



BCG in Action

: สาขาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กันยายน 2563

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

บทสรุปผู้บริหาร

สืบเนื่องจากรัฐบาลให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศด้วยการใช้โมเดลทางเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า "BCG" ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ภายใต้ภาวะการระบาดใหญ่ทั่วโลกของโควิด 19 ส่งผลกระทบให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจทั่วโลกและการเดินทางระหว่างประเทศต้องหยุดชะงัก สร้างผลกระทบอย่างรุนแรงและฉับพลันต่อประเทศไทยที่พึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้แนวทางการพัฒนาประเทศไทยจึงเน้นการนำ "จุดแข็งของประเทศ" ร่วมกับแนวคิด "รวมไทยสร้างชาติ" ผลักดันใน 3 แนวทางสำคัญ คือ น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมไทยสู่ประชาคมโลก และเดินหน้าไปด้วยกัน ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

การท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องแม้จะเผชิญปัญหาภาวะเศรษฐกิจของโลกถดถอยในช่วงสิบปีที่ผ่านมา ช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและธุรกิจบริการในพื้นที่อย่างรวดเร็ว และเปิดโอกาสให้คนจำนวนมากในพื้นที่ห่างไกลสามารถมีส่วนร่วมในห่วงโซ่การท่องเที่ยวได้มากขึ้น ส่งผลให้หลายประเทศให้ความสำคัญและเร่งพัฒนาให้ภาคการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ อย่างไรก็ตาม การขยายตัวอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีทั้ง อินเทอร์เน็ต Digital platform และธุรกิจการบินแบบ Low cost ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างไม่เคยมีมาก่อน จนภาคการท่องเที่ยวทั่วโลกต้องเผชิญความท้าทายในเรื่องการเติบโตที่ไม่ยั่งยืน โดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่ขาดความพร้อมและการจัดการท่องเที่ยวที่ดี และวิกฤตการระบาดใหญ่ทั่วโลกของ COVID 19 ที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศหยุดชะงักอย่างฉับพลัน

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลกและมีชื่อเสียงติดอันดับระดับนานาชาติด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง รวมถึงกิจกรรมที่หลากหลายและน่าสนใจที่ให้ความคุ้มค่า เช่น การรับประทานอาหารและช้อปปิ้ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและทางการแพทย์ การประชุมสัมมนา การจัดงานแต่งงาน ฯลฯ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีภาพลักษณ์การเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวซ้ำมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา (ปี 2553-2562) มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเกือบ 40 ล้านคนหรือเพิ่มขึ้น 2.5 เท่า และมีมูลค่าเศรษฐกิจรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว่า 3 ล้านล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 3 เท่า

ปัจจุบันปัญหาการท่องเที่ยวเกินขนาดในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม การท่องเที่ยวแบบกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวหลักในช่วงวันหยุดและเทศกาล และการขาดความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง อันเกิดจากการขาดการจัดการท่องเที่ยวที่ดี ก่อให้เกิดปัญหาและความท้าทายต่อการท่องเที่ยวไทยใน 7 ประเด็น คือ 1) **โครงสร้างพื้นฐาน** ที่ยังขาดระบบขนส่งมวลชนระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ระบบการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ระบบการจัดการขยะและน้ำเสียในพื้นที่ท่องเที่ยว 2) **การนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์** ที่ช่วยการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว การช่วยให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูล และ Digital platform เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นและมีความยั่งยืน 3) **กฎหมายกฎระเบียบ** ที่ต้องมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การปรับปรุงกฎหมายและการออกกฎหมายเพิ่มเติมเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเร่งด่วน 4) **ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** ที่ต้องการการฟื้นฟู

สภาพแวดล้อมทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาจุดดึงดูดการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรชีวภาพและวัฒนธรรมท้องถิ่นบนฐานความรู้ 5) การมีส่วนร่วมของประชาชน ประชาชนหรือเครือข่ายสังคมภาคการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และการบรรเทาผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ยอดนิยม 6) **ทักษะและกำลังคน** ต้องการกำลังคนจำนวนมากที่มีทักษะหลากหลาย เช่น การสื่อสารภาษาต่างประเทศ การใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบ IT, Digital Marketing เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน 7) **ประเด็นท้าทายอื่นๆ** ขาดการสื่อสารและสร้างแบรนด์ของการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวหลังการระบาดของ COVID 19

ข้อเสนอ BCG เพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาสาขาท่องเที่ยวในระยะ 5 ปีข้างหน้า มีเป้าหมายในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้กลับมาเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงไปสู่เมืองรอง การลดความเหลื่อมล้ำ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อให้ท่องเที่ยวได้อย่างมั่นใจ สนุก และปลอดภัย กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในระยะ 5 ปี ดังนี้

- เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว 1.2 ล้านล้านบาท ในปี 2563 เป็น 1.5 ล้านล้านบาท ในปี 2564 และเร่งผลักดันให้กลับสู่ 3 ล้านล้านบาท ภายในปี 2565
- รายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี
- รายได้จากการท่องเที่ยวมาจากกิจกรรมในท้องถิ่น ได้แก่ ที่พัก อาหาร สมุนไพร สินค้าคุณภาพจากท้องถิ่น
- รายได้และการจ้างงานในชุมชนเพิ่มขึ้นผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน
- การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาพื้นที่อย่างเป็นระบบ
- แหล่งท่องเที่ยวได้รับมาตรฐานความยั่งยืนระดับสากล
- การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืนด้วย “ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม”

การขับเคลื่อนการพัฒนาภาคท่องเที่ยวให้มีความสำคัญโดยอาศัยกลไกในการดำเนินงาน 3 เรื่องที่สำคัญคือ

1) **การพัฒนามาตรฐาน** เพื่อสร้างความมั่นใจและคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวโดยค้ำประกันถึง “ความสะอาด ปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน คุณภาพของการบริการ และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” ด้วยการต่อยอดและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2) **การยกระดับการเชื่อมโยง** ยกระดับการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะที่สะดวก สะอาด ปลอดภัย และเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวหลักไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองได้อย่างสะดวก มีระบบสาธารณูปโภคที่เพียงพอ รวมถึงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบสารสนเทศและสร้างระบบ Digital Platform เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องอันนำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3) **การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมุ่งสู่ ความยั่งยืน (Sustainability)** มีการบริหารปริมาณนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ติดตามผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมของไทย สร้างมูลค่าและแบรนด์ความเป็นไทย พร้อมส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยอัตลักษณ์ความเป็นไทยจากสินค้าและบริการ กระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำให้กับท้องถิ่น

แม้ว่าสถานการณ์ COVID 19 ยังแพร่ระบาดรุนแรงอยู่ทั่วโลก แต่ประเทศไทยมีการควบคุมสถานการณ์การระบาดได้ดีจนได้รับการยกย่องจากสถาบันการแพทย์ชั้นนำของโลก ส่งผลให้ประเทศไทยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังหันมาสนใจดูแลสุขภาพมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม Medical & Wellness เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและมีคุณภาพ มีแนวโน้มการใช้จ่ายใช้สอยในมูลค่าที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ด้วยเหตุนี้ ข้อเสนอ BCG In Action จึงมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical & Wellness) เพื่อสร้างประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการรักษาและดูแลสุขภาพของเอเชีย เพื่อผู้ป่วยที่ต้องการเข้ามารักษาอาการป่วยกับโรงพยาบาลสามารถพักผ่อนและพักผ่อนระยะยาวที่ประเทศไทย ได้อย่างมั่นใจ สนุก และปลอดภัย ผ่าน โมเดลอารมณดีที่มีความสุข หรือ Happy Model ซึ่งประกอบด้วย

- **กินดี** คือ การได้รับประทานอาหารสะอาด มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ปลอดภัย และเป็นอาหารท้องถิ่นที่คัดสรรจากชุมชน
- **อยู่ดี** คือ การได้เข้าพักในที่พักที่ได้มาตรฐาน สะอาด มีสิ่งแวดล้อมที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึง Wifi พร้อมทั้งมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ
- **ออกกำลังกายดี** คือ การได้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาและสันทนาการต่างๆ
- **แบ่งปันสิ่งดีๆ** คือ การได้แบ่งปันความรู้ แนะนำสิ่งดีๆ ทำกิจกรรมร่วมกับท้องถิ่น เรียนรู้ประสบการณ์จากปราชญ์ชาวบ้าน



การท่องเที่ยวตามแนวทาง Happy Model ยังสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวของโลกในเรื่อง การแสวงหาโอกาสสัมผัสประสบการณ์และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ชิมอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารอแกนิก ชีวิตที่มีสุขภาพดี การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวที่สะอาดและปลอดภัย เป็นต้น

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร	1
สารบัญ	4
สารบัญตาราง	5
สารบัญรูป	6
1. ความเป็นมาของการจัดทำ BCG in Action	7
2. การพัฒนาภาคท่องเที่ยวด้วย BCG Economy Model	8
3. กระบวนการจัดทำแผนการขับเคลื่อนภาคท่องเที่ยวด้วย BCG Economy Model	9
4. ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของโลก	9
4.1 ความท้าทายภาคการท่องเที่ยว	11
4.1.1 การเติบโตที่ยั่งยืน	11
4.1.2 วิกฤตการณ์ระดับโลกของ COVID 19	11
4.2 ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของโลก	12
5. สถานภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย	13
5.1 สถานภาพการท่องเที่ยวไทย	13
5.2 โอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย	15
5.3 ปัญหาและความท้าทายของการท่องเที่ยวไทย	16
5.3.1 การท่องเที่ยวเกินขนาดในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม	16
5.3.2 การท่องเที่ยวแบบกระจุกตัวของตามพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดและเทศกาล	17
5.3.3 การขาดความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง	17
6. ข้อเสนอ BCG in Action เพื่อการพัฒนาสาขาท่องเที่ยว	21
6.1 เป้าหมายการพัฒนา	21
6.2 ตัวชี้วัดความสำเร็จในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า	21
6.3 แผนการขับเคลื่อนการพัฒนา BCG สาขาการท่องเที่ยว	21
6.3.1 กลุ่มเป้าหมายในการพัฒนา	21
6.3.2 กลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคท่องเที่ยว	22
6.3.3 โครงการนำร่องเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG สาขาท่องเที่ยว	25
เอกสารอ้างอิง	30

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ผลการสำรวจความพึงพอใจและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติและไทยปี 2562	16
------------	---	----

สารบัญรูป

รูปที่ 1	BCG Economy โมเดลขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในโลกหลังโควิด	7
รูปที่ 2	กระบวนการจัดทำข้อเสนอการพัฒนาภาคท่องเที่ยวด้วย BCG Economy Model	9
รูปที่ 3	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ	10
รูปที่ 4	เปรียบเทียบอัตราการเติบโตของ GDP อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกกับ GDP เศรษฐกิจ ในภาพรวมโลก	10
รูปที่ 5	รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศและไทยระหว่างปี 2553-2562	13
รูปที่ 6	10 อันดับจังหวัดที่มีผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นเมืองหลัก ปี 2562	14
รูปที่ 7	10 จังหวัดที่มีผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นเมืองรอง ปี 2562	15
รูปที่ 8	สถิติจำนวนการเสียชีวิต บาดเจ็บของจังหวัดที่มีรายได้จากชาวต่างชาติมากที่สุด	18
รูปที่ 9	แนวคิดการสร้างไทยให้เป็นศูนย์กลางการรักษาและดูแลสุขภาพของเอเชีย	22
รูปที่ 10	เป้าหมายและกลไกการขับเคลื่อน BCG สาขาท่องเที่ยว	22
รูปที่ 11	กลไกการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและภาคธุรกิจให้ได้มาตรฐาน	23
รูปที่ 12	กลไกการยกระดับการเชื่อมโยง	24
รูปที่ 13	กลไกการมุ่งสู่ความยั่งยืน	25
รูปที่ 14	ค่าใช้จ่ายการรักษาพยาบาลของโรงพยาบาลไทย และ จำนวนโรงพยาบาลที่ได้ มาตรฐาน JCI	26
รูปที่ 15	จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้และการจ้างงานใน Medical and Wellness Tourism ของไทย	27
รูปที่ 16	ความเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์กับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	27
รูปที่ 17	การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและสร้างกลไกสำคัญที่จำเป็นสำหรับการขับเคลื่อน	28

1. ความเป็นมาของการจัดทำ BCG in Action

รัฐบาลให้ความสำคัญกับการเร่งรัดพัฒนาประเทศด้วยการใช้โมเดลทางเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า "BCG" ซึ่งเป็นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า หมุนเวียนใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) การพัฒนาเศรษฐกิจสังคมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน

ภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน เช่น การระบาดของโควิด 19 การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ รวมถึงพลวัตของเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพฤติกรรมของคนในสังคม ดังนั้นแนวทางการพัฒนาประเทศไทยหลังจากนี้จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การพัฒนาที่อาศัย "จุดแข็งของประเทศ" ร่วมกับการผนึกกำลังภายใต้แนวคิด "รวมไทยสร้างชาติ" ด้วยการใช้ 3 แนวทางสำคัญ คือ

1. น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน
2. สร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมไทยสู่ประชาคมโลก
3. เดินหน้าไปด้วยกัน ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

1) น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy, SEP) เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาโมเดลการขับเคลื่อนประเทศไทยที่เป็นรูปธรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG (BCG Economy Model) โดยการผนึก 3 เศรษฐกิจเข้าด้วยกัน คือเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว มุ่งสู่เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals, SDGs) โดยใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญ

การพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ โมเดลเศรษฐกิจ BCG จะนำไปสู่ความยั่งยืนในมิติต่างๆ ได้แก่ ความมั่นคงทางอาหาร ความมั่นคงทางสาธารณสุข ความมั่นคงทางพลังงาน หลักประกันการมีงานทำ และความยั่งยืนของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



รูปที่ 1: BCG Economy โมเดลขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในโลกหลังโควิด

2) การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมไทยสู่ประชาคมโลก

โมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นการพัฒนาจากฐานความเข้มแข็งภายในอันประกอบด้วย “ความหลากหลายทางชีวภาพ” และ “ความหลากหลายทางวัฒนธรรม” โดยนำความรู้มาต่อยอดและยกระดับมูลค่าห่วงโซ่การผลิตสินค้าและบริการ ครอบคลุม 4 สาขายุทธศาสตร์สำคัญ ประกอบด้วย 1) เกษตรและอาหาร 2) สุขภาพและการแพทย์ 3) พลังงาน วัสดุและเคมีชีวภาพ และ 4) การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การพัฒนาเศรษฐกิจ BCG เป็นการพัฒนาที่เริ่มต้นจากการสร้างความเข้มแข็งในระดับพื้นที่ ขยายไปสู่ประเทศและเชื่อมโยงไทยสู่ประชาคมโลก ทั้งในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของสายโซ่อุปทานของโลก (Global Supply Chain) และศักยภาพในการแสดงบทบาทความเป็นผู้นำในเวทีโลก ด้วยการเข้าถึงความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมจากสถาบันชั้นนำของโลก เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรม

3) เดินหน้าไปด้วยกัน ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

โมเดลเศรษฐกิจ BCG ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่นำไปสู่การเดินหน้าไปด้วยกัน และไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง เน้นการขับเคลื่อน BCG เชิงพื้นที่ ใช้การระเบิดจากภายในโดยเน้นตอบสนองความต้องการในแต่ละพื้นที่ ควบคู่ไปกับการดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของพื้นที่ ตัวอย่างเช่น

1) **ภาคเหนือ** เน้นการพัฒนาระบบการเกษตรปลอดภัย มีมูลค่าสูง ส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์อาหารครบวงจร หมุนเวียนวัสดุเศษเหลือนำมาใช้ประโยชน์ และต่อยอดเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรมล้านนา (Creative Lanna)

2) **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** เน้นแก้ไขปัญหามลพิษหลักของประชากรในพื้นที่ เช่น พยาธิใบไม้ตบ การผลิตสัตว์เศรษฐกิจชนิดใหม่ เช่น โคอีซานวากิว และการหมุนเวียนใช้วัสดุเศษเหลือภาคการเกษตรเพาะเลี้ยงแมลงที่รับประทานได้ พร้อมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมฝั่งโขง

3) **ภาคตะวันออก** มุ่งเน้นการพัฒนาผลผลิตทางด้านเกษตรโดยเฉพาะกลุ่มไม้ผล รวมถึงการพัฒนาต่อยอดสู่อุตสาหกรรมอนาคต การหมุนเวียนใช้ทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดร่วมกับพื้นที่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมภาคตะวันออก

4) **ภาคใต้** มุ่งเน้นการส่งเสริมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การแปรรูปผลผลิตเป็นอาหารที่มีมูลค่าสูง ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถียุคใหม่ และส่งเสริมพื้นที่สร้างสรรค์เชิงพหุวัฒนธรรม การจัดการขยะพลาสติกครบวงจรในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และหมู่เกาะ

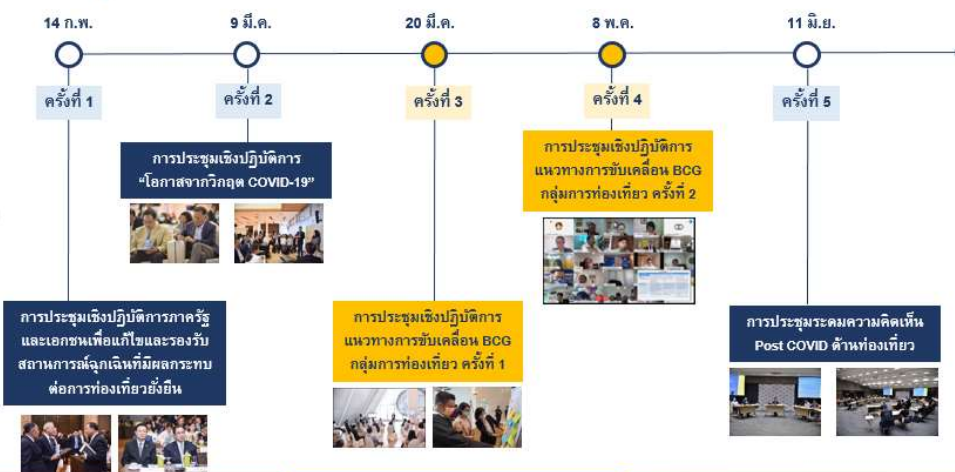
2. การพัฒนาภาคท่องเที่ยวด้วย BCG Economy Model

ภาคท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในสาขายุทธศาสตร์เป้าหมายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG ที่จำเป็นต้องเร่งพัฒนาให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน เนื่องจากเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจที่ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างงานและกระจายรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นโดยตรง ยังกระตุ้นให้เกิดการใช้ความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากในการดึงดูดและสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาภาคท่องเที่ยวด้วย BCG Economy Model จึงมุ่งเน้นให้เกิดการเติบโตของภาคท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีการสร้างมูลค่าเพิ่ม และค่านึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น โดยมีเป้าหมายในระยะ 5 ปี คือ ลดความเหลื่อมล้ำและมีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงไปสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนหรือในเมืองท่องเที่ยวรอง

3. กระบวนการจัดทำแผนการขับเคลื่อนภาคท่องเที่ยวด้วย BCG Economy Model

การจัดทำแผนการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG ใช้กระบวนการที่เรียกว่าการวิจัยเชิงระบบ "System Research" เป็นกระบวนการนำมิติต่างๆที่เกี่ยวข้องมาพิจารณาร่วมกันอย่างเป็นองค์รวม ด้วยกระบวนการดึงผู้เกี่ยวข้องทั้งจุติภาคี ประกอบด้วยภาคอุตสาหกรรม/เอกชน หน่วยงานรัฐ มหาวิทยาลัย/สถาบันวิจัย มาร่วมกันแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อคิดเห็น เชื่อมโยงนโยบาย/การดำเนินงาน รวมถึงการสื่อสาร เพื่อให้มีความเข้าใจเป้าหมาย และทิศทางของการดำเนินงานร่วมกัน ร่วมกันขับเคลื่อนทั้งระบบและพัฒนาไปพร้อมๆ กัน กระบวนการในการรวบรวมข้อมูลด้วยการการจัดประชุมระดมความคิดเห็นจำนวน 5 ครั้ง โดยกลุ่มสาขาการท่องเที่ยวมีนายกlinik สารสิน เป็นประธาน ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็นตลอดทั้งกระบวนการจำนวนมากกว่า 200 คน ผลที่ได้จากการประชุมคือ ปัญหาและความท้าทายการท่องเที่ยวสู่เป้าหมายการพัฒนา สิ่งที่ต้องการให้เกิดการขับเคลื่อน เช่น ปรับแก้กฎหมาย ลงทุนโครงสร้างพื้นฐานรวมถึงโมเดล/กลไกขับเคลื่อนที่เกิดขึ้นในระยะต่างๆ ทั้งในระยะเร่งด่วน (Quick win ภายในระยะเวลา 1 ปี) ระยะปานกลาง (ภายในระยะเวลา 3-5 ปี) และระยะยาว (ภายในระยะเวลา 5-10 ปี) ทั้งนี้ข้อเสนอดังกล่าวได้นำเสนอต่อนายกรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ.2563 และเผยแพร่ในวงกว้างในการประชุมสมัชชา BCG เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2563 ซึ่งมีผู้ร่วมประชุมมากกว่า 1,000 คน

การประชุมระดมความคิดเห็นด้านท่องเที่ยว 5 ครั้งที่ผ่านมา

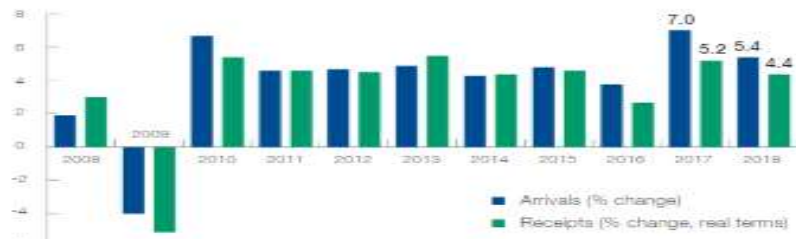


รูปที่ 2: กระบวนการจัดทำข้อเสนอการพัฒนาภาคท่องเที่ยวด้วย BCG Economy Model

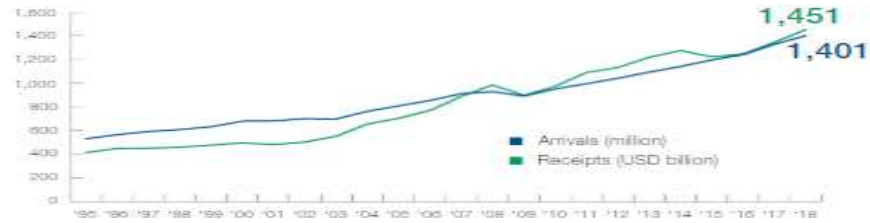
4. ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของโลก

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก แม้ว่าจะเผชิญปัญหาเศรษฐกิจถดถอยตลอดช่วงสิบปีที่ผ่านมา รายงาน Global Economic Impact & Trends 2019 ของ World Travel & Tourism Council (2019) ระบุว่าภาคการท่องเที่ยวโลกในปี 2561 สร้างรายได้กว่า 8.8 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 10.4 ของ GDP โลก และมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 ซึ่งสูงกว่าการเติบโต GDP ของโลกที่ 3.2% ซึ่งภาคการท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตสูงกว่าการเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวมของโลกเป็นปีที่ 8 ติดต่อกัน นับตั้งแต่วิกฤตเศรษฐกิจและการเงินโลกในปี 2552 นอกจากนี้ยังช่วยทำให้เกิดการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 10 ของการจ้างงานทั่วโลก

Tourism has seen continued expansion over time, despite occasional shocks, demonstrating the sector's strength and resilience

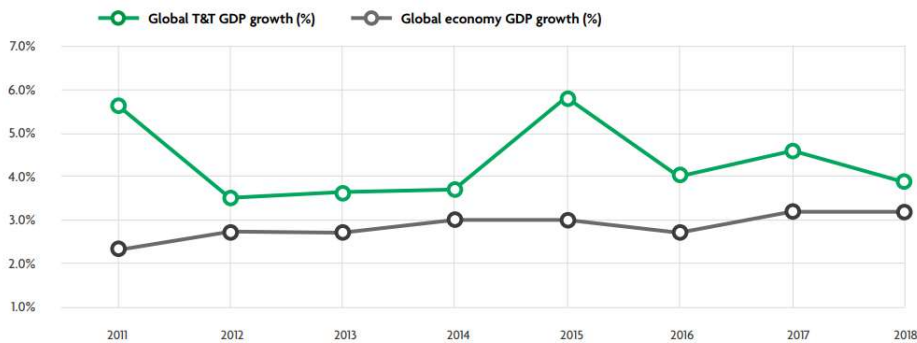


International tourist arrivals and tourism receipts (% change)
Source: World Tourism Organization (UNWTO), July 2018.



International tourist arrivals (million) and tourism receipts (USD billion)
Source: World Tourism Organization (UNWTO), July 2018.

รูปที่ 3: ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ



In addition to outpacing global economic growth, Travel & Tourism was the second fastest-growing sector in the world in 2018, ahead of Healthcare (+3.1%), Information Technology (+1.7%) and Financial Services (+1.7%). Its growth was marginally behind Manufacturing, which grew by 4% in 2018.

รูปที่ 4: เปรียบเทียบอัตราการเติบโตของ GDP อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกกับ GDP เศรษฐกิจในภาพรวมโลก

ด้วยเหตุนี้ ประเทศต่างๆ ทั่วโลกจึงได้ผลักดันและพัฒนาให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับธุรกิจจำนวนมากทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก บริการขนส่ง ฯลฯ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตรและอาหาร การผลิตเสื้อผ้า บริการทางการเงิน บริการทางสุขภาพ ฯลฯ เน้นใช้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ที่มีอยู่ของท้องถิ่น ทำให้ไม่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ยกเว้นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวแนวใหม่หรือสร้างกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น สวนสนุก แหล่งช้อปปิ้ง การรักษาพยาบาล และพักผ่อน การดูแลรักษาสุขภาพและความสวยงาม ฯลฯ ช่วยให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและธุรกิจบริการในพื้นที่รวดเร็ว ตลอดจนเปิดโอกาสให้คนจำนวนมากในพื้นที่ห่างไกลสามารถมีส่วนร่วมในห่วงโซ่การท่องเที่ยวได้มากขึ้น

นอกเหนือจากนั้นการเติบโตของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและ Digital platform และธุรกิจการบินแบบ Low cost ในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นเรื่องที่สะดวก ง่ายตาย สามารถสืบค้นข้อมูลเพื่อวางแผนการท่องเที่ยวที่หลากหลายและราคาประหยัด ส่งผลให้ผู้คนจำนวนมากเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (The Asian Post, 2020) (The Asian Post, 2019)

4.1 ความท้าทายภาคการท่องเที่ยว

4.1.1 การเติบโตที่ไม่ยั่งยืน

แม้ว่าการขยายตัวอย่างรวดเร็วของภาคการท่องเที่ยวจะช่วยสร้างผลดีต่อรายได้และสร้างงานที่หลากหลายให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมในทุกระดับได้ แต่หากพื้นที่ใดไม่มีการจัดการท่องเที่ยวที่ดี การส่งเสริมการท่องเที่ยวก็สร้างผลกระทบต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ยกตัวอย่างเช่น การจัดปาร์ตี้สังสรรค์และดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ใกล้แหล่งชุมชน การรุกรานความเป็นส่วนตัวและการถูกเบียดบังพื้นที่สาธารณะและบริการสาธารณะของชุมชน การสูญเสียเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของท้องถิ่น การสูญหายของกิจการท้องถิ่นและการเติบโตของธุรกิจใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การเติบโตของธุรกิจผิดกฎหมายและอาชญากรข้ามชาติ ฯลฯ นอกจากนี้ ผลกระทบที่เห็นได้ชัดเจนอีกประการหนึ่งคือทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากทรัพยากรส่วนหนึ่งถูกระดมเข้าไปใช้ให้บริการสำหรับการท่องเที่ยว เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า เชื้อเพลิง อาหาร ที่พัก ถนน บริการสาธารณะของคนในพื้นที่ ฯลฯ ทำให้คนในท้องถิ่นต้องรับภาระค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น เผชิญปัญหามลพิษต่างๆ เช่น ขยะ น้ำเสีย ฝุ่นควัน ที่เพิ่มมากขึ้นจากธุรกิจท่องเที่ยวและเกินขีดความสามารถในการจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงปัญหาทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมจากการท่องเที่ยวแบบกระจุกตัวและเกินขนาด ส่งผลให้ผู้อาศัยในพื้นที่ท่องเที่ยวชื่อดังหลายแห่งในทวีปยุโรปติดป้ายไม่ต้อนรับนักท่องเที่ยว ออกมาตรการลงโทษพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยว ฯลฯ (Nikola Mečiarová, 2017) (สฤณี อาชวานันทกุล, 2560) และรัฐบาลบางประเทศประกาศปิดแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมเพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและพักผ่อนธรรมชาติในพื้นที่ เช่น ฟิลิปปินส์ ไทย ฯลฯ (Nicky Scott, 2018)

4.1.2 วิกฤตการณ์ระดับโลกของ COVID 19

การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID 19) ซึ่งเป็นสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่เคยพบมาก่อนในมนุษย์ ก่อให้เกิดอาการป่วยระบบทางเดินหายใจในคน และสามารถแพร่เชื้อจากคนสู่คนได้ตั้งแต่ช่วงปลายปี 2562 และเกิดการระบาดอย่างมากจนองค์การอนามัยโลก (WHO) ยกระดับให้เป็น “ภาวะการระบาดใหญ่ทั่วโลก (Pandemic)” เมื่อเดือนมีนาคม 2563 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อภาคเศรษฐกิจและสังคมของโลก เนื่องจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกต้องประกาศหยุดการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งในระดับพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญและระดับประเทศ รวมถึงปิดพรมแดนเพื่อลดการเดินทางของผู้คนและควบคุมการระบาดของโรค

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ประกาศว่าในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2563 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงประมาณ 300 ล้านคนหรือมากกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2562 ส่งผลให้มีการท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงมากกว่า 3 เท่าของการลดลงในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจปี 2552 และสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 320,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และตลอดปี 2563 การท่องเที่ยวอาจสูญเสียรายได้มากถึง 2.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ กลุ่มธุรกิจกิจการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีจำนวนประมาณ 80% ของธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหมด ทั้งนี้ คาดว่าการท่องเที่ยวโลกจะฟื้นตัวกลับมาในช่วงปลายปี 2564 (UNWTO, 2020) (Forbes, 2020)

4.2 ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของโลก

รายงาน International Tourism Highlights ของ UNWTO (2019) ระบุว่าในปี 2562 แนวโน้มของการท่องเที่ยวระดับโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน โดยสรุปประเด็นของแนวโน้มการท่องเที่ยวของปี 2562 มีดังต่อไปนี้

- การท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนแปลง เช่น การท่องเที่ยวที่ได้ใช้ชีวิตแบบคนในท้องถิ่น แสวงหาการได้สัมผัสประสบการณ์เกี่ยวกับวิถีชีวิต การแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ของชุมชน
- การท่องเที่ยวเพื่อแสดงให้คนอื่นได้เห็น ช่วงเวลา ประสบการณ์และสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ไป ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Instagram
- การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาชีวิตที่มีสุขภาพดี ผ่านการท่องเที่ยวที่ใช้การเดินทางเป็นหลักในการชมแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- การท่องเที่ยวคนเดียวและการท่องเที่ยวที่มีคนต่างวัยเดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน เนื่องจากมีผู้สูงอายุและครอบครัวเชิงเดี่ยวเพิ่มขึ้น
- การเติบโตของเศรษฐกิจของการแบ่งปัน (Sharing economy) ช่วยเพิ่มทางเลือกใหม่ในการเข้าถึงบริการท่องเที่ยวใหม่ผ่านช่องทาง Mobile Application ที่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายจากรูปแบบเดิม เช่น Airbnb, Uber, Grab
- การตื่นตัวในเรื่องความยั่งยืนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นการงดใช้พลาสติกและสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง

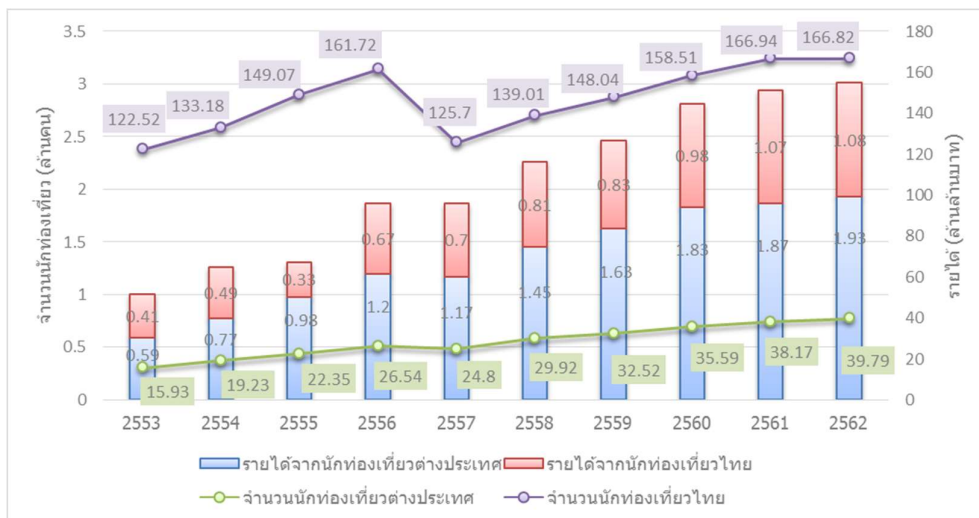
อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของ COVID 19 ทั่วโลก ส่งผลให้แนวโน้มการท่องเที่ยวของโลกในปี 2563 เปลี่ยนไปจากเดิม โดยมีกลุ่มการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ COVID 19 เพิ่มขึ้น ทำให้แนวโน้มการท่องเที่ยวในปี 2563 สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (Revfine, 2020)

- กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับ COVID 19 เช่น การท่องเที่ยวที่สะอาดและปลอดภัย การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน การเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นท่องเที่ยวภายในประเทศ การเติบโตของการชำระเงินแบบไร้การสัมผัส
- กลุ่มใหม่ที่เกิดจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป เช่น
 - กลุ่มที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจให้บริการอื่นๆ ที่ใช้เทคโนโลยีประเภทต่างๆ ได้แก่ การบังคับด้วยเสียง การใช้หุ่นยนต์และการให้บริการแบบอัตโนมัติ Artificial intelligence, Recognition technology, Internet of things, Virtual Reality, Augmented reality เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แปลกใหม่
 - กลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียว
 - กลุ่มท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้บริการขนส่งที่ช่วยลดการปล่อยคาร์บอน การท่องเที่ยวอาสาสมัครช่วยงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
 - กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ของคนในท้องถิ่น
 - กลุ่มท่องเที่ยวตามความชอบส่วนบุคคล
 - กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อชิมอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารอแกนิก

5. สถานภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

5.1 สถานภาพการท่องเที่ยวไทย

การท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย แม้จะประสบเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง โครonavirus ภัยธรรมชาติ แต่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็สามารถฟื้นตัวและกลับมาเติบโตได้อย่างรวดเร็ว เห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจาก 15.93 ล้านคนในปี 2553 เพิ่มขึ้นเป็น 39.79 ล้านคน และมูลค่าเศรษฐกิจรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปี 2553 จาก 1 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 3.01 ล้านล้านบาท ในปี 2562 โดยผลของการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยวปี 2561 พบว่าการท่องเที่ยวไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.86 ล้านล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 0.99 ล้านล้านบาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) และสร้างผลกระทบทางตรง เช่น เกิดจ้างงานในการธุรกิจบริการที่สำคัญกว่า 4.32 ล้านคน สร้างรายได้ภาษีแก่รัฐประมาณ 79,820.54 ล้านบาท และกระตุ้นให้เกิดการลงทุนใน 12 ธุรกิจท่องเที่ยว เป็นมูลค่ากว่า 109,123.56 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)



รูปที่ 5: รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศและไทยระหว่างปี 2553-2562

การท่องเที่ยวเมืองหลัก

การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ผ่านมามากเกิดการกระจุกตัวอยู่ใน 22 จังหวัดเมืองท่องเที่ยวหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่ง เช่น ภูเก็ต กระบี่ ชลบุรี ระยอง เพชรบุรี รวมถึงกรุงเทพฯ ที่มีความพร้อมทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและหลากหลาย ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในปี 2562 แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวในเมืองหลัก 22 จังหวัด¹ มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนประมาณ 214.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 70 ของจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนทั่วประเทศ และสร้างรายได้มากกว่า 2,507.3 ล้าน

¹ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล 6 จังหวัด คือ จ.นครปฐม นนทบุรี สมุทรสาคร สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา และ ปทุมธานี และ 15 จังหวัดที่มีผู้มาเยือนสูงสุด ได้แก่ ชลบุรี ภูเก็ต เชียงใหม่ นครราชสีมา กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา ระยอง สงขลา เพชรบุรี กระบี่ สุราษฎร์ธานี ประจวบคีรีขันธ์ ขอนแก่น พังงา และ สระบุรี

บาท คิดเป็นร้อยละ 90 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วประเทศ อย่างไรก็ตาม จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนร้อยละ 75 ของจำนวนผู้เยี่ยมชมเมืองหลักทั้งหมดและรายได้กว่าร้อยละ 93 ของรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองหลัก กระจุกตัวอยู่ใน 10 จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด ดังรูปที่ 6 สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาการกระจุกตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ และปัญหา over-tourism ใน 10 จังหวัดเมืองหลัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อการพัฒนาของเมืองท่องเที่ยวสำคัญและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ

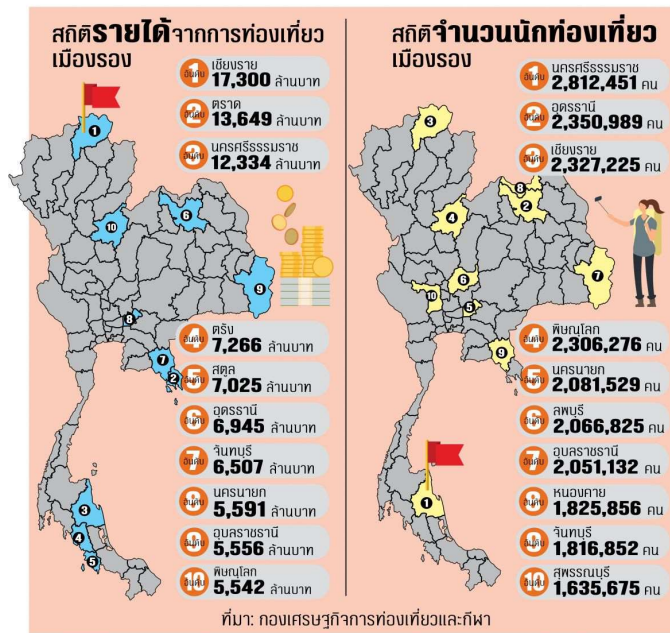


รูปที่ 6: 10 อันดับจังหวัดที่มีผู้เยี่ยมชมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นเมืองหลัก ปี 2562
ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563

การท่องเที่ยวเมืองรอง

การท่องเที่ยวแบบกระจุกตัวจนเกิดปัญหาการท่องเที่ยวเกินขนาดในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองหลักส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐได้มีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายไปสู่จังหวัดท่องเที่ยวใหม่ นั่นคือ จังหวัดเมืองรอง หรือ Less visited area หมายถึง เมืองที่ไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก หรือยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่มากนัก ทำให้การกระจายรายได้ถึงชุมชนท้องถิ่นแตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวหลัก จังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองประกอบด้วยจังหวัดที่เหลือนในประเทศ 55 จังหวัด ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวพบว่าในปี 2562 การท่องเที่ยวเมืองรองมีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 81.6 และก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 135 ของการท่องเที่ยวเมืองรองในปี 2554 โดยในปี 2562 มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งหมด 90.8 ล้านคนและเกิดรายได้ 2.73 แสนล้านบาท

การท่องเที่ยวเมืองรองประสบปัญหาเรื่องการกระจุกตัวของรายได้และจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน แต่ไม่รุนแรงเท่าการท่องเที่ยวเมืองหลัก เห็นได้จากจังหวัดที่มีรายได้สูงสุด 10 อันดับแรกมีสัดส่วนรายได้ร้อยละ 47.8 และจังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนมากที่สุด 10 อันดับแรกมีสัดส่วนผู้เยี่ยมชมเยือนร้อยละ 36.8 ของการท่องเที่ยวเมืองรองทั้งหมด (รูป 7) ทั้งนี้ เนื่องจากกิจกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้แบ่งกลุ่มเมืองรองที่มีศักยภาพในการสร้างการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวด้วยการสนับสนุนการจัดกิจกรรมดึงดูดการท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 รายได้โต <5% (3 จังหวัด: ร้อยเอ็ด พิจิตร และอำนาจเจริญ) กลุ่มที่ 2 รายได้โต 5-10% (39 จังหวัด) กลุ่มที่ 3 รายได้โต 10-15% (12 จังหวัด: สุรินทร์ ราชบุรี สตูล ลำปาง สมุทรสงคราม จันทบุรี พัทลุง ปัตตานี นครพนม เลย ปราจีนบุรีและชุมพร) และกลุ่มที่ 4 รายได้โต >15% (1 จังหวัด:บุรีรัมย์)



รูปที่ 7: 10 จังหวัดที่มีผู้เยี่ยมชมและรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นเมืองรอง ปี 2562

5.2 โอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

ที่ผ่านมาประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวผ่านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างและกิจกรรมใหม่ที่น่าสนใจ จนได้รับรางวัลประเภทต่างๆ และติดอันดับระดับนานาชาติจากสื่อและองค์กรต่างประเทศจำนวนมาก เช่น เมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุด (Travel & Leisure Magazine, Destin Asian Magazine, Travel Weekly UK, Baxter Media, Irish Travel Trade News Awards, Ctrip.com, Conde Nast Traveller UK, etc.) เมืองท่องเที่ยวที่คุ้มค่าที่สุด (CNN) เมืองสร้างสรรค์ (UNESCO) สถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด (TripAdvisor) จุดหมายปลายทางการจัดงานแต่งงานที่ดีที่สุด (Travel Leisure South Asia Magazine) เมืองระดับโลกสำหรับการรับประทานอาหารและช้อปปิ้ง และเมืองที่มีผู้เยี่ยมชมและพักค้างคืนมากที่สุดในโลก (MasterCard Global Destinations Cities) เมืองที่ดีที่สุดในโลกสำหรับอาหารริมทาง (CNN) เกาะน่าเที่ยวที่สุดในโลก (Travel & Leisure Magazine) เมืองที่ดีที่สุดในโลกสำหรับการท่องเที่ยวทางการแพทย์ (World Travel & Tourism Council) ฯลฯ (ไทยรัฐออนไลน์, 2562)

ผลการศึกษาของธนาคารแห่งประเทศไทยระบุว่า การท่องเที่ยวของประเทศไทยใช้จุดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติและราคาถูกเป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทย (กัมพล และคณะ, 2559) และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ของกระทรวงการท่องเที่ยวฯ (2563) พบว่าแหล่งท่องเที่ยวยังเป็นสิ่งดึงดูดใจสำคัญที่สุดในการตัดสินใจมาเที่ยว แต่อีกปัจจัยที่น่าสนใจ คือ ภาพลักษณ์ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ภาพลักษณ์ของประเทศไทย คือ คนไทยที่มีอัธยาศัยไมตรี ความเป็นมิตร และความซื่อสัตย์ ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Good Hostness) ที่ส่งผลต่อความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง ดังตารางที่ 1

สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็น Revisit ที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2561 (ไตรมาส 1 และ 2) มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม Revisit มากถึง 2 ใน 3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด นอกจากนี้ ยังดึงดูดให้มีการขยายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้หญิงจากเอเชียใต้และเอเชียตะวันออก และกลุ่มผู้สูงอายุจากทุกภูมิภาค เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 1: ผลการสำรวจความพึงพอใจและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และไทยปี 2562

บริการด้านการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวไทย
พึงพอใจมากที่สุด	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชาชน 2. แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 3. บริการเชิงสุขภาพ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชาชน 2. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ชายหาด 3. แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแท็บเล็ต
พึงพอใจน้อยที่สุด	<ol style="list-style-type: none"> 1. ห้องน้ำสาธารณะ 2. รถโดยสารสาธารณะ 3. ด้านตรวจคนเข้าเมือง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ห้องน้ำสาธารณะ 2. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 3. บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะ
ปัจจัยสำคัญที่ตัดสินใจมาเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> 1. แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว (ประวัติศาสตร์ > ทะเลและชายหาด > เชนนิเวศ) 2. ภาพลักษณ์ประเทศไทย/คนไทย 3. ความสะดวกสบายในการเดินทางมาประเทศไทย 4. ความหลากหลายในการใช้จ่ายซื้อสินค้า 5. ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว (ทะเลและชายหาด > ประวัติศาสตร์ > เชนนิเวศ) 2. ความสะดวกสบายในการเดินทาง 3. ภาพลักษณ์ของจังหวัด 4. ความพร้อมของสาธารณูปโภคในจังหวัด 5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

5.3 ปัญหาและความท้าทายของการท่องเที่ยวไทย

ปี 2562 การท่องเที่ยวไทยมีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรวมสูงกว่า 300 ล้านคน-ครั้ง แต่การขาดการจัดการท่องเที่ยวที่ดีก่อให้เกิดปัญหาหลัก ดังนี้

5.3.1 การท่องเที่ยวเกินขนาดในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม - ส่งผลต่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เห็นได้จากผลการศึกษาเรื่องขีดความสามารถในการรองรับด้านนันทนาการและท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติในระหว่างปี 2548-2562 พบว่าจุดท่องเที่ยวบริเวณอุทยานแห่งชาติในหมู่เกาะสิมิลัน หาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี หมู่เกาะลันตา อ่าวพังงา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเกินขีดความสามารถในการรองรับสูงสุด โดยเฉพาะด้านนิเวศวิทยาทางทะเล (คุณภาพน้ำทะเลและทรัพยากรปะการัง) นอกจากนี้ปรากฏการณ์ปะการังฟอกขาวในปี 2558 ทำให้ทรัพยากรปะการังเกิดความเสื่อมโทรมมากขึ้น (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2561, 2562 และมหาวิทยาลัยรามคำแหง 2555, 2558)

5.3.2 การท่องเที่ยวแบบกระจุกตัวของแหล่งท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดและเทศกาล - ก่อให้เกิดปัญหาไม่ว่าจะเป็นเรื่อง

- แหล่งท่องเที่ยว - พื้นที่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างสกปรก มีขยะจำนวนมาก ที่พักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย
- ความพร้อมของสาธารณูปโภค - สถานที่จอดรถไม่เพียงพอและการจราจรติดขัด บ้ายบอทางจำนวนน้อยและไม่ชัดเจน ห้องน้ำสาธารณะมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวและไม่สะอาด
- ราคาสินค้าและบริการ - ราคาห้องพักสูง สินค้าบางอย่างแพงเกินมาตรฐาน อาหารทะเลไม่สดและมีราคาแพง ไม่มีป้ายแสดงราคาสินค้า

แม้ว่าจะมีการเสนอนโยบายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาเรื่องกำหนดวันหยุดราชการและออกมาตรการจูงใจให้ประชาชนมีการลาหยุดไปท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดา และในช่วงที่เป็น Low Season เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ลดความแออัด และเกิดรายได้ให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง แต่นโยบายดังกล่าวยังไม่สามารถผลักดันให้เกิดขึ้นได้จริง

5.3.3 การขาดความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง - ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติของกระทรวงการท่องเที่ยวฯ พบว่านักท่องเที่ยวยุโรปสนใจแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ซึ่งสอดคล้องกับกระแส Local experience แต่ประสบปัญหาด้านคุณภาพและความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก/สถานพักผ่อน/ระบบขนส่งสาธารณะในเมืองรอง ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองจึงควรพิจารณาเรื่องการสร้างความพร้อมของปัจจัยข้างต้นของจังหวัดเป็นสำคัญด้วย

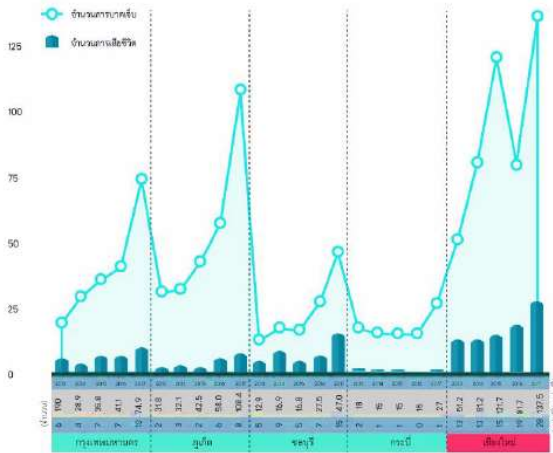
ทั้งนี้ ปัญหาและความท้าทายข้างต้นสอดคล้องกับผลการประชุมระดมความคิดเห็นจากหน่วยงานรัฐและภาคเอกชน ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม และวันที่ 8 พฤษภาคม 2563 ซึ่งที่ประชุมได้จัดกลุ่มปัญหาและความท้าทายของการท่องเที่ยวออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่

1) โครงสร้างพื้นฐาน

ประเด็นท้าทายที่ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความสำคัญคือ ระบบขนส่งมวลชน (Transportation) ซึ่งปัจจุบันยังไม่มี การเชื่อมต่อทำให้สะดวกเป็นระบบเดียวกัน การเชื่อมโยงการเดินทางด้วยเครื่องบิน รถ เรือ และรถไฟ เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองยังเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ประการถัดมาคือ การจัดการขยะในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากขยะจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากกว่า 50,000 ตัน/ปี แต่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังขาดอุปกรณ์และเครื่องมือจำเป็นที่เพียงพอ เช่น ถังขยะ เพื่อช่วยในการจัดการได้อย่างทั่วถึง รวมไปถึงการขาดมาตรฐานและการควบคุมระบบการจัดการขยะและน้ำเสียจากชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวไม่ปล่อยลงสู่สิ่งแวดล้อม ขาดระบบการจัดการใช้ประโยชน์จากขยะอินทรีย์ (ขยะอาหาร) เพื่อนำไปเพิ่มมูลค่าหรือนำไปใช้ประโยชน์

ประเด็นสุดท้ายคือ ระบบการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวยังมีความเสี่ยงสูง ข้อมูลจาก The World Atlas (2560) พบว่าประเทศไทยมีอัตราการเสียชีวิตเฉลี่ย 36.2 คนต่อจำนวนประชากร 100,000 คน เมื่อศึกษาแนวโน้มการเกิดอุบัติเหตุของนักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มจำนวนการเสียชีวิตและบาดเจ็บมากที่สุด โดยเฉพาะอุบัติเหตุทางรถจักรยานยนต์ ดังรูปที่ 8 (ภาวิณี เอี่ยมตระกูลและคณะ, 2561)



ก. สถิติจำนวนการเสียชีวิต บาดเจ็บ
ของจังหวัดที่มีรายได้ จากนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติมากที่สุด

ข. รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
5 จังหวัดที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

รูปที่ 8: สถิติจำนวนการเสียชีวิต บาดเจ็บของจังหวัดที่มีรายได้จากชาวต่างชาติมากที่สุด
ที่มา: ภาวิณี เอี่ยมตระกูล และคณะ, 2561

2) การนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์

ประเด็นท้าทายคือ การพัฒนาข้อมูลและแพลตฟอร์มเทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นและมีความยั่งยืน การเปิดเผยข้อมูล/องค์ความรู้เพื่อให้หน่วยงานอื่นสามารถเข้าถึงและนำไปพัฒนาต่อยอดเพื่อใช้ประโยชน์ การพัฒนาแพลตฟอร์มเทคโนโลยีที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการจัดการองค์ความรู้นำไปสู่การให้บริการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวในแหล่งทรัพยากรธรรมชาติมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเล่นเกินขีดความสามารถในการรองรับ ต้องการข้อมูลงานวิจัยด้านความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของทรัพยากรธรรมชาติ (Carrying Capacity) เพื่อนำมาใช้กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสถานที่แต่ละแห่ง รวมถึงเทคโนโลยีที่ใช้ในการประเมินและตรวจสอบความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวนำมาใช้ควบคู่กับการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวให้กระจายไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆมากขึ้นไม่กระจุกตัวอยู่แต่เพียงแหล่งท่องเที่ยวหลัก ผู้ประกอบการภายในประเทศโดยเฉพาะกลุ่มชุมชนท้องถิ่นไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อนำมาใช้จัดการทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้

3) กฎหมาย กฎระเบียบ

ประเด็นท้าทายสำคัญคือ การบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพ อาทิ กฎหมายควบคุมการประกอบกิจการโรงแรม เช่น พรบ.ควบคุมอาคาร พรบ.โรงแรม ในปัจจุบันมีโรงแรมที่ไม่ได้จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายจำนวนมาก เช่น จังหวัดภูเก็ตมีจำนวนโรงแรมที่พักมากกว่า 1,800 แห่ง รวมประมาณ 93,000 ห้อง โดยมีโรงแรมที่ลงทะเบียนถูกต้องกฎหมาย 500 โรงแรม ส่วนที่เหลือเป็นโรงแรมที่ไม่ได้มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้อง ถูกกฎหมาย หรืออยู่ระหว่างการดำเนินการจดทะเบียนให้ถูกต้องเพื่อเข้าสู่ระบบ ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันที่มี

การระบาดของโควิด-19 ทำให้โรงแรมต้องปรับปรุงสถานประกอบการให้เป็นไปตามกฎหมายเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ต้องมีการบังคับใช้มาตรการควบคุมขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ประเด็นที่สองคือ การออกกฎหมายเพิ่ม และการปรับปรุงกฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเร่งด่วนเช่น ปัญหามลพิษ PM 2.5 ชยะในพื้นที่ท่องเที่ยว การจัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการสร้างรายได้ให้กับประเทศ

4) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

ประเด็นท้าทายคือ การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งก่อสร้างเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด มีการนำทรัพยากรชีวภาพ วัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลายมาพัฒนาเป็นแหล่งดึงดูดการท่องเที่ยว โดยสร้างความตระหนักให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

5) การมีส่วนร่วมของประชาชน

ประเด็นท้าทายคือ ประชาชนหรือเครือข่ายสังคมขาดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งเพราะชุมชนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้รับประโยชน์/ส่วนแบ่งที่เป็นธรรมจากรายได้ธุรกิจท่องเที่ยว ทำให้ประชาชนในพื้นที่ไม่พอใจเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการสาธารณะในพื้นที่จำนวนมากเกิน ส่งผลให้ในพื้นที่ท่องเที่ยวบางจังหวัด อาทิ ภูเก็ต กระบี่ เชียงใหม่ ค่าครองชีพของประชาชนเพิ่มสูงขึ้น

6) ทักษะและกำลังคน

ภาคธุรกิจท่องเที่ยวต้องการใช้กำลังคนในภาคบริการจำนวนมาก ซึ่งต้องการแรงงานที่มีทักษะที่หลากหลายและต้องการการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ต้องมีระบบการศึกษาที่สามารถ Up-skill/Re-skill ของกำลังคนที่อยู่ในภาคธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะทักษะสำคัญคือการสื่อสารภาษาต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมากในไทยเช่น ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ เป็นต้นเพื่อสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ต้องมีการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี การใช้ระบบIT การใช้ Digital Marketing ให้กับชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

7) ประเด็นท้าทายอื่นๆ

การขาดการสื่อสารและสร้างแบรนด์ของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ต้องมีการสร้างแบรนด์ประเทศให้มีมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยว โดยภาคเอกชนเสนอให้มีการสร้างท่องเที่ยวในรูปแบบของ Green/Eco-tourism ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้มีนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีกำลังซื้อสูงเข้ามาท่องเที่ยว สนับสนุนผู้ประกอบการเข้าสู่มาตรฐานต่างๆตลอดห่วงโซ่การผลิต เช่น มาตรฐานโรงแรมสีเขียว มาตรฐานเกษตรปลอดภัย/เกษตรอินทรีย์ ทำให้การท่องเที่ยวไทยเข้าสู่มาตรฐานสากล จากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ทำให้ภาครัฐสนับสนุนให้ธุรกิจท่องเที่ยวเข้าสู่มาตรฐาน SHA (Amazing Thailand Safety and Health Administration) ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อนักท่องเที่ยว ที่ดำเนินการโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข

โดยสรุป ประเด็นท้าทายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เกิดจากผลกระทบจากการท่องเที่ยวแบบกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวหลัก การท่องเที่ยวเกินขนาดในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมก่อให้เกิดปัญหาทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม มลพิษปริมาณมากเกินขีดความสามารถใน

การจัดการของท้องถิ่น วัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป การบาดเจ็บและเสียชีวิตของนักท่องเที่ยวจากอุบัติเหตุในการเดินทาง และค่าครองชีพของคนในท้องถิ่นสูงขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยวยอดนิยม ฯลฯ ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และขีดความสามารถในแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องด้วยประเด็นท้าทายที่เสนอมีจำนวนมากและหลากหลายจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคมในการแก้ปัญหาและปรับปรุงกลไกการทำงานตามประเด็นที่ระบุไว้เป็นอันดับแรกๆ

การท่องเที่ยวไทยหลังการระบาดของ COVID 19

ภาวะการระบาดใหญ่ทั่วโลก (Pandemic) ของ COVID 19 ที่เกิดขึ้นในระยะเวลาเพียง 4 เดือน หลังจากเริ่มเกิดการระบาดครั้งแรกในประเทศจีน ได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั่วโลก เนื่องจากประเทศต่างๆ ออกมาตรการปิดประเทศเพื่อหยุดการเคลื่อนย้ายของประชากรและลดกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจในพื้นที่ระบาด ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเนื่องต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยอย่างรุนแรงแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน สำหรับประเทศไทยได้มีการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร ตั้งแต่วันที่ 25 มี.ค. 2563 เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของ COVID 19 ลดกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการใกล้ชิดของประชากรหมู่คน ลดการเดินทางเคลื่อนย้ายของประชากร รวมถึงการประกาศห้ามอากาศยานทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 3 เม.ย. 2563 ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหยุดชะงักทั้งระบบ ทั้งนี้ รัฐบาลได้ให้อำนาจแต่ละจังหวัดทำการประกาศให้ดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจบางประเภทได้ในตั้งแต่เดือน พ.ค. 2563 แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังไม่ได้รับอนุญาตให้เปิดทำการได้

การหยุดชะงักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่ออัตราการหดตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1 และ 2 (เดือน ม.ค.-มี.ย.) 2563 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 6.7 ล้านคน ลดลงร้อยละ 66.15 และมีรายได้ 0.33 ล้านล้านบาท ลดลงร้อยละ 65.15 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 ในส่วนการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีนักท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 28.33 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 63.07 และมีรายได้ 0.21 ล้านล้านบาท ลดลงร้อยละ 61.16 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ การควบคุมการระบาดของ COVID 19 ที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้การท่องเที่ยวไทยเริ่มฟื้นตัวมากขึ้นตั้งแต่เดือนกรกฎาคม เนื่องจากมีช่วงวันหยุดยาวและมาตรการฟื้นฟูการท่องเที่ยวภายในประเทศ ทำให้การท่องเที่ยวภายในประเทศได้ผ่านจุดต่ำสุดในช่วงไตรมาสที่ 2 แล้ว (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

รายงานของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) ระบุว่าแม้ไทยจะควบคุมจำนวนผู้ติดเชื้อ COVID 19 รายใหม่สำเร็จ ตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศน่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวในปี 2563 แต่ปัจจัยลบต่างๆ เช่น ความกังวลต่อสถานการณ์ COVID 19 ผลกระทบจากความเชื่อมั่นต่อการมีงานทำ กำลังซื้อที่อ่อนแอของประชาชนหลังกิจกรรมเศรษฐกิจส่วนใหญ่หยุดชะงัก ส่งผลให้ตลาดไทยเที่ยวไทยในปี 2563 อาจหดตัวประมาณร้อยละ 46.4-52.3 หรือคิดเป็นจำนวน 79.5-89.5 ล้านคน-ครั้ง โดยตลาดนักท่องเที่ยวระดับบนจะเป็นกลุ่มที่ฟื้นตัวกลับมาได้เร็วกว่ากลุ่มอื่นๆ ขณะที่รายได้ท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยน่าจะมีมูลค่า 4.85-5.45 แสนล้านบาท หดตัวประมาณร้อยละ 49.4-55.1 จากปี 2562 (การประเมินอยู่ภายใต้สมมติฐานที่ COVID 19 ไม่กลับมาระบาดอีกในช่วงที่เหลือของปีนี้)

6. ข้อเสนอ BCG in Action เพื่อการพัฒนาสาขาท่องเที่ยว

เนื่องด้วยสถานการณ์เชื้อ COVID 19 ที่ยังแพร่ระบาดรุนแรงอยู่ทั่วโลก ขณะที่ประเทศไทยสามารถควบคุมสถานการณ์การระบาดได้ดีจนระบบสาธารณสุขของประเทศไทยได้รับการยกย่องจากสถาบันการแพทย์ชั้นนำของโลก ทำให้ประเทศไทยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวและพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวที่ควบคุมการระบาดได้ดี รวมถึงผู้ป่วยที่ต้องการเข้ามารักษาอาการป่วยกับโรงพยาบาลพร้อมพักผ่อนและพักผ่อนแบบระยะยาว ด้วยเหตุนี้ สาขาท่องเที่ยวจึงจัดทำข้อเสนอ BCG in Action เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

6.1 เป้าหมายการพัฒนา

เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว 3 ล้านล้านบาท ซึ่งคิดเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ 18 ของ GDP เน้นการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงไปสู่เมืองรอง ลดความเหลื่อมล้ำ มุ่งสู่ความยั่งยืน เพื่อให้ท่องเที่ยวได้อย่างมั่นใจ สนุก และปลอดภัย

6.2 ตัวชี้วัดความสำเร็จในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า

- เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว 1.2 ล้านล้านบาท ในปี 2563 เป็น 1.5 ล้านล้านบาท ในปี 2564 และเร่งผลักดันให้กลับสู่ 3 ล้านล้านบาท ภายในปี 2565
- รายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี
- รายได้จากการท่องเที่ยวมาจากกิจกรรมในท้องถิ่น ได้แก่ ที่พัก อาหาร สมุนไพร สินค้าคุณภาพจากท้องถิ่น
- รายได้และการจ้างงานในชุมชนเพิ่มขึ้นผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน
- การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาพื้นที่อย่างเป็นระบบ
- แหล่งท่องเที่ยวได้รับมาตรฐานความยั่งยืนระดับสากล
- การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืนด้วย “ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม”

6.3 แผนการขับเคลื่อนการพัฒนา BCG สาขาการท่องเที่ยว

6.3.1 กลุ่มเป้าหมายในการพัฒนา

มุ่งเน้นการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ ชุมชน และท้องถิ่น ภายใต้แบรนด์ “เที่ยวอย่างมั่นใจ สนุกและปลอดภัย” ด้วยการกำหนดกลุ่มการท่องเที่ยวเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical & Wellness Tourism) (ดังรูปที่ 9) ซึ่งเป็นกลุ่มที่สร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูง โดยมีแนวทางคือ โมเดลอารมณ์ดีมีความสุข หรือ Happy Model ซึ่งประกอบด้วย

- **กินดี** คือ การได้รับประทานอาหารสะอาด มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ปลอดภัย และเป็นอาหารท้องถิ่นที่คัดสรรจากชุมชน
- **อยู่ดี** คือ การได้เข้าพักในที่พักที่ได้มาตรฐาน สะอาด มีสิ่งแวดล้อมที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึง Wifi พร้อมทั้งมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ
- **ออกกำลังกายดี** คือ การได้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาและสันทนาการต่างๆ

- แบ่งปันสิ่งดีๆ คือ การได้แบ่งปันความรู้ แนะนำสิ่งดีๆ ทำกิจกรรมร่วมกับท้องถิ่น เรียนรู้ประสบการณ์จากประชาชนชาวบ้าน



รูปที่ 9: แนวคิดการสร้างไทยให้เป็นศูนย์กลางการรักษาและดูแลสุขภาพของเอเชีย

6.3.2 กลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคท่องเที่ยว

ผลของการระดมความคิดร่วมกันระหว่างภาคเอกชน หน่วยงานราชการ และสถาบันการศึกษา/สถาบันวิจัย ทั้ง 2 ครั้ง นำไปสู่การพัฒนา กลไกการขับเคลื่อน BCG สาขาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักแนวคิดของการสร้างพีรามิดที่ต้องสร้างรากฐานให้แข็งแรงเพื่อมุ่งไปสู่ความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในท้ายที่สุด ดังรูปที่ 10 โดยกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนกลุ่มท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้



รูปที่ 10: เป้าหมายและกลไกการขับเคลื่อน BCG สาขาท่องเที่ยว

ลำดับแรกเป็นกลไกระดับฐานราก นั่นคือ “การพัฒนามาตรฐาน (Standardize)” ด้วยการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรม ตั้งแต่กิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ แรงงานและแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจและคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึง “ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน คุณภาพของการบริการ และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม” เน้นการต่อยอดจากมาตรฐานหลัก 3 เรื่อง ได้แก่ 1) มาตรฐาน Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) 2) มาตรฐาน Thailand Tourism Standard (TTS) และ 3) มาตรฐาน Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) โดยในระยะเวลา 1 ปีแรก เน้นการปรับปรุงและออกแบบโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสม ปลอดภัยสำหรับทุกคน (Universal design) วางแผนการจัดการของเสียอย่างมีส่วนร่วม เร่งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้รับมาตรฐาน SHA และผู้ประกอบการที่พิกที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนเข้าสู่ระบบขึ้นทะเบียนรวดเร็วขึ้น ฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะใหม่ที่เป็นประโยชน์แก่กำลังคนในภาคการท่องเที่ยว ส่วนระยะเวลา 3 และ 5 ปี บริหารจัดโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยว เน้นการบังคับใช้กฎหมาย สนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้รับมาตรฐาน TTS และ GSTC ฯลฯ รายละเอียดสรุปได้ดังรูปที่ 10

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและภาคธุรกิจให้ได้มาตรฐาน

(Standardization : Safety & Security & Sanitary)

	ระยะ 1 ปี	ระยะ 3 ปี	ระยะ 5 ปี
โครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว (เที่ยวชอง สะอาด)	- ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานสำคัญในพื้นที่ ไร้ขยะ ออกแบบให้เหมาะสม ปลอดภัย สำหรับทุกคน (Universal Design) โดยรวมฮาร์ดแวร์ และ ผู้ใช้งาน	- บริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับ พหุกรรมและจำนวนนักท่องเที่ยว ให้ครอบคลุม แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก	- บริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้มีชีวิต ใช้งานได้อย่างสมบูรณ์ทุกแหล่งท่องเที่ยวใน ประเทศไทย เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงรุก
ระบบจัดการของเสีย และมลพิษ	- วางแผนการ ลดจำนวนขยะ บริหารจัดการขยะ น้ำ เสีย และแก๊สพิษ PM 2.5 ป่าร้อนในแหล่งท่องเที่ยว สำคัญ	- การบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ควบคุม PM2.5, ควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว - การบริหารจัดการและการเพิ่มมูลค่าจากขยะ เช่น แยกขยะ, ทำโรงไฟฟ้าขนาดเล็กจากขยะ เป็นต้น	
ธุรกิจท่องเที่ยวได้รับ มาตรฐาน เช่น SHA, Thailand Tourism Standard (TTS) ของกรมการท่องเที่ยว, ไปไม่ถึง	- ทบท, และภาคเอกชน เร่งสนับสนุนให้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้รับมาตรฐาน SHA - ปรับแก้ระเบียบเพื่อให้หน่วยงานรัฐสามารถเบิก ค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการจาก Community Based Tourism (CBT) ที่ได้รับมาตรฐาน TTS - ที่พักอาศัยที่อยู่บนกระบบ ให้จัดการเข้ามาใน ระบบ เพื่อสร้างมาตรฐานทั้ง ความสะอาด ความปลอดภัย และสร้างความเชื่อมั่นในอนาคต	- เร่งรัดให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้รับมาตรฐาน TTS ผ่านกลไกเดิม มีสำนึกวิชา ให้ความรู้ในการปฏิบัติ เพื่อให้ได้มาตรฐาน ฯลฯ - บรรจุงานซื้อธุรกิจที่ได้รับมาตรฐาน TTS หรือเทียบเท่า เข้าร่วมโครงการ Green Procurement ภาครัฐ/ เอกชน - การประชาสัมพันธ์และการทำแบรนด์โดยใจ Amazing Green Tourism	
การพัฒนาทรัพยากร มนุษย์ (คุณภาพ เชิงพอ)	- การเสริมพัฒนาทักษะใหม่ให้กับผู้ประกอบการและบุคลากรทุกระดับเพื่อให้เกิดการปรับตัวสู่ระบบมาตรฐาน ใหม่ที่ซับซ้อน มีมาตรฐานสากล - ฝึกอบรม/เรียนออนไลน์ พัฒนาพื้นที่ Upskill-Reskill ต่อเนื่อง และพัฒนาคนรุ่นใหม่ในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว		- พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการพัฒนา กระบวนการเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ ตลอดชีวิต ปรับตัวให้เข้ากับตลาด 3

รูปที่ 11: กลไกการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและภาคธุรกิจให้ได้มาตรฐาน

กลไกลำดับถัดมาคือ การยกระดับการเชื่อมโยง (Connectivity) เน้นการยกระดับการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะที่สะดวก สะอาด ปลอดภัย และเชื่อมโยงกันการเดินทางทั้งระบบไม่ว่าจะเป็นเครื่องบิน รถ เรือ และระบบราง รวมถึงเชื่อมโยงการเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลัก 5 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ภูเก็ต กระบี่ และเชียงใหม่ ให้ไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองหรือชุมชนท้องถิ่นได้อย่างสะดวก พร้อมกันนี้ต้องพัฒนาระบบสาธารณูปโภคให้สะดวกและเพียงพอ เช่น เครือข่ายถนน ที่พักริมทาง ท้องน้ำ ระบบอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ จำเป็นต้องมีการสร้างระบบ Digital Platform เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยแผนการดำเนินงานในปีแรก เน้นการเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในเมืองหลักและเมืองรอง การปรับปรุงระบบ

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง พัฒนาบุคลากรด้านการผลิตและการใช้ Digital platform และส่งเสริมให้เกิดการใช้ Digital platform เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน ส่วนแผนงานในระยะ 3 และ 5 ปี ขยายการเชื่อมโยงระบบระบบขนส่งไปสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน และการเชื่อมโยงระบบขนส่งทั้งระบบ สนับสนุนการใช้ Digital technology เช่น Big data, Virtual Reality, Augmented Reality ในการพัฒนาแผนการจัดการและสร้างจุดดึงดูดสำหรับนักท่องเที่ยว รายละเอียดแสดงดังรูปที่ 12

ยกระดับการเชื่อมโยง (Connectivity)

	ระยะ 1 ปี	ระยะ 3 ปี	ระยะ 5 ปี
ระบบขนส่งสาธารณะ (สะดวกปลอดภัยเชื่อมโยง)	<ul style="list-style-type: none"> มีการเชื่อมโยงบริการขนส่งสาธารณะระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง, จากสนามบิน ถึงเมือง หรือ แหล่งท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาาระบบขนส่งสาธารณะเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน กับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญครอบคลุมทั้งจังหวัดท่องเที่ยวหลัก รวมถึงพัฒนา Application สำหรับให้บริการ โดยใช้ Digital Platform และการขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาและลงทุนทำระบบ Logistic เชื่อมต่อสนามบิน ระบบราง ถนน ที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ในราคาที่เหมาะสม
ระบบสื่อสารและ Internet ความเร็วสูง	<ul style="list-style-type: none"> ลงทุนปรับปรุงระบบสื่อสาร Internet ความเร็วสูง เริ่มจากแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม สื่อสารเชิงรุก 	<ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงระบบสื่อสารให้มีความเสถียร และเร่งรัดให้เกิดการติดตั้งระบบ Internet ความเร็วสูงให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ ใช้ในการวางระบบการดูแลความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและชาวบ้าน 	
Digital platform	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการนำ Digital Platform รูปแบบต่างๆ มาใช้ในการท่องเที่ยว รวมถึงท่องเที่ยวชุมชน พัฒนาบุคลากรด้านการผลิตและการประยุกต์ใช้ Digital Platform รวมถึงการพัฒนาหลักสูตรและจัดฝึกอบรมเพื่อ Upskill - Reskill เมื่อนำ Digital Technology และวิธีการต่างๆ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ให้แก่ผู้ประกอบการ ผู้ใช้แรงงาน และชุมชนที่ทำงานเกี่ยวข้องกับภาคท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการใช้ Digital platform รูปแบบต่างๆ สำหรับภาคการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น การนำระบบ Big data สำหรับภาคท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยง วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่ได้จาก Digital Tourism Platform กลางของประเทศเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ การนำระบบ Virtual Reality, Augmented Reality เพื่อสร้างจุดดึงดูดใหม่ให้แก่แหล่งท่องเที่ยว การนำสื่อ Digital สำหรับสนับสนุนการ Upskill - Reskill - New skill ทาง Online/Offline 	

รูปที่ 12: กลไกการยกระดับการเชื่อมโยง

กลไกสุดท้าย คือ การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมุ่งสู่ **ความยั่งยืน (Sustainability)** ด้วยการบริหารจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว การติดตามผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมของไทย การสร้างมูลค่า คุณค่า และแบรนด์ความเป็นไทย พร้อมส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้วยการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่น/ชุมชน มาพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม กระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำให้กับท้องถิ่น แผนการดำเนินงานในช่วงปีแรกเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการที่เพิ่มมูลค่าจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น เร่งรัดการจัดทำคู่มือและระบบการจัดการการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว สนับสนุนการศึกษาและคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเพื่อผลักดันให้ได้มาตรฐาน GSTC สำหรับแผนงานระยะ 3 และ 5 ปี ขยายพื้นที่ใช้มาตรการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวและใช้ระบบ E-ticket, GPS และ Application เพื่อแก้ปัญหาการท่องเที่ยวกระจุกตัวแบบ Real time ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบ ฯลฯ รายละเอียดสรุปดังรูปที่ 13

มุ่งสู่ความยั่งยืน (Sustainability)

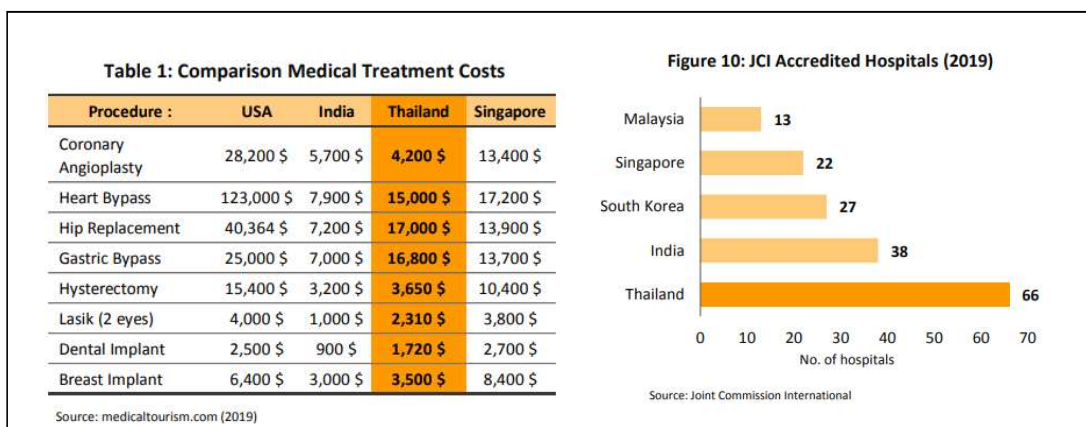
	ระยะ 1 ปี	ระยะ 3 ปี	ระยะ 5 ปี
การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - เร่งรัดให้เกิดการจัดทำคู่มือและระบบการจัดการ Carrying Capacity และใช้ใน การบริหารจัดการ ควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - ขยายการจัดการ Carrying Capacity ใช้ระบบ E-ticket และพัฒนารูปแบบการจัดการที่เหมาะสมในพื้นที่ อ.สำคัญในจังหวัดหลัก (ระยะ 3 ปี) และ จังหวัดรอง (ระยะ 5 ปี) - นำดิจิทัลแพลตฟอร์ม เช่น E-booking, GPS, Application มาใช้สำหรับจัดเก็บข้อมูลประเมินหาจำนวนนักท่องเที่ยวแบบ Real time มาจัดทำแผนลดปัญหาการท่องเที่ยวกระจุกตัว 	<ul style="list-style-type: none"> - ขยายการพัฒนาขีดจำกัดของท้องถิ่น เช่น กิจกรรมวัฒนธรรม การออกแบบพัฒนาสินค้าของที่ระลึก ภาพยนตร์ เกมออนไลน์ Digital Content ต่างๆ ฯลฯ ให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดหลัก
เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวด้วยอัตลักษณ์ไทย	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น (ทรัพยากรชีวภาพ/วัฒนธรรม) ให้มีความโดดเด่นและใหม่ด้วยแนวคิด BCG เพื่อสร้างจุดขายเพิ่ม ให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชนยอดเยี่ยม เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร/วิถีท้องถิ่น, พัฒนาสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ขยายการพัฒนาขีดจำกัดของท้องถิ่น ไปสู่การท่องเที่ยวชุมชนยอดเยี่ยม และแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดหลัก และขยายไปสู่จังหวัดรอง 	
ผลักดันแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานยั่งยืนระดับสากล เช่น GSTC, UNESCO Global Geopark	<ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนการศึกษาและคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการผลักดันให้ได้มาตรฐานยั่งยืนระดับสากล 	<ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนการดำเนินโครงการความร่วมมือ 3 ฝ่าย ในพื้นที่ที่ได้รับการคัดเลือก เพื่อผลักดันแหล่งท่องเที่ยวนำร่องให้ได้มาตรฐานยั่งยืน - ประชาสัมพันธ์โครงการของแหล่งท่องเที่ยวนำร่อง และอบรมให้ความรู้นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อ 	

รูปที่ 13: กลไกการมุ่งสู่ความยั่งยืน

6.3.3 โครงการนำร่องเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG สาขาท่องเที่ยว

การพัฒนาภาคการท่องเที่ยว ด้วยการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ

ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical and Wellness Tourism) ของโลก รายงานของศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2562) ระบุว่าธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนไทยได้แรงหนุนสำคัญจากนโยบายภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ตั้งแต่ปี 2546 ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพเติบโตอย่างต่อเนื่อง โรงพยาบาลเอกชนของไทยได้เร่งปรับตัวและได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นหนึ่งในจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโลก โดยมีข้อได้เปรียบทั้งเรื่องคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพการรักษา และเรื่องมีจำนวนสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล “JCI” (Joint Commission International Accreditation) มากถึง 66 แห่ง (รูปที่ 14) ทั้งนี้ The International Healthcare Research Center จัดให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยอยู่อันดับ 6 ของโลกในปี 2560 และมีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มากที่สุดคิดเป็นสัดส่วน 38% ของเอเชีย ขณะที่ The Medical Travel Quality Alliance จัดให้โรงพยาบาลแห่งหนึ่งของไทยเป็น 1 ใน 5 สถานพยาบาลที่ดีที่สุดระดับโลกสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนอีก 4 แห่งอยู่ในประเทศเยอรมนี เลบานอน จอร์แดน และตุรกี



รูปที่ 14: ค่าใช้จ่ายการรักษาพยาบาลของโรงพยาบาลไทย และ จำนวนโรงพยาบาลที่ได้มาตรฐาน JCI
ที่มา: ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2562

สอดคล้องกับข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2561) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในปี 2561 จะมีคนใช้ชาวต่างชาติมาใช้บริการรักษาพยาบาลประมาณ 3.42 ล้านครั้ง แบ่งเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ประมาณ 2.5 ล้านครั้ง และกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยและทำงานในไทย ประมาณ 9.2 แสนครั้ง โดยกลุ่มคนใช้ชาวเอเชีย โดยเฉพาะญี่ปุ่น เมียนมา และจีน จะมีบทบาทเพิ่มขึ้นทดแทนกลุ่มคนใช้ชาวตะวันตกที่เริ่มลดลง เนื่องจากการปรับเปลี่ยนนโยบายการรักษาพยาบาลภายในประเทศ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนของไทยมีโอกาสขยายตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ไปยังกลุ่มลูกค้าจีนมากขึ้น โดยเฉพาะการให้บริการในเรื่องของความงาม (Beauty) ของไทยค่อนข้างค่อนข้างมีศักยภาพในการแข่งขัน เช่น ศัลยกรรมความงามบนใบหน้า ภาวะมีบุตรยาก รวมถึงบริการทางการแพทย์ที่ไม่ซับซ้อน เช่น ทันตกรรม (Dental) เวชศาสตร์ชะลอวัย (Anti-aging) หรือแม้แต่ตรวจสุขภาพ (Health checks)

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ Global Wellness Institute (GWI) จัดอันดับตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกระบุว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสูงสุดเป็นอันดับ 4 รองจากประเทศญี่ปุ่น จีน และอินเดีย เนื่องจากไทยมีจุดแข็งในด้านวัฒนธรรมประเพณี มีสถานที่สถานที่สวยงาม ผู้คนมีอัธยาศัยดี เด่นในด้านการให้บริการ มีนวัตกรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

เมื่อข้อมูลข้างต้นมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูล Wellness Tourism ปี 2560 ของ Global Wellness Institute พบว่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพของประเทศไทยเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มีมูลค่าประมาณ 41,000 ล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 9,000 คน ขณะที่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสร้างรายได้ประมาณ 400,000 ล้านบาท และจ้างงานกว่า 530,000 คน รายละเอียดดังรูปที่ 15 ดังนั้นธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงเป็นแรงดึงดูดที่สำคัญให้นักท่องเที่ยวกลับเข้ามายังประเทศไทย



รูปที่ 15: จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้และการจ้างงานใน Medical and Wellness Tourism ของไทย

ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างมูลค่าเพิ่มและกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน จำเป็นต้องมีระบบเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่พบมากในเมืองใหญ่ตามที่ตั้งของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต สงขลา และขอนแก่น กับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยจัดระบบให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปพักผ่อนในรูปแบบท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ หลังจากได้รับการรักษาพยาบาลแล้วหรือท่องเที่ยวพักผ่อนตั้งแต่ช่วงเตรียมตัวก่อนเข้าการรักษาพยาบาล ได้ท่องเที่ยวในทุกจังหวัด/ภูมิภาค หรือเมืองรองอื่นๆ ผ่านแนวคิด “กินดี-อยู่ดี-ออกกำลังกายดี-แบ่งปันสิ่งดีฯ” (รูปที่ 16) เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักผ่อนมีความสุขและอารมณ์ดี



รูปที่ 16: ความเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์กับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพประสบความสำเร็จและเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วย BCG Model ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและสร้างกลไกสำคัญที่จำเป็นสำหรับการขับเคลื่อนประเทศไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (รูปที่ 17) ดังนี้

M H E S I
Ministry of Health Services
Ministry of Health Services, Health, Labour and Welfare

การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG และ Key Drivers ที่จำเป็นสำหรับการขับเคลื่อนการเป็น Medical & Wellness Hub

1) โครงสร้างพื้นฐาน และการเชื่อมโยง

- เชื่อมโยงการแพทย์แผนปัจจุบันกับการแพทย์แผนไทย และนำเทคโนโลยีด้านข้อมูลข่าวสาร (AI) มาช่วยในการตัดสินใจรักษา โดยเน้นประสิทธิภาพในการรักษา
- มีวิธีการคัดกรองและติดตามในระดับที่เหมาะสม รองรับการเดินทางท่องเที่ยวในยุค New Normal
- ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ทางขึ้นจักรยาน การเดินทางสาธารณะที่เอื้ออำนวยความสะดวกด้านการเดินทางเชื่อมโยงข้ามจังหวัด

2) ยกระดับมาตรฐาน ความสะอาด ความสะดวก และปลอดภัย

- เสริมสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยใช้เทคโนโลยีในการติดตามและเฝ้าระวัง
- สร้างมาตรฐานด้าน Green/Wellness ให้ครอบคลุมตลอด Value chain ในมืองท่องเที่ยว เช่น Wellness Hotel

3) ความยั่งยืน

- ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็น Green Supply Chain ตั้งแต่การเดินทางร้านอาหาร ที่พักแรม ไปจนถึง Supplier ของผู้ประกอบการ
- สร้างระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศ และ Big Data ที่สามารถนำไปวิเคราะห์พฤติกรรม สร้างกลยุทธ์ได้
- พัฒนาระบบแยกและจัดการขยะ รวมถึงการจัดการ Food Waste, Food Loss ซึ่งช่วยลดต้นทุนที่เกี่ยวข้องได้
- สร้างการมีส่วนร่วมในระดับท้องถิ่น ให้เข้าใจถึงความสำคัญของการรักษามาตรฐาน และดูแลนักท่องเที่ยว
- แนะนำแพทย์แผนไทยเป็นทางเลือกในการรักษาอีกแนวทางหนึ่ง

4) การสื่อสาร

- สร้างแบรนด์ความเป็นไทย และพัฒนาอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว โดยมุ่งให้เกิดการเดินทางกลับมาซ้ำและบอกต่อ
- ประชาสัมพันธ์แบรนด์มาตรฐานของประเทศที่มีอยู่ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าเป็นมาตรฐานที่เชื่อถือได้

การประชุมสมาชิก BCG ในเขตเศรษฐกิจผู้ทรงพียงมากที่ยั่งยืน

ลานาท่องเที่ยว

10

รูปที่ 17: การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและสร้างกลไกสำคัญที่จำเป็นสำหรับการขับเคลื่อนการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ

1) โครงสร้างพื้นฐานและการเชื่อมโยง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพร่วมกันจำเป็นต้องเชื่อมโยงการแพทย์แผนปัจจุบันกับการแพทย์แผนไทย ซึ่งเป็นภูมิปัญญาไทยที่สั่งสมสืบทอดมายาวนาน เมื่อเริ่มมีการแพทย์แผนปัจจุบันเข้ามาในประเทศไทย การแพทย์แผนไทยยังมีบทบาทในการดูแลรักษาผู้ป่วย ต่อมาได้รับการพัฒนาเป็น “การแพทย์แผนไทยประยุกต์” คือ นำความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์การแพทย์เข้ามาพัฒนาและประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายการรักษาการแพทย์แผนไทยในรูปแบบต่างๆ เช่น การใช้การยาสสมุนไพรรวม การใช้หัตถการ เช่น นวดไทย ประคบสมุนไพรรวม การอบไอน้ำ รวมถึงการให้คำแนะนำเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ เช่น การบริหารร่างกาย การรับประทานอาหาร การปรับพฤติกรรม รวมถึงการนำเทคโนโลยี Digital เช่น Artificial Intelligence มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจเพื่อการรักษา Augmented Reality หรือ Virtual Reality สำหรับนำเสนอเรื่องราวแนวทางการรักษาที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและสามารถสืบค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้อย่างต่อเนื่องรวดเร็ว

ในส่วนโครงสร้างพื้นฐาน ควรมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางคมนาคม เช่น ถนน ทางปั่นจักรยาน ระบบขนส่งสาธารณะที่อำนวยความสะดวกในการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดท่องเที่ยว เมืองหลักและเมืองรอง เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และเชื่อมโยงการเดินทางทั้งระบบ มีการใช้เทคโนโลยี GPS และ Digital platform ที่ช่วยในการวางแผนจัดการการเดินทางไปสู่จุดหมายและจองบัตรโดยสาร นอกจากนี้ ผลของการระบาดของ COVID 19 ทำให้ต้องพัฒนาและลงทุนในระบบการท่องเที่ยววิถี

ใหม่ เช่น วิธีการคัดกรองและติดตามนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางที่เหมาะสมและรวดเร็ว การจัดการขยะมูลฝอยและขยะอันตรายที่เพิ่มขึ้นมากในชุมชน การพัฒนา Application เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บขยะในพื้นที่ท่องเที่ยวและเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่าง อปท. ชุมชนและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) ยกระดับมาตรฐาน ความสะอาด ความสะดวก และปลอดภัย

การเสริมสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการเดินทางและพักผ่อนในประเทศ ด้วยการใช้เทคโนโลยีในการติดตามและเฝ้าระวังผ่านระบบ Application ลงทะเบียนไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อให้สามารถตรวจสอบการเดินทางและการกักกันได้หากมีการแพร่ระบาดของ COVID 19 นอกจากนี้ ควรผลักดันให้สถานประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรม ทั้งโรงแรม ร้านอาหาร สถานบริการ สามารถปรับปรุงกิจการให้เข้าสู่มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย เพื่อรองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะอาดและปลอดภัย

3) ความยั่งยืน

การส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรม (Green Supply Chain) คือ ตั้งแต่การเดินทาง ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก ร้านค้าของที่ระลึก ครอบคลุมถึงผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) ให้แก่ผู้ประกอบการ เช่น วัตถุดิบอาหารที่เป็นเกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัย การใช้วัตถุดิบที่หาได้จากท้องถิ่นหรือชุมชนใกล้เคียงท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มโอกาสให้ชุมชนได้เข้าถึงรายได้จากการท่องเที่ยว อันจะส่งผลให้ชุมชนห่วงแหนและรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นแหล่งดึงดูดการท่องเที่ยว รวมถึงช่วยดูแลให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่

การสร้างระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ (Big Data) ที่ให้ภาคเอกชนสามารถเข้าถึงได้สะดวก เพื่อนำข้อมูลของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวไปใช้วิเคราะห์พฤติกรรม สร้างกลยุทธ์แหล่งท่องเที่ยว สร้างสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนาระบบข้อมูลการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม อาทิ ปัญหาขยะ ปัญหานักท่องเที่ยวกระจุกตัวในแหล่งท่องเที่ยว ได้อย่างเหมาะสม

4) การสื่อสาร

สิ่งสำคัญของการสร้างให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีการเติบโตได้อย่างยั่งยืน คือการ “สร้างแบรนด์ความเป็นไทย และการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น” เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของการท่องเที่ยวไทย และการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทราบถึงมาตรฐานของประเทศเป็นมาตรฐานที่อ้างอิงมาตรฐานสากลและเชื่อถือได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวพักผ่อนอีกครั้ง และมีการบอกต่อส่งผ่านประสบการณ์การพักผ่อนท่องเที่ยวในประเทศไทยให้แก่คนรู้จักและสังคมผ่าน Social network รูปแบบต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2561. สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2556-2560 (จำแนกตามภูมิภาค และจังหวัด). กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กัมพล และคณะ. 2559. การท่องเที่ยวไทย ความสำคัญ ความท้าทายและความยั่งยืน. ฝ่ายนโยบายเศรษฐกิจการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. Slide presentation. Bank of Thailand's Research Program on Thailand's Future Growth วันที่ 16 พฤษภาคม 2559. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2560 จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/Presentation_Summary_TourismEngineGrowth.pdf
- คณะประมง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2561. โครงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการ ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่. รายงานฉบับสมบูรณ์. เสนอต่อกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
- ดร.ชเนิ เอ็มพันธุ์และคณะ. 2562. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่หมู่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่. รายงานฉบับสมบูรณ์. เสนอต่อสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
- ไทยรัฐออนไลน์. 2562. เปิดรางวัลทั่วโลกมอบให้ไทย. ข่าว. เว็บไซต์. 18 กุมภาพันธ์ 2562. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/business/1498221>
- ธรรมศักดิ์ ยี่มิน และคณะ. 2555. โครงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการ ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน จังหวัดพังงา. รายงานฉบับสมบูรณ์. เสนอต่อกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
- ธรรมศักดิ์ ยี่มิน และคณะ. 2558. โครงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการ ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ อ่าวพังงา จังหวัดพังงา. รายงานฉบับสมบูรณ์. เสนอต่อกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
- ภาวิณี เอี่ยมตระกูล และคณะ. 2561. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการยกระดับความปลอดภัยทางถนน กรณีศึกษา การเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่, วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปีที่14 ฉบับที่2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2561
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2561. ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนปี 2561 โอกาสขยายฐานลูกค้า Medical Tourism สู่ตลาดนักท่องเที่ยวจีน. บทวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจ. กระแสทรรศน์ฉบับที่ 2912. 4 มิถุนายน 2561. สืบค้นจาก <https://kasikomresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z2912.aspx>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2563. ตลาดไทยเที่ยวไทยกับโจทย์ธุรกิจที่ไม่เหมือนเดิมหลังโควิด-19 คาดทั้งปี 2563 คนไทยเดินทางในประเทศเหลือประมาณ 79.5-89.5 ล้านคน-ครั้ง. กระแสทรรศน์ฉบับที่ 3104. 30 เมษายน 2563. สืบค้นจาก <https://kasikomresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/TravelTH-z3104.aspx>
- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา. 2562. ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน. แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2562-64. มิถุนายน 2562. สืบค้นจาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/42e5f42d-4465-4304-92af-60e3c2539460/IO_Private_Hospital_190218_TH_EX.aspx

- สถณี อาชวานันทกุล. 2560. การท่องเที่ยว “ไซส์ใหญ่” กับการพัฒนาที่ “ไม่ยั่งยืน”. TAT Review ไตรมาสที่ 3/2560 กรกฎาคม-กันยายน. สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2017/menu-32017/791-32017-big-size>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2562. รายงานการจัดทำบัญชีประชาชาติ ด้านการท่องเที่ยว ฉบับสมบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ 2561. โครงการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account : TSA). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2563. สถานการณ์การท่องเที่ยวเดือนกรกฎาคม 2563. กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2563. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2562. โครงการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account : TSA). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ
- Forbes. 2020. Coronavirus Cost Global Tourism \$320 Billion In Just Five Months. News. Jul 28, 2020. Retrieve from <https://www.forbes.com/sites/carlieporterfield/2020/07/28/coronavirus-cost-global-tourism-320-billion-in-just-five-months/#78db10a34fdf>
- Nicky Scott. 2018. Closed to tourists! Koh Phi Phi & Boracay. Where next?. Backpacker.sout east asia website. April 1st, 2018 Retrieve from <https://southeastasiabackpacker.com/koh-phi-phi-boracay-closed/>
- Nikola Mečiarová, 2017. When tourism is unsustainable: anti-tourism protests across Europe. Ecobnb website. Retrieve from <https://ecobnb.com/blog/2017/08/tourism-unsustainable-protests-europe/>
- Revfine.com. 2020. Tourism trends: the latest opportunities for the tourism industry. Website. Retrieve from <https://www.revfine.com/tourism-trends/>
- The Asian Post. 2019. AirAsia pushing sustainable tourism. 10 August 2019. Retrieve from <https://theasianpost.com/article/airasia-pushing-sustainable-tourism>
- The Asian Post. 2020. How technology is changing tourism. 25 July 2020. Retrieve from <https://theasianpost.com/article/how-technology-changing-tourism>
- UNWTO. 2019. International Tourism Highlights, 2019 edition. Book. Retrieve from <https://doi.org/10.18111/9789284421152>
- UNWTO. 2020. International tourist arrivals could fall by 20-30% in 2020. News. 26 Mar 2020. Retrieve from <https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020?fbclid=IwAR16K0qo%20-Eie93vErztAErAw5Uj3hvxvBrOs9W2GF3TknxwS65SHoE8J8do>
- World travel & tourism council. 2019. Travel & Tourism Global Economic Impact & Trends 2019. London. Retrieve from <http://ambassade-ethiopie.fr/onewebmedia/Tourism-WTTC-Global-Economic-Impact-Trends-2019.pdf>¹