าเทียม กำหนดกลยุทธ์ ๓ ด้าน ดังนี้

๒.๒.๑ ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชนในห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว (Tourism Value Chain) เป็นการค้นหาแนวปฏิบัติที่ดีในความร่วมมือระดับอนุภูมิภาคสำหรับการจัดทำกลยุทธ์และการจัดหาเงินทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยกรอบความร่วมมือในระดับอนุภูมิภาคที่สำคัญ ได้แก่ ความร่วมมืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) อนุภูมิภาคเขตพัฒนาเศรษฐกิจอาเซียนด้านตะวันออกบรูไนดารุสซาลาม สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สหพันธรัฐมาเลเซีย และสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (Brunei Darussalam, Indonesia, Malaysia, and the Philippines East ASEAN Growth Area: BIMP-EAGA) ความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายสาธารณรัฐอินโดนีเซีย สหพันธรัฐมาเลเซีย ราชอาณาจักรไทย (Indonesia Malaysia Thailand Growth Triangle: IMT-GT) เป็นต้น

๒.๒.๒ ด้านการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ประเด็นเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ได้รับการให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ภายใต้แผนยุทธศาสตร์มุ่งให้ประเทศสมาชิกอาเซียนประสานงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องความปลอดภัย ความมั่นคง และการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวหลักในอาเซียน

๒.๒.๓ ด้านการการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ มุ่งให้ประเทศสมาชิกอาเซียนประสานงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องสิ่งแวดล้อมและการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งจัดทำคู่มือแนวทางการรักษาสิ่งแวดล้อม การแก้ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศการปรับตัว และการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

แม้การท่องเที่ยวจะเป็นหนึ่งในกลไกที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค และภายใต้แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๘ จะคาดหวังให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่นำมาซึ่งอัตราส่วนรายได้ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๒ - ๑๕ ภายในปี ๒๕๖๘ รวมถึงอัตราส่วนการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๗ ตลอดจนมูลค่าการใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้นเป็น ๑,๕๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ แต่ท่ามกลางการพัฒนาด้านท่องเที่ยวของภูมิภาค อาเซียนเผชิญกับ

3. Phasing out travel levies and travel taxes on nationals of ASEAN Member States traveling to other ASEAN Member States;

4. Encouraging the use of smart cards for ASEAN business and frequent travelers and, where appropriate, for cross-border travel on the basis of bilateral agreements concluded between Member States that are ready to do so;

5. Improving communications with international travelers through the use of universal symbols and multi-lingual signs and forms; and

6. Easing the process of issuance of travel documents and progressively reducing all travel barriers.



ความท้าทายในประเด็นสำคัญ ๒ ประการที่ส่งผลต่อการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิก^๙ ประการแรก คือ ความยั่งยืนของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเนื่องจากการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในแง่ของการเป็นแหล่งที่มาของรายได้ท้องถิ่น และเป็นแหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง^{๑๐} แต่หากประเทศสมาชิกอาเซียนขาดแนวทางการพัฒนาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนก็อาจทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภูมิภาคไม่อาจเติบโตได้ดังความมุ่งหวัง ประการที่สอง เรื่องการจัดสรรผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในความท้าทายสำคัญที่ทำให้อาเซียนจะต้องแสวงหาแนวทางเพื่อจัดการอย่างมีประสิทธิภาพโดยจะต้องเป็นการกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรมให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่การท่องเที่ยว เพื่อลดปัญหาการกระจุกตัวของรายได้และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกอาเซียน อันเป็นแนวทางที่จะก่อให้เกิดการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันอย่างแท้จริงตามเจตนารมณ์ของการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

^๙ กาญจนันภา พงศ์พนรัตน์. (ม.ป.ป.). ภาพรวมสถานการณ์และแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวโลก อาเซียน และไทย. เข้าถึงเมื่อ ๒๔ ธันวาคม ๒๕๖๑ จาก วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์:

<http://msi.citu.tu.ac.th/public/upload/2.Trends%20and%20Issues%20of%20Tourism.pdf>

^{๑๐} ทรัพยากรท่องเที่ยวในประเทศ. (ม.ป.ป.). เข้าถึงเมื่อ ๒๓ ธันวาคม ๒๕๖๑ จาก มหาวิทยาลัยสยาม:

http://www.research-system.siam.edu/images/coop/PROCEDURES_DEPARTMENT_OPERATION/06_ch2.pdf