

**แนวโน้มการขับเคลื่อนไปข้างหน้าของการท่องเที่ยวประเทศไทย
ภายใต้สถานการณ์ความปกติระยะถัดไป**
**The Trend of Moving Forward of Thailand Tourism under
Next Normal Situation**

อติเทพ งามศิลป์เสถียร¹
Atitthep Ngamsilstian

บทคัดย่อ (Abstract)

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อหลายประเทศทั่วโลก ทำให้พฤติกรรม การดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมาย รวมไปถึงถึงในด้านของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่ต้องถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการใหม่รวมถึงปัจจัย การวางแผนท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก็เปลี่ยนไปเช่นเดียวกัน แม้ว่าในอนาคตเชื้อโควิด-19 จะสามารถถูกยับยั้งได้แต่ในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวอาจต้องมีการปรับรูปแบบการวางแผนใหม่โดยให้ความสำคัญด้านสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้นกว่าเดิม บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ สถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวไทยจากผลกระทบของการแพร่ระบาดโควิด-19 และบทบาทของทุก ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ต้องร่วมมือกันเพื่อหาแนวทางทางฟื้นฟูอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทยในฐานะกลไกหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้สามารถ เดินหน้าเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไปได้ รวมถึงนำเสนอแนวทาง MOVE Model เพื่อช่วยสนับสนุนให้ การท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถก้าวไปข้างหน้าได้มากยิ่งขึ้นภายใต้สถานการณ์ความปกติระยะ ถัดไป

คำสำคัญ (Keywords): การขับเคลื่อนไปข้างหน้า; การท่องเที่ยวประเทศไทย; สถานการณ์ความ ปกติระยะถัดไป

Abstract

COVID-19 epidemic severely affecting many countries around the world causing many changes in the daily behavior of the people, including the aspect of the tourism industry that has to be modified to a new service model and travel planning factors of tourists have also changed. Even if COVID-19 can be suppressed in the future, as for tourism, new planning may be needed with a greater emphasis

Received: 2021-11-22 Revised: 2021-12-28 Accepted: 2021-12-28

¹ วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา College of Management, University of Phayao, Bangkok Campus. Corresponding Author e-mail: atitthep08@gmail.com

on health and safety. This article aims to analyze the situation of Thai tourism business from the impact of the COVID-19 epidemic and the role of all sectors related to tourism that must work together to revitalize Thailand's tourism industry as a key engine in the country's economic and social development to be able to continue to grow as well, Including the presentation of the MOVE Model to help support tourism in Thailand to move forward more under normal circumstances in the next phase.

Keywords: Moving Forward; Thailand Tourism; Next Normal Situation

บทนำ (Introduction)

หากย้อนเวลากลับไปในช่วงปี 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 3.01 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.37% เมื่อเทียบกับปี 2561 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยถึง 39.7 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากเดิม 4.2% ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย เกาหลี และลาวตามลำดับ ทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงถึง 1.93 ล้านล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิม 3.05% สำหรับด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยคิดเป็นจำนวน 166 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศ 1.08 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นถึง 1.18% โดยกรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ตคือจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวไทยสูงสุด นอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬายังคาดการณ์ว่าแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2563 จะยังคงเพิ่มขึ้นในอัตราที่ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมาหรือเติบโต 3-4% คิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 40.5-41 ล้านคน และเพิ่มมาตรการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่าย เช่น การคืนภาษีในแหล่งท่องเที่ยว (Downtown VAT Refund) (สำนักข่าวอิศรา, 2562) แต่ทว่าการท่องเที่ยวทั่วโลกกลับต้องพบกับห้วงเวลาแห่งความท้าทายของการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ โดยตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม 2562 เป็นต้นมาได้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบรุนแรงทำให้การท่องเที่ยวทั่วโลกจำเป็นต้องหยุดชะงักลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และยังไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าจะสิ้นสุดลงเมื่อใด

ด้วยบริบทดังกล่าว ทำให้ประชากรโลกต้องเข้าสู่สถานการณ์ความปกติใหม่ (New Normal) หรือรูปแบบของการดำเนินวิถีชีวิตอย่างใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่แตกต่างจากแนวทางปฏิบัติในอดีตที่สังคมคุ้นเคย เป็นการปรับวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อ เช่น การสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา การเว้นระยะห่างทางสังคม การรักษาความสะอาดที่เข้มข้น (องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, 2563) สำหรับประเทศไทย กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) รายงานว่า จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติระหว่างเดือนมกราคมถึงเมษายน 2563 ลดลงอย่างน่าวิตกซึ่งเหลือเพียง 6.69 ล้านคนในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 หรือลดลงถึง 52.17% ส่วนหนึ่งเป็นผลจากมาตรการ

ควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ส่งผลให้การจัดกิจกรรมหลายอย่างต้องถูกระงับลงทันที อาทิ การจำกัดการเดินทางทั้งการเดินทางข้ามประเทศและการเดินทางระหว่างจังหวัด มาตรการปิดแหล่งท่องเที่ยว และการห้ามการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ ฯลฯ

ถึงแม้ว่าบางประเทศซึ่งอยู่ในภูมิภาคเดียวกันหรือมีพรมแดนติดกันได้พยายามร่วมกันหาแนวทางเพื่อแก้ปัญหา โดยได้ดำเนินการให้มีการทำสัญญาความร่วมมือการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีความปลอดภัยจากการระบาดของโควิด-19 (Travel Bubble) เพื่อให้ประชาชนของประเทศคู่สัญญาสามารถเดินทางไปมาสะดวกและยืดหยุ่นมากขึ้น แต่เมื่อการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในหลาย ๆ ประเทศยังไม่คลี่คลายจึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศยังคงต้องใช้เวลากว่าสักระยะกว่ากิจกรรมท่องเที่ยวจะกลับมาเป็นปกติ สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย ภาครัฐได้ดำเนินการจัดทำมาตรการกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวในประเทศออกมาอย่างจริงจัง และต่อเนื่องเพราะจำเป็นต้องพึ่งพารายได้จากตลาดคนไทยเป็นหลักเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการท่องเที่ยวในช่วงที่ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่ฟื้นตัวไปก่อน

การคาดการณ์ถึงอนาคตของการท่องเที่ยวประเทศไทยหลังจากผ่านวิกฤตสถานการณ์โควิด-19 ไปแล้วว่าการหารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในระยะแรกอาจยังคงต้องอาศัยนักท่องเที่ยวจากตลาดเอเชียตะวันออกเป็นหลัก เช่น ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ เพราะสามารถยับยั้งการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้เร็วและสูญเสียน้อยกว่าประเทศอื่น ที่สำคัญสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องพร้อมปรับตัวเข้าสู่ความปกติของวิถีถัดไป (Next normal) ซึ่งยังควรให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวภายในประเทศพร้อมการประสานงานอย่างจริงจังและใกล้ชิดกับประเทศต่าง ๆ รวมไปถึงกับหน่วยงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความร่วมมือร่วมกันทั้งระดับจังหวัดและระหว่างประเทศให้เป็นเมืองพื้นที่ปลอดภัยตลอดทุกห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถเปิดการท่องเที่ยวที่สร้างความปลอดภัยที่สุดให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้โดยเร็ว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ดังนั้น ในอนาคตหลังจากโควิด-19 สามารถบรรเทาลงได้ระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญของโลกมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมโดยขึ้นอยู่กับว่าในขณะนั้นโควิด-19 จะอยู่ในรูปแบบไหนกับประเทศใด การวิเคราะห์แนวโน้มการขับเคลื่อนไปข้างหน้าของการท่องเที่ยวประเทศไทยภายใต้สถานการณ์ความปกติระยะถัดไปจึงมีความสำคัญสำหรับเป็นหนึ่งในแนวทางเพื่อการวางแผนรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตให้สามารถปรับตัว พร้อมพัฒนา และเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นได้ ทั้งนี้ หากปัจจัยด้านการบริหารจัดการภายในของแต่ละประเทศสามารถจัดการได้ดี การท่องเที่ยวของประเทศไทยก็จะสามารถฟื้นตัวได้เร็ว ควบคู่ไปกับการพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจ และเมื่อเวลาผ่านไปผู้คนในสังคมจะเกิดความคุ้นเคยกับพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวในวิถีชีวิตแบบใหม่จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติระยะถัดไปในที่สุด

ทิศทางการท่องเที่ยวหลังผลกระทบวิกฤตโควิด-19

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 แทบทุกประเทศทั่วโลกยังไม่คลี่คลายส่งผลให้การวางแผนเรื่องการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศรวมถึงการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นยังต้องคอยวิเคราะห์เพื่อคาดการณ์อย่างรอบคอบก่อน จากข้อมูลสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563) พบว่า ในเดือนพฤษภาคม 2564 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเฉพาะประเภทพิเศษ (STV) นักท่องเที่ยวกลุ่มสิทธิพิเศษ (Thailand Privilege Card) และนักธุรกิจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 6,052 คน ขยายตัวร้อยละ 100 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2563 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศเนื่องมาจากการระบาดของโรค COVID-19 ในส่วนสถานการณ์การระบาดในกลุ่มประเทศอาเซียนพบผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยอันดับ 1 ยังคงเป็นประเทศอินโดนีเซียพบผู้ติดเชื้อสะสม 1.8 ล้านคน ส่วนประเทศไทยอยู่อันดับที่ 4 มีจำนวนผู้ติดเชื้อสะสมตั้งแต่ปี 2563 จำนวน 1.5 แสนคน รักษาหายแล้ว 108,345 คน และเสียชีวิต 1,031 คน

ด้านทิศทางการรับมือการท่องเที่ยวของต่างประเทศ คาดการณ์ว่าทั่วโลกจะฟื้นตัวในปี 2567 โดยประเทศจีนอาจจะฟื้นก่อนในช่วงปี 2566 ซึ่งรูปแบบการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนจะมาก่อนการเดินทางเพื่อธุรกิจ (ประชาชาติธุรกิจ, 2564) รัฐบาลจีนเริ่มฟื้นฟูการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการอนุญาตให้บริษัทธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถขายทัวร์ท่องเที่ยวภายในประเทศระหว่างมณฑลได้ ทำให้ในช่วงเวลานี้โปรแกรมการท่องเที่ยว โรงแรม และตั๋วเครื่องบินในประเทศจีนราคาถูกลงมาก ถือเป็นโอกาสสำคัญของชาวจีนที่จะท่องเที่ยวในประเทศได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

แต่ในด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รัฐบาลจีนยังคงดำเนินการปิดประเทศด้วยการปิดพรมแดนและล็อกดาวน์อย่างเข้มงวดต่อไป โดยห้ามประชากรจีนเดินทางท่องเที่ยวต่างแดน ถึงแม้ว่าจะฉีดวัคซีนครบ 2 โดสแล้วถึง 75% ก็ตาม ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะประเทศจีนต้องการควบคุม Covid-19 ให้ได้มากที่สุดเพื่อเตรียมการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาวที่กรุงปักกิ่งในเดือน กุมภาพันธ์ ปี 2565 ซึ่งคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติของจีนประกาศชัดเจนว่าทุกท้องที่ควรยึดมั่นในนโยบายป้องกันการนำเข้าจากภายนอกและป้องกันภายในไม่ให้กลับมาอีก สัญญาณต่าง ๆ จึงบ่งบอกว่าประเทศจีนยังคงเดินทางจำกัดไว้สั้ให้หมดไปจากประเทศให้ได้ซึ่งสันนิษฐานว่าอาจมีการเปิดประเทศพร้อมมาตรการผ่อนคลายการกักตัวอย่างเร็วที่สุดในช่วงปลายปี 2565 หรืออาจใช้เวลานานไปจนถึงปี 2566 เมื่อสามารถฉีดวัคซีนให้กับประชากรทั่วประเทศได้ 85% (โพสต์ทูเดย์, 2564)

สำหรับประเทศญี่ปุ่นรัฐบาลได้เตรียมดำเนินแผนการเพื่อกระตุ้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยพิจารณาแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศในแคมเปญ “โก ทู แทรเวล” (Go To Travel) โดยใช้งบประมาณราว 1.35-1.7 ล้านล้านเยน เพื่รองรับการยกเลิกข้อจำกัดการ

เดินทางทั้งหมดของญี่ปุ่น นอกจากนั้น กรมการท่องเที่ยวญี่ปุ่น (เจทีเอ) เปิดเผยว่า แผนกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นการสนับสนุนค่าใช้จ่ายให้กับพลเมืองญี่ปุ่นสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยกระทรวงเศรษฐกิจญี่ปุ่นได้ระบุข้อเสนอให้มีการแจกบัตรกำนัลท่องเที่ยวสำหรับโรงแรมและร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อเป็นส่วนลดให้กับนักท่องเที่ยวสูงสุด 20,000 เยน/คน ต่อการเข้าพักหรือการใช้บริการ 1 ครั้ง (ประชาชาติธุรกิจ, 2563)

ในส่วนของประเทศสิงคโปร์และฮ่องกงมีการพิจารณาข้อเสนอด้านการรื้อฟื้นการเปิดพรมแดนระหว่างประเทศอย่างปลอดภัยภายใต้ข้อตกลง Travel Bubble (กรมประชาสัมพันธ์, 2564) เนื่องจากฮ่องกงสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยฮ่องกงเสนอให้ผู้เดินทางตามข้อตกลงนี้ต้องตรวจเชื้อโควิด-19 ก่อนเดินทางและหลังจากกลับเข้าประเทศ สำหรับชาวฮ่องกงต้องผ่านการฉีดวัคซีนโควิด-19 ครบสองโดส และมีระยะเวลาพักคอยหลังจากฉีดวัคซีนเข็มที่สอง 14 วัน จึงจะสามารถเดินทางได้ ก่อนหน้านี้นักท่องเที่ยวได้กำหนดจะเริ่มใช้ข้อตกลง Travel Bubble เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2563 โดยผู้เดินทางระหว่างสิงคโปร์กับฮ่องกงภายใต้เที่ยวบินพิเศษจะได้รับการยกเว้นการกักตัว แต่ทว่าเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ระลอกใหม่ในฮ่องกง ทำให้ต้องเลื่อนเปิดการเดินทางในรูปแบบดังกล่าวออกไปอย่างไม่มีกำหนด

ขณะที่การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในอนาคตคาดการณ์ว่าการแพร่ระบาดเบื้องต้นจะสามารถลดลงได้ประมาณปลายปี 2564 หรือต้นปี 2565 หากมีวัคซีนและยารักษาเพียงพอ ส่วนภาคของธุรกิจสายการบินจะฟื้นตัวในปี 2569 ภาคธุรกิจโรงแรมที่พักจะฟื้นตัวประมาณปี 2571 และธุรกิจท่องเที่ยวจะฟื้นตัวในปี 2573 แสดงให้เห็นว่าภาคธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหมดของไทยยังคงต้องอยู่กับไวรัสโควิด-19 ไปอีกระยะหนึ่ง (ประชาชาติธุรกิจ, 2564)

จากสถานการณ์ดังกล่าว สภาการเดินทางและท่องเที่ยวโลก (WTTC) ได้มีข้อเสนอมาตรการเพื่อรองรับการฟื้นตัวด้านการท่องเที่ยวจากโควิด-19 โดยเน้นในเรื่องการเดินทางที่ปลอดภัยสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว 11 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจให้การต้อนรับ (Hospitality) แหล่งท่องเที่ยว การจำหน่ายสินค้ากลางแจ้ง ธุรกิจการบิน สนามบิน บริการให้เช่าระยะสั้น เรือสำราญ บริษัทนำเที่ยว MICE ธุรกิจให้เช่ารถ และธุรกิจประกันภัย รวมถึง 4 แนวทางหลักในการดำเนินการ ได้แก่ การเตรียมความพร้อมสำหรับทีมงานและการดำเนินงาน การสร้างประสบการณ์ที่ปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว การสร้างความเชื่อมั่นและความเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยว และการวางนโยบายที่เป็นจริงได้มาสู่การปฏิบัติ (World Travel and Tourism Council, 2563) ดังนั้นในอนาคตอาจมีการปรับรูปแบบการดำเนินงานใหม่ โดยภาครัฐจะควบคุมเข้มข้นขึ้นในเรื่องของความปลอดภัย เช่น การทำหนังสือเดินทางเกี่ยวกับสุขภาพของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ (Heath digital passport) ภายใต้แนวคิด FTT หรือ Fit to Traveling ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องตรวจสอบสุขภาพก่อนการเดินทางไปต่างประเทศ ด้านนักท่องเที่ยวเองจะคำนึงถึงความปลอดภัยทั้งเรื่องของวิธีเดินทางและการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าเดิม

ในส่วนของการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เสนอแนวคิด “ล้มแล้วลุกไว” พร้อมรับ ปรับตัว และเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน (Cope, Adapt, Transform: CAT) โดยตั้งเป้าหมายบรรลุผลสำเร็จในระยะเวลา 2 ปี พ.ศ. 2564 - 2565 อันมี 4 ประเด็นที่เชื่อมโยงกันในมิติต่าง ๆ ของการดำเนินการ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) ได้แก่ 1) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากภายในประเทศ (Local Economy) เชื่อมโยงความเจริญ 2) การยกระดับขีดความสามารถของประเทศเพื่อรองรับการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว (Future Growth) 3) การพัฒนาศักยภาพและยกระดับคุณภาพชีวิตของคน (Human Capital) และ 4) การปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูและพัฒนาประเทศ (Enabling Factors) เพื่อให้ประเทศไทยมีความเข้มแข็ง เหนือพ้น มีศักยภาพในการรับและลดความเสี่ยง สามารถสร้างสรรค์ผลประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนยืนหยัดและเจริญเติบโตต่อไปได้อย่างมีคุณภาพ ท้ายที่สุด เป็นธรรม และยั่งยืนได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทยภายใต้สถานการณ์ความปกติใหม่

แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมหลายด้าน ดังเช่นจากงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 (พัชรียา แก้วชู, 2563) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อายุ รายได้ อาชีพ ต่างกัน จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติด้านการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ต่างกัน โดยจะมีการพิจารณาในการตัดสินใจเพื่อท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังมีจุดแข็งซึ่งเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวมากมาย นั่นคือ การเป็นประเทศอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติและชมทรัพย์ การท่องเที่ยวจำนวนมาก รวมไปถึงในแต่ละภูมิภาคมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีในหลายแง่มุม การเดินทางมาเมืองไทยง่าย ตัวเครื่องบิน Low cost airline ที่ราคาประหยัด ค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพไม่แพง รวมถึงการเดินทางเพื่อไปเที่ยวชมทั้งในเมืองและชนบทได้รับการปรับปรุงให้เกิดความสะดวกมากกว่าเดิม

สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ (New Normal) เพื่อรองรับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา ชุมชนหนองชะอำเภอย้ายทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ (อรรถพล ศิริเวชพันธุ์, 2564) ผลการศึกษาพบว่ากรณีผลกระทบด้านการท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนมีนาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2563 ไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้ ทว่าคนในชุมชนต้องการหารายได้ทดแทนโดยการผลิตสินค้าอัตลักษณ์ชุมชนจำหน่าย จึงกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งคนในชุมชนเห็นว่ามาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) นั้นมีความเหมาะสม มีการจัดโครงสร้าง 3 ด้าน คือผู้ประกอบการ

ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ซึ่งได้ปฏิบัติหน้าที่ใน 3 ระยะ คือ การกำหนดจุดคัดกรองนักท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับ และการให้เช็คเอาท์พร้อมประเมินการให้บริการ ซึ่งรูปแบบดังกล่าวเป็นการท่องเที่ยวชุมชนมาตรฐานความปกติใหม่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้แก่ชุมชนอื่น ๆ ในจังหวัดอื่น ๆ ได้

ดังนั้นประเทศไทยควรหันมาสร้างโอกาสจากโควิด-19 ด้วยการใช้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทยภายใต้สถานการณ์ความปกติใหม่ ดังต่อไปนี้

1. การปรับกลยุทธ์การดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเปลี่ยนจากการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวไปเป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Quality Tourism) เช่น การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อความยั่งยืน ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควรบูรณาการทำงานร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนแนวคิดดังกล่าวให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม (ไทยโพสต์, 2563)

2. รัฐบาลควรส่งเสริมการหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ มานำเสนอ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่กำลังเปลี่ยนไป โดยเฉพาะเมื่อเข้าสู่ช่วงการฟื้นตัวจากสถานการณ์โควิด-19 ควรมีการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนเมืองหลัก 22 เมืองและเมืองรอง 55 เมืองอย่างจริงจังให้มีการขยับตัว เพราะนักท่องเที่ยวอาจไม่ต้องการท่องเที่ยวแค่สถานที่ที่คุ้นเคยหรือซ้ำ เช่น พัทยา ภูเก็ต สมุย โดยหน่วยงานท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ต้องมีการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้ใช้ของเมืองต่าง ๆ ให้มากขึ้น ควรหันมาลงมือทบทวนและเริ่มทำการศึกษาจากทรัพยากรพื้นฐานที่มี (Resource based view) เพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่อย่างจริงจังให้ครบทุกด้านว่ามีส่วนใดบ้างและได้ใช้ประโยชน์ดีเพียงพอแล้วหรือไม่ รู้จักทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ดีจริงมากเพียงพอแล้วหรือยัง มีการนำมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่เพื่อเป็นจุดขายดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากเพียงใด และมีส่วนใดที่สามารถนำมาเสนอนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นได้อีก หลายจังหวัดมีทั้งทรัพยากรจับต้องได้ เช่น ดิگ อาราม วัด อาราม ภูเขา หรือแม่น้ำ และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ทั้งในด้านของวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ความเชื่อ วัฒนธรรมการดำรงชีวิต (Living culture) การแต่งตัว การแสดง ดนตรี การทำอาหาร ซึ่งต้องช่วยกันเสาะหาคุณค่า (value) จุดเด่น (Unique) หรือความเป็นเอกลักษณ์ของสิ่งเหล่านี้ออกมาให้พบ เพื่อสามารถนำมาเพิ่มเป็นจุดขายได้ ทั้งนี้เมื่อมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่น่าสนใจกว่าเกิดขึ้นจะสามารถทำให้ฐานลูกค้าของเมืองไทยกว้างขวางยิ่งขึ้น

3. การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และลงมือทำให้เป็น (Active Learning) โดยทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจเกิดการแปรเปลี่ยนไปจากเดิม (เสรี วงษ์มณฑา, 2564) จากที่นักท่องเที่ยวเพียงแค่ออกเดินทางไปเพื่อรับชมเท่านั้นกลายเป็นได้เรียนรู้และลงมือทำให้เป็น โดยทุกจังหวัดและทุกพื้นที่ของไทยไม่เพียงแต่การนำเทศกาลและงานประเพณีมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเท่านั้น ยังควรมีการเพิ่มกิจกรรมสร้างสรรค์ใหม่ ๆ (Creative tourism) เสริมเข้าไปอีกด้วย

4. การเพิ่มการใช้ประสบการณ์ทางด้านวัฒนธรรม (Cultural experience) จากการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Authentic culture) มาเป็นจุดขายเพราะนักท่องเที่ยวต่างชาติอยากได้ประสบการณ์ของจริงจากกลุ่มชาติพันธุ์ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากชีวิตในชุมชนเดิมของเขา อาทิ การให้นักท่องเที่ยวได้แต่งชุดตามท้องถิ่นและเดินเที่ยวชมวิถีชีวิตของชุมชน การจัดกิจกรรมสนุกสนานกับการละเล่นเก่า ๆ ของไทยที่ลานเพลิน เช่น งูกินหางหรืออ้อมอูยซ่อนผ้า หรือการเพิ่มกิจกรรมพิเศษตามแหล่งท่องเที่ยวตามภาคต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยว เช่น ภาคอีสานมีการสอนให้นักท่องเที่ยวหัดเป่าแคน หรือภาคใต้มีการสอนรำโนราห์ให้นักท่องเที่ยว ฯลฯ

5. การปรับตัวเข้าสู่รูปแบบการท่องเที่ยวยุคสมัยใหม่หรือเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงนวัตกรรม (Innovative tourism) ซึ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนแปลงไป เช่น การหันมานิยมเดินทางตามลำพัง (Free Individual Travelers: FIT) การค้นหาข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยตัวเองผ่านระบบดิจิทัล ดังนั้นประเทศไทยควรศึกษาหาช่องทางเพิ่มคุณภาพโดยอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและชาญฉลาดเข้ามามีส่วนช่วยเพิ่มประโยชน์และความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว หรือการสร้างนวัตกรรมแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่ให้หลากหลายและน่าสนใจ พร้อมกับการสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นเมืองที่มีความปลอดภัยแท้จริง อาทิ การพัฒนาให้เมืองไทยเป็นสังคมดิจิทัลที่มีบริการระบบติดต่อธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตที่สมบูรณ์แบบ โรงแรมมีการเพิ่มความปลอดภัยด้วยบริการอบฆ่าเชื้อในห้องพักทุกห้อง มีการใช้เครื่องฉายแสงยูวีทำลายเชื้อโรคที่ติดมากับถุงขยะหรือธนบัตร หรือการใช้หุ่นยนต์ทำความสะอาด (Housekeeping) และให้บริการ Room Service รวมไปถึงควรมีการพัฒนาการบริการระบบขนส่ง (Logistics) ให้ได้มาตรฐานสากลยิ่งขึ้น เช่น สนามบิน รถไฟความเร็วสูง ฯลฯ เพื่อทำให้การท่องเที่ยวของไทยสามารถเติบโตและส่งเสริมเศรษฐกิจให้กับประเทศได้

6. การสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจน่าจดจำ (Memorable impressive experiences) (เสรี วงษ์มณฑา, 2564) เพราะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การท่องเที่ยวไทยเติบโตได้โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวที่ยินดีจ่ายให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สูงในยุคความปกติใหม่ เช่น การที่นักท่องเที่ยวได้รับการดูแลเอาใจใส่ที่ดีมากเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรค หรือการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีและครบถ้วนกว่าเดิม อาทิ การให้บริการสัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณไวไฟทั่วถึง ความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินที่มีคุณภาพ รวมถึงการเพิ่มความสามารถภาษาอังกฤษให้กับบุคลากรการท่องเที่ยว

7. รัฐบาลควรดำเนินการควบคุมร้านค้าไม่ให้คิดราคาเกินจริง รักษาความเป็นจริงของวัฒนธรรมท้องถิ่นแห่งนั้นไม่ให้มีการปรุงแต่งเพิ่มเติมจนหายไป ซึ่งยังรวมไปถึงบรรยากาศและสภาพแวดล้อมไม่ให้เสื่อมเสีย การลดจำนวนขยะและอาชญากรรม ที่สำคัญต้องดูแลระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้มีมากพอ นอกจากนั้น ควรใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวช่วยในการพัฒนามาตรฐานการครองชีพของคนในพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้น ควรให้มีการเพิ่มการกระจายรายได้และสร้างโอกาสให้คนในพื้นที่ดีกว่าเดิม มีการว่าจ้างงานให้ทั่วถึง ส่งเสริมให้คนในชุมชนสามารถลงทุนใน

ธุรกิจการท่องเที่ยวได้ อีกทั้งควรทำให้ประชาชนในแต่ละพื้นที่ตระหนักรู้และมีความภาคภูมิใจในทรัพยากรท่องเที่ยวของตน รวมทั้งหน่วยงานทางด้านสิ่งแวดล้อมต้องมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และการรณรงค์ให้ทุกคนตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการอนุรักษ์

อย่างไรก็ตาม จุดอ่อนของการท่องเที่ยวไทยต่อจากนี้อาจจะเป็นความปกติแบบไม่เสถียร ซึ่งการที่ประเทศไทยจะสามารถก้าวผ่านไปสู่การฟื้นตัวของการท่องเที่ยวได้ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยสำคัญที่ต้องพัฒนา ได้แก่ การบริหารจัดการโควิด-19 ของรัฐบาลให้มีมาตรฐานระดับสากล การกำกับดูแลด้านการเข้าออกเมือง การขนส่ง สภาพเศรษฐกิจของตลาดท่องเที่ยวไทย รวมถึงความร่วมมือของประชาชนและภาคเอกชนในการบริหารจัดการตนเองให้ปลอดภัย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนโครงสร้างทางกายภาพ โครงสร้างสังคม และโครงสร้างวิถีปฏิบัติใหม่ ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวอาจต้องเตรียมยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น เช่น ตัวเครื่องบินอาจจะมีราคาแพงขึ้นเพราะการรับจำนวนผู้โดยสารต่อเที่ยวบินลดลง หรือสถานบริการต้องให้ความสำคัญกับการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) โดยงดการรับนักท่องเที่ยวแบบเต็มจำนวน (Overcapacity)

ความท้าทายของการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยภายใต้ความปกติใหม่ระยะถัดไป

การเตรียมยุทธศาสตร์สำหรับอนาคตในช่วงหลังโควิด-19 เพื่อการขับเคลื่อนกลยุทธ์ต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวไทยซึ่งเป็นช่วงของการประคองหรือฟื้นตัวเศรษฐกิจท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่ High Trip และ High Trust (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) โดยแนวทางยังควรเน้นการท่องเที่ยวภายในประเทศและประสานการทำงานกับประเทศต่าง ๆ อย่างใกล้ชิดเพื่อให้การเปิดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้โดยเร็ว อันประกอบด้วย

1. การสร้างความร่วมมือระดับจังหวัดหรือกับประเทศต้นทาง ให้ความเชื่อมั่นร่วมกันว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาจะไม่นำเชื้อโรคเข้าสู่ปลายทางและจะไม่นำเชื้อโรคกลับไปสู่ต้นทาง
2. การทำการตลาดและการสร้างแบรนด์ให้เป็นเมืองพื้นที่ปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง มีระบบการเดินทางแบบปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความปลอดภัยให้กลุ่มนักท่องเที่ยว
3. การเชื่อมโยงแพลตฟอร์มไทยชนะซึ่งสามารถติดตามผู้เดินทาง และการสร้างแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวเป็นภาษาต่างประเทศ
4. การปรับโรงแรมที่ใช้เป็นสถานที่กักตัวให้ผู้เข้าพักมีความรู้สึกผ่อนคลาย
5. การปรับเสริมรถรับส่งสาธารณะให้มีฉากกั้นพลาสติกใส และจุดเปลี่ยนถ่ายมีการจัดระบบเพื่อให้เกิดความปลอดภัยมากขึ้น

6. การประสานความร่วมมือระหว่างกิจการธุรกิจขนาดเล็กในห่วงโซ่อุปทานให้สามารถอำนวยความสะดวกแก่กันและกัน เช่น โรงแรมขนาดเล็กกับบริการพิตเนสหรือกับนวดแผนไทย ฯลฯ

7. การใช้โอกาสซึ่งมีนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงวิถีปกติระยะถัดไปเปิดการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรท่องเที่ยวให้มีทักษะด้านภาษาและการดูแลสุขภาพ

นอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ประกาศนโยบายเปิดประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2565 ด้วยการระดมฉีดวัคซีนให้ทั่วถึงของประชาชนและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ 10 จังหวัดที่จะเปิดรับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว และได้กำหนดช่วงดำเนินการแนวทางการเปิดประเทศเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้จำนวน 3.5 ล้านคน นำรายได้เข้าประเทศจำนวน 298,192 ล้านบาท โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ (ประชาชาติธุรกิจ, 2564) ได้แก่ ระยะที่ 1 นำร่อง 1 เมษายน – 30 มิถุนายน 2564 เปิดรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีน มีใบรับรองการฉีดวัคซีน และกักตัวตามระยะเวลาที่ ศบค.กำหนด ระยะที่ 2 Phuket Sandbox 1 กรกฎาคม - 30 กันยายน 2564 เปิดรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนแล้วพร้อมมีใบรับรองการฉีดวัคซีนสามารถเข้ามาในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตโดยไม่มีการกักตัว ระยะที่ 3 ผ่อนคลายในพื้นที่ที่มีศักยภาพ เริ่มตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2564 เป็นต้นไป รับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนและมีใบรับรองการฉีดวัคซีน และขยายพื้นที่ไปยังจังหวัดกระบี่ พังงา สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ ชลบุรี บุรีรัมย์ เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และกรุงเทพฯ โดยไม่ต้องกักตัว และระยะที่ 4 เข้าสู่ภาวะปกติ ตั้งแต่ 1 มกราคม 2565 เป็นต้นไป เปิดรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนแล้วและมีใบรับรองการฉีดวัคซีนเข้ามายังทุกพื้นที่ทั่วประเทศโดยไม่ต้องกักตัว อีกทั้งพร้อมสนับสนุนให้คนทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วประเทศเป็นบุคลากรด่านหน้าต้องได้รับวัคซีน โควิด-19 ไม่ต่ำกว่า 70% โดยเร็วในทุกจังหวัดทั่วประเทศเพื่อรองรับนโยบายเปิดประเทศและสร้างความเชื่อมั่นให้ทั้งประชาชนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สำหรับพื้นที่ศักยภาพที่ผ่านการประเมินเพื่อดำเนินการจำนวน 10 แห่ง ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ จังหวัดพังงา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดบุรีรัมย์ และกรุงเทพฯ ที่เป็นจุดหลายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว หากสามารถดำเนินการภายใต้แผนการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวใน 10 จังหวัดได้ คาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยราว 3,500,000 คน และสร้างรายได้รวมกว่า 298,192 ล้านบาท

นอกจากนี้ยังรวมถึงพฤติกรรม 5 รูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ได้แก่ 1. การสวมหน้ากากอนามัยเมื่ออยู่ในที่สาธารณะ 2. การมีจุดคัดกรองอุณหภูมิและมีจุดบริการเจลแอลกอฮอล์ตามสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ 3. การควบคุมความหนาแน่นของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ต่าง ๆ 4. การพิจารณาสถานพักแรม ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวที่มี

มาตรการด้านสุขอนามัยที่มีมาตรฐาน และ 5. การมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางของการเดินทางลดลงและ มาตรการการรักษาระยะห่าง

ยิ่งไปกว่านั้นควรมีการรณรงค์ปลูกฝังทัศนคติทั้งฝ่ายเจ้าของธุรกิจการท่องเที่ยวรวมถึง นักท่องเที่ยวให้หันมาร่วมมือกันอย่างจริงจังในการมีพฤติกรรมที่เหมาะสม การปฏิบัติตาม กฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ การเคารพอัตลักษณ์ของชุมชน การให้เกิดวิถีวัฒนธรรมในพื้นที่ รวมถึงนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ซึ่งอยู่ในบริเวณเดียวกัน การฝึกให้คนไทยการยอมรับกับวัฒนธรรมที่ หลากหลายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เจ้าของธุรกิจต้องยึดหลักธรรมาภิบาลและมีจริยธรรมในการ จ้างงานที่ยุติธรรม การกระจายประโยชน์ด้านเศรษฐกิจแก่ชุมชนต่างๆอย่างทั่วถึง การแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงสร้างดุลยภาพระหว่างการทำการกำไรกับการปฏิบัติตามปรัชญาของการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งหมดนี้เพื่อสามารถสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

บทสรุป

ความเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่เพื่อลดความเสี่ยงจากโควิด-19 ประเด็นสำคัญลำดับแรกที่นักท่องเที่ยวจะคำนึงจากการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวหรือที่พัก คือ ความ ปลอดภัยจากโควิด-19 นอกจากนี้การรักษาระยะห่างกลายเป็นเรื่องจำเป็นที่ทำให้สถานที่ท่องเที่ยว ต้องจัดการลดความแออัดของนักท่องเที่ยว ส่งผลไปถึงการท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์ในอนาคตจะลด น้อยลงไป ในขณะที่การท่องเที่ยวด้วยตัวเองจะได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยว แบบสำรวจธรรมชาติ เช่น การเดินป่า ปีนเขา การดำน้ำลึก จะเข้ามามีบทบาทมาก เนื่องจาก กิจกรรมเหล่านี้เป็นการท่องเที่ยวที่มีผู้คนจำนวนไม่มาก ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวเองต้องเตรียมตัว ให้พร้อมเพื่อป้องกันปัญหาที่นอกเหนือจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการ วางแผน การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การเตรียมเอกสาร การจองโรงแรม การประกันการเดินทาง เครือข่ายโทรศัพท์ที่ใช้ ฯลฯ

ประเด็นต่อมาหลังจากวิกฤตโควิดส่งผลกระทบ ประเทศไทยสามารถกระตุ้นการเติบโตของ เศรษฐกิจโดยใช้ประโยชน์จากการพัฒนาประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงการอาศัยชาติพันธมิตรวัฒนธรรมที่น่าสนใจซึ่งในประเทศ ไทยที่มีมากมายมาเพิ่มเป็นสินค้าในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และประเด็นสุดท้ายในเรื่องของการให้ ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อช่วยแก้ปัญหาความยากจนที่เกิดจากผลกระทบของ โควิด- 19 ให้ชุมชนในพื้นที่ที่มีความเปราะบาง

ผู้วิจัยขอเสนอ MOVE Model เพื่อเป็นแนวทางในการปรับประยุกต์ใช้ให้เกิด ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวประเทศไทยภายใต้สถานการณ์ความปกติระยะถัดไปให้ สามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันประกอบด้วย

M (Mind) ผู้คนทุกภาคส่วนควรปรับจิตใจและทัศนคติใหม่ให้มองโลกแง่ดี มีสติในการ ดูแลตัวเองและไม่วิตกกังวลกับการเกิดขึ้นของไวรัสโควิด-19 มากเกินไป

O (Organizing) ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ประกอบการ ร้านค้า ประชาชน รวมถึงเจ้าหน้าที่รัฐต้องมุ่งพัฒนามาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพระดับสากลในทุกด้านโดยเร็วที่สุด

V (Viral) ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือกันสร้างประสบการณ์ที่ดีมากให้กับนักท่องเที่ยวทุกคนเพื่อพวกเขาจะนำเรื่องราวความประทับใจจากการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยไปช่วยประชาสัมพันธ์ต่อในสื่อดิจิทัล

E (E-commerce) ควรมีการพัฒนาการให้บริการติดต่อหรือซื้อขายทุกอย่างผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

จากบทเรียนของโควิด-19 ในครั้งนี้รูปแบบการท่องเที่ยวทั่วโลกอาจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปไม่เหมือนเดิม แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะต้องพยายามหาหนทางให้ฟื้นคืนกลับมาใหม่อย่างแข็งแกร่งยิ่งขึ้น โดยในช่วงเวลานี้ เนื่องจากหลายสถานการณ์ที่เห็นได้ชัดเจนว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศยังไม่พร้อมเต็มที่สำหรับการเดินทางข้ามประเทศ ดังนั้นภาครัฐควรเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยเป็นหลักให้ดีที่สุดก่อน ควรเพิ่มงบประมาณสนับสนุนให้แก่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในประเทศให้มากกว่าเดิม พยายามลดข้อจำกัดให้มีน้อยลงแต่ยังคงปลอดภัย และนอกจากนั้นหน่วยงานรัฐควรให้ความสำคัญกับการป้องกันปัญหาอุบัติเหตุที่เกิดจากโรคระบาดร้ายแรงว่าเป็นปัจจัยที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และส่งผลกระทบในลักษณะโดมิโนที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก ดังนั้นการมีระบบป้องกันความเสี่ยงที่ได้มาตรฐานทั้งในระดับประเทศ ระดับพื้นที่ และระดับธุรกิจตลอดทุกห่วงโซ่อุปทานจึงควรเป็นภาคบังคับในการกำหนดเป้าหมายระยะยาวของการท่องเที่ยวใหม่ที่ประเทศต้องคำนึงถึง เพื่อให้สามารถเดินทางต่อไปสู่ความยั่งยืนได้ ซึ่งหากประเทศไทยสามารถตั้งรับและผ่านพ้นไปได้กับวิกฤติโควิด-19 ย่อมจะมีโอกาสก้าวเข้าสู่การท่องเที่ยววิถีปกติระยะถัดไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมประชาสัมพันธ์. (2564). *สิงคโปร์ กำลังพิจารณาเปิด Travel Bubble กับฮ่องกงอีกครั้ง*. สืบค้น 26 สิงหาคม 2564, จาก http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=11472&filename=ind
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว*. สืบค้น 19 สิงหาคม 2564, จาก <https://secretary.mots.go.th/policy/>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *Covid-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย*. สืบค้น 28 กันยายน 2564, จาก <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/4-1TourismEconomicVol4.pdf>.

- ไทยโพสต์. (2563). นักเศรษฐศาสตร์ มธ. ชี้หลังพ้นภัยโควิดต้องยกเครื่อง 'ท่องเที่ยวไทย' เลิกทำตลาดล่างเน้นเชิงคุณภาพ. สืบค้น 2 กันยายน 2564, จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/64337>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). ญี่ปุ่นเร่งแผนฟื้นฟőt่องเที่ยว ช่วยจ่ายค่าโรงแรม 2 หมื่นเยน/คน. สืบค้น 28 กันยายน 2564, จาก <https://www.prachachat.net/world-news/news-471219>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). บอร์ดนโยบายท่องเที่ยว เดินหน้าเปิดประเทศ ปี 65 ระดมฉีดวัคซีน 10 จังหวัดท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 18 กันยายน 2564. จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-664575>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2564). เปิดวิจัยผลกระทบ “โควิด” กับทิศทาง “ท่องเที่ยว” ในอนาคต. สืบค้น 20 กันยายน 2564, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-659616>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). *New China Insights: อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของจีน หลังโควิด-19 เป็นอย่างไร*. สืบค้น 4 ตุลาคม 2564, จาก <https://mgronline.com/china/detail/9630000095951>
- พัชรียา แก้วชู. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19*. สืบค้น 18 กันยายน 2564, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993619.pdf>
- โพสต์ทูเดย์. (2564). เมื่อประเทศอื่นอยู่กับโควิด สุดท้ายเงินจะติดกับดัก Zero-case. สืบค้น 16 กันยายน 2564, จาก <https://www.posttoday.com/world/666727>
- สปริงนิวส์. (2564). *รัสเซีย โครว์ ชวนต่างชาติเที่ยวประเทศไทย 1 พ.ย.นี้ ชมสถานที่สวย-ผู้คนอบอุ่น*. สืบค้น 21 กันยายน 2564, จาก <https://www.springnews.co.th/news/817568>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2564). *นวัตกรรมท่องเที่ยวไทยหลังวิกฤตโควิด-19*. สืบค้น 7 กันยายน 2564, จากเอกสารแจกสำหรับนวัตกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หลังการสัมมนาสถานการณ์ COVID-19
- สำนักข่าวอิสรา. (2563). *นักท่องเที่ยวต่างชาติปี 62 โต 4.2% จีนเข้าไทยเฉียด 11 ล้านคน*. สืบค้น 2 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.isranews.org/content-page/item/84811-tourism.html>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *แผนแม่บทพิเศษภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติจากสถานการณ์โควิด-19 ปี 2564 – 2565*. สืบค้น เมื่อ 7 กันยายน 2564, จาก <http://nscr.nesdb.go.th>

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *Phuket Sandbox* นำร่องแผนเปิดประเทศ. สืบค้น 15 กันยายน 2564, จาก https://mots.go.th/download/article/article_20210626132450.pdf
- อรรถพล ศรีเวชพันธุ์. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ (New Normal) เพื่อรองรับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา ชุมชนหนองชะ อำเภอย้ายทับทิม จังหวัดศรีสะเกษ. สืบค้น 15 สิงหาคม 2564, จาก <file:///C:/Users/centr/Downloads/245372-%E0%B9%84%E0%B8%9F%E0%B8%A5%E0%B9%8C%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1-889714-1-10-20210608.pdf>
- อารยา จันทร์สกุล. (2561). *Overtourism ผลกระทบและแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืน*. สืบค้น 4 กันยายน 2564, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ResearchPaper/Overtourism.pdf>
- World Travel and Tourism Council. (2020). *Safe Travels: Global Protocols & Stamp for the New Normal*. Retrieved August 2, 2021, from <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>.