

บทที่ 8

การคาดการณ์ภาพอนาคต

การคาดการณ์ภาพอนาคตเป็นกระบวนการที่มุ่งสร้างชุดข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับอนาคตทางเลือก เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการวางแผนและดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ของบุคคลหรือองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเตรียมพร้อมรับมือกับความไม่แน่นอนและปัจจัยเสี่ยงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ขั้นตอนสำคัญประการหนึ่งของการคาดการณ์ภาพอนาคตคือการกวาดสัญญาณ (Scanning) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่จะช่วยทำให้เห็นภาพรวมเกี่ยวกับแนวโน้ม ปัจจัยขับเคลื่อน และเงื่อนไขของสิ่งที่ต้องการศึกษา ส่วนขั้นตอนต่อจากนั้นคือการพัฒนาผังระบบ (System mapping) ซึ่งเป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยขับเคลื่อนต่างๆ ที่จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในเชิงระบบในเรื่องที่สนใจศึกษา ทั้งสองขั้นตอนดังกล่าวถือเป็นพื้นฐานของการฉายภาพอนาคตทางเลือก (Alternative futures) และการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic planning) ในขั้นตอนต่อไป

เนื้อหาในบทนี้นำเสนอผลการกวาดสัญญาณ ประกอบด้วยแนวโน้มสำคัญ ปัจจัยขับเคลื่อน เหตุไม่คาดฝัน และสัญญาณอ่อนที่จะมีผลต่อการท่องเที่ยวไทย รวมถึงการพัฒนาผังระบบเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์การท่องเที่ยวไทย และการวิเคราะห์ระดับความไม่แน่นอนและผลกระทบของปัจจัยขับเคลื่อนจากนั้นจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ภาพอนาคตฐานตามแนวโน้มปัจจุบัน

8.1 กวาดสัญญาณ

ขั้นตอนสำคัญในการคาดการณ์ภาพอนาคตคือการกวาดสัญญาณของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับประเด็นหรือปัจจัยที่สนใจ และการวิเคราะห์หาปัจจัยขับเคลื่อนที่เป็นสาเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น รวมไปถึงปัจจัยหน่วงที่ทำให้ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนแปลงช้า เนื้อหาในบทนี้นำเสนอผลการกวาดสัญญาณการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญและคาดว่าจะมีผลอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในอนาคตระยะกลางถึงระยะยาว รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแต่ละด้าน

8.1.1 แนวโน้ม ปัจจัยขับเคลื่อน และปัจจัยหน่วงของการท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องหลายยุคหลายสมัย ในยุคก่อนสมัยใหม่ (Premodern) การเดินทางท่องเที่ยวโดยมากเป็นการเดินทางของกลุ่มชนชั้นสูงที่มีจุดหมายปลายทางเฉพาะจุด เช่น การเดินทางท่องเที่ยวล่องแม่น้ำไนล์ โดยเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยววนั้นเพื่อชื่นชมความสวยงาม แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคนี้จึงเน้นการพัฒนาจุดหรือแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก ต่อมาในยุคสมัยใหม่ (Modern) ผู้คนที่เป็นคนทำงานเริ่มมีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนที่มีลักษณะการทำงานเป็นงานประจำและมีวันหยุด โดยกลุ่มคนเหล่านี้จะเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดนั้นและมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวก่อนข้างมีมาตรฐานหรือมีโครงสร้าง เนื่องจากในยุคนั้นมีต้นทุนในการเดินทางท่องเที่ยวค่อนข้างสูง การพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงนี้จะมีลักษณะเป็นการพัฒนา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism industry) ที่มีการพัฒนาทั้งห่วงโซ่อุปทาน เช่น สายการบิน บริษัททัวร์ โรงแรม ธุรกิจการท่องเที่ยวจึงมีความเป็นอุตสาหกรรม (Industrial) มากขึ้นทั้งในเชิงการผลิตและการบริโภค

ในยุคปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวมีลักษณะกึ่ง ๆ ระหว่างยุคสมัยใหม่กับหลังสมัยใหม่ (Postmodern) ที่เริ่มใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลมากขึ้นกว่าเดิม การท่องเที่ยวของผู้คนมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายมากขึ้น ไม่เพียงแต่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเท่านั้น แต่ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาประสบการณ์ คุณค่าพิเศษ ค้นหาตนเอง ทำความเข้าใจคนอื่น หรือศึกษาวัฒนธรรมของคนในพื้นที่อื่นมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวมีความเคลื่อนไหวของความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น พื้นที่ของการท่องเที่ยวจะเป็นระนาบมากขึ้น โดยสามารถเดินทางท่องเที่ยวไปในหลากหลายพื้นที่ และอาจจะไม่ได้ตั้งใจไปในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งเป็นการเฉพาะ

Ikiz (2019) ได้อธิบายลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ที่สำคัญ คือ 1) นักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง และความต้องการที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม 2) นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับการได้รับประสบการณ์ที่หลากหลาย 3) นักท่องเที่ยวมีเทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญในชีวิต โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัลและสารสนเทศ ซึ่งช่วยให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้จำนวนมาก 4) นักท่องเที่ยวมักเล็งเห็นเส้นทางไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีมวลชนหนาแน่น 5) นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ที่จริงแท้ 6) นักท่องเที่ยวให้การยอมรับทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมยอดนิยมอย่างไม่แตกต่างกัน และ 7) นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างประสบการณ์

เมื่อพิจารณาว่าจำนวนประชากรชนชั้นกลางในหลายประเทศเพิ่มขึ้นและมีอยู่จำนวนมาก และคนเหล่านี้อาจยังไม่เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวในระยะสั้นและกลางสำหรับระดับโลกและสำหรับประเทศไทย จึงน่าจะมีทั้งรูปแบบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบเดิมในแนวท่องเที่ยวเป็นกลุ่มและมีการกำหนดการชัดเจน และรูปแบบใหม่ที่มีความยืดหยุ่นทั้งในด้านกิจกรรม เวลาและสถานที่ ความท้าทายในเชิงยุทธศาสตร์สำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่การเลือก และกำหนดส่วนผสมของการท่องเที่ยวทั้งสองรูปแบบให้เกิดประโยชน์และความเป็นธรรมสูงสุด

การวิเคราะห์ภาพการเปลี่ยนแปลงเพื่อการคาดการณ์อนาคต นักวิเคราะห์จำเป็นต้องจับสัญญาณไม่เพียงแต่แนวโน้มหนึ่ง แต่ต้องมองเห็นแนวโน้มตรงกันข้าม (Countertrend) ของแนวโน้มนั้นด้วย ขั้นตอนสำคัญในการกวาดสัญญาณจึงอยู่ที่การค้นหาภาพเชิงปฏิทรรศน์หรือพาราด็อกซ์ (Paradox) ซึ่งคือภาพการเปลี่ยนแปลงที่ดูเหมือนย้อนแย้งกัน

หนึ่งในภาพเชิงปฏิทรรศน์ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคตเกี่ยวข้องกับคุณค่าที่นักท่องเที่ยวมีกับพื้นที่หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่อาจเปลี่ยนไป การท่องเที่ยวโดยพื้นฐานแล้วเป็นเศรษฐกิจภาคบริการที่มีลักษณะพิเศษที่เรียกว่า “ความยึดติดกับพื้นที่” (Spatial fixity) ผู้ให้บริการท่องเที่ยวจึงต้องจัดหาสินค้าให้กับผู้บริโภค สถานที่ใดที่หนึ่งโดยเฉพาะ พร้อมกันนี้ นักท่องเที่ยวก็ “บริโภค” สถานที่ที่สินค้าและบริการท่องเที่ยวตั้งอยู่ พื้นที่จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งในแง่ของฐานการผลิตของผู้ผลิตด้านการท่องเที่ยวและฐานการบริโภคของนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับพื้นที่ที่อาจเปลี่ยนไปตามพัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล แนวโน้มสำคัญด้านการท่องเที่ยวคือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการใช้โทรศัพท์มือถือและช่องทางดิจิทัลในทุกขั้นตอนของเส้นทางการท่องเที่ยว (Customer journey) และในทุกส่วนของห่วงโซ่อุปทาน

การท่องเที่ยว จากการกวาดสัญญาณในงานนี้พบว่า เป็นที่แน่นอนว่าเทคโนโลยีดิจิทัลจะยิ่งพัฒนาก้าวหน้าไปยิ่งขึ้นอีก โดยเฉพาะกลุ่มเทคโนโลยีความจริงเสมือน (Virtual technology) ความเป็นจริงเสริม (Augmented reality) และความเป็นจริงผสม (Mixed reality) ที่เชื่อมต่อกันกับอุปกรณ์ต่างๆ เข้าด้วยกัน ความก้าวหน้าและแพร่หลายของเทคโนโลยีเหล่านี้ อาจทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยลงกับสถานที่หรือที่ตั้งในเชิงกายภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะสามารถท่องเที่ยวผ่านอุปกรณ์ดิจิทัลและเทคโนโลยีเสมือนจริงได้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้ามาถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะอยู่ที่ใดของโลก

แต่ในทางกลับกัน แม้ว่าเทคโนโลยีจะพัฒนาและนำมาใช้ในการสนับสนุนการท่องเที่ยวมากเพียงใด แต่นักท่องเที่ยวก็ยังคงต้องการเดินทางเข้าไปในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อไปรับประสบการณ์ตรง และยังคงให้ความสำคัญกับสถานที่และให้คุณค่ากับความจริงแท้ (Authenticity) ของประสบการณ์นั้น โดยเฉพาะเมื่อสัมผัสสมมุขกลายเป็นสิ่งที่ผู้คนถวิลหา ท่ามกลางชีวิตปกติที่เต็มไปด้วยสิ่งประดิษฐ์ ดังนั้น พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตก็ยังไม่แน่อนว่าจะเปลี่ยนไปในทิศทางใดในอนาคต ทั้งในด้านการให้คุณค่าและความต้องการของนักท่องเที่ยว ความเข้าใจในทางเลือกของอนาคตที่อาจเกิดขึ้นได้จริงนี้ เป็นพื้นฐานของการวางแผนยุทธศาสตร์ทั้งสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและสำหรับการวางแผนนโยบายสาธารณะ

ในขั้นแรกของการมองภาพอนาคต คณะผู้ศึกษาได้วิเคราะห์แนวโน้มสำคัญของการท่องเที่ยว ปัจจัยขับเคลื่อนและปัจจัยหน่วงที่จะมีผลต่อทิศทางการเติบโตของการท่องเที่ยว ผลจากการกวาดสัญญาณสามารถสรุปเป็นแนวโน้มที่สำคัญและปัจจัยขับเคลื่อนของการท่องเที่ยวในภาพรวมได้ดังนี้

การเดินทางท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและประสบการณ์เพิ่มขึ้น เป็นแนวโน้มสำคัญของการท่องเที่ยวหลังยุคสมัยใหม่ เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครหรือต้องการประสบการณ์ท่องเที่ยวในระดับที่ลึกซึ้งมากขึ้น เพื่อให้ตนเองมีโอกาสพัฒนาตนเองหรือค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิตตามแนวโน้มนี้ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ไม่ค่อยมีคนรู้จักมากขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลและเจนเนอเรชันแซด (Z) ในปัจจุบันและในอนาคตอีก 20 ปีต่อจากนี้ไปจะกลายเป็นประชากรส่วนใหญ่ของวัยทำงาน นอกจากนี้ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวมีแนวโน้มเป็นกลุ่มเล็กหรือหากเป็นการท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์ ก็เป็นทัวร์ที่สามารถออกแบบได้ด้วยตนเอง (Private and customized tour) เช่น ทัวร์ท่องเที่ยวขั้วโลกเหนือ ทัวร์ปีนเขาเอเวอเรสต์ ทัวร์ซาฟารีในแอฟริกา ทัวร์ที่เน้นรับประทานอาหารมื้อหรูในร้านระดับ Michelin star และชิมไวน์ที่มีชื่อเสียง ทัวร์เจาะลึกงานด้านสถาปัตยกรรม เป็นต้น การเดินทางท่องเที่ยวแนวโน้มนี้จะเน้นการเดินทางกับคนรู้จัก เช่น กลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน เป็นต้น

รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวยืดหยุ่นมากขึ้น คนรุ่นมิลเลนเนียลและเจนเนอเรชันแซดมีค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับความเป็นอิสระและความยืดหยุ่นในการบรรลุเป้าหมายในชีวิต จึงมีแนวโน้มแสวงหาความสมดุลระหว่างการทำงานและวิถีชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ของตนเอง การขยายตัวของเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลทั้งเศรษฐกิจแบบกิก (Gig economy) และเศรษฐกิจแบ่งการใช้ประโยชน์ (Sharing economy) เริ่มเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสัมพันธ์และสร้างความคาดหวังใหม่ระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิต ผลลัพธ์หนึ่งที่เกิดขึ้นคือการเดินทางท่องเที่ยวอาจมีความยืดหยุ่นมากขึ้นด้วย ทั้งในด้านเวลา ช่วงเวลา และสถานที่ท่องเที่ยว

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีส่วนผลักดันให้คนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่จะสามารถช่วยเหลือและแก้ปัญหาในการเดินทางและทำกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวได้ การศึกษาของ Hammond (2019) ได้คาดการณ์ภาพอนาคตการท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2583 และชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีดิจิทัลจะเข้ามาจัดการอุปสรรคสำคัญ คือ อุปสรรคด้านภาษาภายใน พ.ศ. 2583 และจะทำให้ผู้เดินทางจะสามารถเข้าใจภาษาที่พูดรอบตัวและสื่อสารภาษาท้องถิ่นได้ทันทีผ่านอุปกรณ์ช่วยแปลแบบทันทีหรือเรียลไทม์ ผลดังกล่าวจะยิ่งส่งเสริมให้เกิดการเดินทางและการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่มากขึ้น ผู้คนก็จะกล้าเดินทางเที่ยวในจุดหมายปลายทางที่แปลกใหม่มากขึ้น เกิดแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ๆ มากขึ้นด้วย แต่ในขณะเดียวกัน Metaverse ก็จะมีบทบาทที่อาจจะเพิ่มความสนใจหรือลดแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

การท่องเที่ยวมุ่งผลยั่งยืนมากขึ้น แนวโน้มสำคัญที่เกิดขึ้นทั้งในวงนโยบายสาธารณะและวงการธุรกิจคือ การดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) แนวโน้มดังกล่าวจะทำให้การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่มุ่งผลยั่งยืนมากขึ้น ทั้งในแง่ผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและคนท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสร้างก๊าซเรือนกระจก การใช้ที่ดินและน้ำ การบริโภคอาหาร และผลกระทบจากการท่องเที่ยวล้นเกิน (Over-tourism) ต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น (OECD, 2018) ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวก็เริ่มใส่ใจการท่องเที่ยวและมีความรับผิดชอบในการท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยดังกล่าวจะเป็นแรงเสริมสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาบริการการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้ไปสู่เป้าหมายที่ยั่งยืนได้มากขึ้น

ช่องทางออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลและพื้นที่หลักสำหรับการค้นหาและให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น ในยุคปัจจุบันเป็นยุคของการรวบรวมข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีความรวดเร็วสร้างผลกระทบและสร้างโอกาสสูง ในขณะเดียวกันการเข้าถึงข้อมูลก็ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีความสมบูรณ์มากขึ้น ทำให้การวางแผนและการตัดสินใจดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้คนจำนวนมากก็ยินดีที่จะแบ่งปันข้อมูลในพื้นที่ออนไลน์เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่ยุติธรรม และเกิดเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ช่องทางออนไลน์จึงกลายเป็นช่องทางที่มีความสำคัญมากขึ้นในการค้นหาและตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ บทบาทของผู้มีอิทธิพลออนไลน์หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ในสื่อออนไลน์จะยังมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงการใช้สื่อเครือข่ายสังคม (Social media network) ในการทำการตลาดที่จะมีมากขึ้นด้วย ก็จะมีเพิ่มช่องทางการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้ ผลจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก็ยิ่งทำให้มีการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถมอบประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ในระดับประสาทสัมผัสที่หลากหลายมากขึ้น (Sensory richness) อีกทั้งยังเกิดการหลอมรวมระหว่างโลกออนไลน์และออฟไลน์ (Online/offline integration) และการบรรจบกันอย่างสมบูรณ์ (Complete convergence) ระหว่างโลกออฟไลน์และออนไลน์ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนวิธีการตอบโต้ระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ นอกจากนี้ ในอนาคตบทบาทของโซเชียลมีเดียโดยผู้ที่ไม่ใช่มนุษย์ (Social media by non-humans) จะเพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ จะมีการใช้ปัญญาประดิษฐ์ใน

รูปแบบของบอท (Bots) ผู้มีอิทธิพลเสมือน (Virtual influencers) และอุปกรณ์อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง หรือ IoT แทรกซึมอยู่ในโซเชียลมีเดียมากขึ้น (Appel, Grewal, Hadi, & Stephen, 2020)

ข้อมูลกลายเป็นปัจจัยการผลิตสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยว เทคโนโลยีมีบทบาทมากขึ้นในการเปลี่ยนโฉมหน้าการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแบบเสมือนจริงได้ เป็นต้น นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งและ Machine learning ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล ภาคธุรกิจสามารถนำเทคโนโลยีดังกล่าวไปประยุกต์ในกระบวนการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสามารถให้บริการลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ อย่างไรก็ตาม ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มที่จะรับเอาเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่มาใช้มากขึ้น เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น เทคโนโลยีใหม่ๆ จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการผลิตข้อมูลเพื่อใช้เป็นปัจจัยการผลิตในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว ข้อมูลเหล่านั้นจะเป็นปัจจัยนำเข้าสำคัญในการกำหนดแนวทางและยุทธศาสตร์การให้บริการด้านการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพิ่มขึ้น ความต้องการของผู้มาเยือนจะพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ (Evolving visitor demand) อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนลักษณะภูมิประชากร การขยายตัวของกลุ่มชนชั้นกลางของโลก อันเป็นผลมาจากการเติบโตของกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่ช่วยเพิ่มอำนาจซื้อให้กับบุคคลและสร้างตลาดการท่องเที่ยวใหม่ในโลก และเป็นตลาดเศรษฐกิจสำคัญ เช่น จีน อินเดีย และบราซิล

นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรสูงวัยทั่วโลกก็ทำให้เกิดความต้องการเฉพาะในการท่องเที่ยว รวมถึงการเกิดของคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะกลายเป็นผู้บริโภคกลุ่มหลักในตลาดท่องเที่ยวใหม่เช่นกัน (OECD, 2018) คนกลุ่มใหม่เหล่านี้จะเป็นกลุ่มขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโลก มีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการ เพื่อที่จะได้เตรียมการรับมือทั้งในแง่การจัดบริการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้อง และการควบคุมไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อไป

การเติบโตของการลงทุนด้านการท่องเที่ยวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มจะเป็นการลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งอาจมีผลทำให้เกิดการครอบงำในธุรกิจท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ระบบแพลตฟอร์มออนไลน์ทำให้ผู้ประกอบการขนาดใหญ่จากต่างประเทศ สามารถใช้เครื่องมือที่มีอยู่ในการสร้างอำนาจเหนือตลาด (Market power) ที่ส่งผลต่อการกระจายรายได้และผลประโยชน์ที่เกิดกับคนในพื้นที่

การเติบโตของธุรกิจการบิน การเดินทางทางอากาศเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผลจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอากาศยาน การปรับปรุงด้านการสื่อสาร และกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบกับช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19 ที่หลายประเทศได้ทำความตกลงร่วมกันเรื่อง การเปิดพรมแดนทางอากาศยาน รวมถึงผ่อนปรนกฎระเบียบต่างๆ เพื่อให้การเดินทางข้ามพรมแดนง่ายขึ้น เช่น การเดินทางท่องเที่ยวแบบไม่ต้องขอวีซ่า เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลทำให้ความต้องการเดินทางทางอากาศและปริมาณการจราจรทางอากาศเพิ่มขึ้น The International Air Transport Association (2020) ได้คาดการณ์การเติบโตของผู้เดินทาง โดยวิเคราะห์จากแนวโน้มปัจจุบันในสถานการณ์ปกติหากไม่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในอีก 20 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2562-2582) พบว่า อัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารอยู่ในช่วงร้อยละ 3.2-5.3 ต่อปี

อย่างไรก็ดี การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการบินในระยะสั้น โดยจำนวนผู้โดยสารได้ลดลงอย่างมากใน พ.ศ. 2563 แต่คาดว่าจะค่อยๆฟื้นตัวใน พ.ศ. 2564-2565 นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังทำให้การเดินทางข้ามพรมแดนนานาชาติกลายเป็นเรื่องซับซ้อนมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวยังไม่สามารถวางแผน วิธีการเดินทาง ได้อย่างสะดวกเหมือนช่วงก่อนการระบาด และอุปสรรคก็ยังคงมีอยู่มาก จนกว่าการระบาดจะลดน้อยลงมาก หรือจนกว่าประชาชนจำนวนมากได้รับการฉีดวัคซีน และเกิดภูมิคุ้มกันหมู่ (Herd immunity) ในวงกว้าง

การแข่งขันเพื่อรักษาสมดุลอำนาจในเชิงภูมิรัฐศาสตร์และการเปลี่ยนขั้วอำนาจ แนวโน้มการแย่งชิงอำนาจระดับโลกระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนนับวันจะยิ่งเพิ่มความชัดเจนมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการเมืองและความมั่นคง แต่รวมไปถึงด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ความตึงเครียดในเชิงภูมิรัฐศาสตร์นี้ย่อมมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในระดับโลก นับตั้งแต่ธุรกิจการบินที่ต้องพึ่งความร่วมมือระหว่างประเทศ ไปจนถึงการเลือกใช้มาตรฐานเทคโนโลยีที่สะท้อนการแข่งขันทางการค้าและทางการเมืองของประเทศมหาอำนาจที่เป็นเจ้าของเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มที่รองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน

นอกจากนี้ ในบางกรณี ประเทศมหาอำนาจอาจใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการต่อรองระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในระดับทวิภาคี โดยเฉพาะเมื่อประเทศปลายทางต้องพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวจำนวนมากจากประเทศต้นทาง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือประเทศจีน ซึ่งส่งออกนักท่องเที่ยวจำนวนมากไปหลายประเทศทั่วโลก นโยบายของรัฐบาลจีนมีผลอย่างยิ่งต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนในต่างประเทศ และมีผลกระทบสืบเนื่องอย่างมากต่อเศรษฐกิจท่องเที่ยวในประเทศปลายทาง

การท่องเที่ยวแบบไร้เงินสดเพิ่มขึ้น เทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบดิจิทัลช่วยอำนวยความสะดวกด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้มีความนิยมใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สะท้อนจากอัตราการเพิ่มขึ้นของปริมาณธุรกรรมชำระเงินด้วยเงินสดด้วยระบบดิจิทัลที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในกิจกรรมการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น รับประทานอาหาร การซื้อของในร้านค้า และความบันเทิง ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการเติบโตของบริษัทและความนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและการแพร่หลายของสมาร์ทโฟน นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มจะมีการใช้เงินสดดิจิทัลมากขึ้นในอนาคต ยกตัวอย่างประเทศจีนที่ได้ทดลองใช้เงินหยวนดิจิทัลเพื่อแทนที่การใช้เงินในรูปแบบกระดาษ โดยเงินหยวนดิจิทัลนี้จะถูกเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มบริการชำระเงินหลายๆ ราย เช่น AliPay, WeChat Pay และแพลตฟอร์มอื่นๆ อีกจำนวนมาก รวมถึงยังมีงานวิจัยที่สะท้อนให้เห็นมุมมองของนักท่องเที่ยวที่ให้การยอมรับการใช้เงินดิจิทัลของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวมากขึ้น (Treiblmaier, Leung, Kwok, & Tham, 2020)

การเฝ้าระวังเหตุร้ายและการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์มีความสำคัญมากขึ้น ความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการก่อเหตุร้ายที่มักส่งผลกระทบอย่างมากต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการไปเยือนจุดหมายปลายทาง อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ของ Deloitte และ STR Global ซึ่งให้เห็นว่าระยะเวลาในการฟื้นตัวจากผลสะเทือนจากการก่อเหตุร้ายมีแนวโน้มสั้นลงอย่างมากในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา (Oaten, Quesne, & Segal, 2015) แต่ในยุคปัจจุบัน ความเสี่ยงด้านไซเบอร์กลับเพิ่มสูงขึ้นมาก รัฐบาลทั่วโลกได้มีระบบติดตามและปรับปรุงกลยุทธ์การรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมที่มีแนวโน้มถูกโจมตีทางไซเบอร์มาก

ที่สุด ด้วยความปลอดภัยทั้งทางด้านกายภาพและดิจิทัลมีผลกระทบอย่างมากต่อทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว หลายฝ่ายจึงให้ความสำคัญกับการเฝ้าระวังเหตุร้ายและการรักษาความปลอดภัยเพิ่มขึ้น

สำหรับประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐได้มีการมองภาพอนาคตของการท่องเที่ยวไทย โดยสะท้อนออกมาเป็นวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ที่มุ่งให้ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่ได้เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” และเพื่อให้สามารถบรรลุภาพวิสัยทัศน์ดังกล่าวจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวไทย แบ่งออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และสินค้า บริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์วิถีไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวและสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวสำหรับประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างสมดุลในนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความมั่นใจของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริม การมีส่วนร่วม และบูรณาการของภาครัฐ เอกชน และชุมชน ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการร่วมมือระหว่างประเทศ

จากกรอบวิสัยทัศน์ข้างต้นสะท้อนถึงภาพอนาคตพึงประสงค์ (Preferable future) ของการท่องเที่ยวประเทศไทยที่มุ่งให้การท่องเที่ยวไทยมีความยั่งยืนมากขึ้นทั้งในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การจัดสมดุลของตลาดนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคีในระดับต่างๆ ทั้งภายในและระหว่างประเทศ รวมถึงเน้นการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มบนพื้นฐานความเป็นไทยและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก (Grassroots economy) มากขึ้น จากยุทธศาสตร์ต่างๆ ข้างต้นชี้ให้เห็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในระยะถัดไป ซึ่งจะเป็นฐานสำหรับการวิเคราะห์ภาพอนาคตการท่องเที่ยวไทย อย่างไรก็ตาม ภาพอนาคตดังกล่าวไม่ได้พิจารณาถึงความไม่แน่นอนและความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการเดินทางยุทธศาสตร์ที่จะมีผลทำให้ภาพอนาคตที่คาดหวังนั้นเปลี่ยนไป โดยเฉพาะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่กำลังแพร่ระบาดอยู่ในปัจจุบัน และยังไม่สามารถประเมินผลกระทบได้อย่างชัดเจนในระยะสั้น

สำหรับแนวโน้มและประเด็นสำคัญในระดับเมือง พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตมีแนวโน้มสำคัญที่เป็นทั้งโอกาสและความท้าทาย โดยเฉพาะผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากที่คณะผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มร่วมกับภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวสำคัญใน 3 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ต สามารถสรุปแนวโน้มสำคัญที่เป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของการท่องเที่ยวในแต่ละเมืองในอนาคตได้ ดังนี้

กรุงเทพมหานคร

1) การท่องเที่ยวมีรูปแบบหลากหลายและรองรับกลุ่มคนที่หลากหลายมากขึ้น การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มจะเกิดกลุ่มการท่องเที่ยวระดับย่อย (Segment) มากขึ้น อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและบทบาทของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งทำให้เกิดการท่องเที่ยวขนาดเล็กกระจายไปทั่วเมือง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงไลฟ์สไตล์ เช่น การเที่ยวตามร้านค้ากาแฟและร้านกาแฟที่มีลูกเล่นเฉพาะ เป็นต้น นอกจากนี้ กรุงเทพมหานครยังเป็นพื้นที่ศักยภาพที่สามารถรองรับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายในอนาคต เช่น กลุ่มดิจิทัลนอแมด (Digital nomad) กลุ่มที่ไม่ถือสัญชาติ (Stateless) กลุ่มเจนเนอเรชันแอลฟา เป็นต้น เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีความสามารถในการปรับตัวและมีความยืดหยุ่นสูง จึงเป็นโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในการดึงดูดกลุ่มคนเหล่านี้ที่จะเข้ามาท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับเมืองมากขึ้น

นอกจากนี้ กรุงเทพมหานครยังเป็นเมืองปลายทางสุดสัปดาห์ (Weekend destination) ของกลุ่มชั้นนำ (Elite) ในภูมิภาคอาเซียน คนกลุ่มนี้มักจะเดินทางมาจับจ่ายซื้อของและมาร่วมงานอีเวนต์ใหญ่ (Mega event) ต่างๆ และมีการใช้จ่ายสูง นอกจากนี้ ในระยะ 5 ปี ข้างหน้า กิจกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครน่าจะนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อดิจิทัลมากขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวผ่านการถ่ายทอดสด (Streaming live tour) และการท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีความจริงผสม (Mixed reality) ที่เกิดขึ้นอย่างแน่นอน

2) พื้นที่ท่องเที่ยวยังกระจุกตัวสูง ในเชิงพื้นที่ท่องเที่ยว พบว่า ย่านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในเขตพระนคร เกาะรัตนโกสินทร์ และย่านใจกลางเมือง ส่วนด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวก็ยังคงเน้นกิจกรรมประเภทบริการที่ตอบสนองวิถีชีวิตสมัยใหม่ โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น สยามพารากอน ไอคอนสยาม เป็นต้น ในขณะที่การสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ยังคงมีน้อยมาก

3) การพัฒนาการท่องเที่ยวยังมีความไม่สมดุล การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครดำเนินไปพร้อมปัญหาเมืองหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาทรุดโทรม มลพิษทางอากาศ มลพิษทางเสียง ภาระเบียดเบียนของการใช้พื้นที่ และน้ำท่วม ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวทำได้จำกัด ประกอบกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐค่อนข้างน้อย สะท้อนจากงบประมาณด้านการท่องเที่ยวที่มีจำนวนน้อยและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ยังมีไม่มากเท่าที่ควร การพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ขับเคลื่อนโดยภาคเอกชน โดยผู้ประกอบการธุรกิจในการท่องเที่ยวจะพึ่งพาตนเองเป็นหลักและมักเป็นผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มทุนใหญ่ ประเด็นนี้จึงทำให้เกิดข้อกังวลเกี่ยวกับความเป็นธรรมในการแข่งขันและการกระจายผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครที่อาจจะทำให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มทุนเล็กไม่สามารถแข่งขันได้

นอกจากนี้ การพัฒนาท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครยังมีข้อกังวลเรื่องการเกิดเจนทรifiเคชัน (Gentrification) จากการท่องเที่ยวและเกิดความความขัดแย้งระหว่างเจ้าบ้านที่เป็นคนท้องถิ่น (Host) และแขกผู้มาเยือน (Guest) รวมถึงประเด็นกังวลเกี่ยวกับการอนุญาตให้มีคอนโดมิเนียมจำนวนมาก และ

เมื่อคอนโดมิเนียมจำนวนมากเริ่มมีอายุการใช้งานที่นานและมีสภาพเสื่อมโทรม ทำให้เกิดภูมิทัศน์ที่ไม่น่ามอง เป็นประเด็นที่มีความท้าทายต่อการพัฒนาที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนและสมดุลต่อไป

เชียงใหม่

1) การสร้างฐานเศรษฐกิจที่มีความหลากหลายและกระจายความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะการมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ควบคู่กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) มากขึ้น เน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือเสริมความคิดสร้างสรรค์ (Creative product) โดยเชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ในจังหวัด ไม่พึ่งพาการท่องเที่ยวแบบเดี่ยวๆ โดยพยายามเชื่อมโยงเศรษฐกิจอื่นๆ ที่เป็นจุดแข็งของจังหวัดมากขึ้น โดยเฉพาะด้านธุรกิจอาหารที่มีแนวโน้มจะเป็นตัวขับเคลื่อนเมืองมากขึ้น เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีศักยภาพที่จะเป็นจุดหมายปลายทางด้านอาหาร (Food destination) โดยมีร้านอาหารกว่า 1.28 หมื่นร้าน สามารถเดินทางหาอาหารทานได้ตลอดวันและมีร้านที่แนะนำโดยมิชลินหลายร้าน ซึ่งสามารถพัฒนาไปเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism) นอกจากนี้ กลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยวในเชียงใหม่ยังตั้งเป้าพัฒนาการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันระหว่างด้านเกษตรและอาหาร (Agro-gastro tourism) มากขึ้น ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีแนวโน้มเฉพาะเจาะจงมากขึ้น และสามารถสร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ในการท่องเที่ยวใหม่ เช่น การท่องเที่ยวในสวนผักออร์แกนิก ไร่ชาและกาแฟ เป็นต้น

ในด้านตลาดนักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มจะมีการปรับสมดุลของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ มากขึ้น ไม่พึ่งพานักท่องเที่ยวจีนในสัดส่วนที่สูงเกินไป โดยพยายามกระจายสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ ได้แก่ จีน อินเดีย ยุโรป และเอเชียตะวันออก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระก็มีแนวโน้มมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลมากขึ้น รวมถึงบทบาทของบล็อกเกอร์ (Blogger) และอินฟลูเอนเซอร์ที่มีความสำคัญมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงความดั้งเดิมและอัตลักษณ์ของความเป็นเชียงใหม่ได้มากขึ้น

2) เน้นการท่องเที่ยวที่มุ่งสร้างประสบการณ์โดยคนท้องถิ่นมากขึ้น การท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมสร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากเชียงใหม่มีชุมชนที่มีอัตลักษณ์ที่แตกต่างหลากหลายและมีศักยภาพที่จะสร้างการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้ รวมถึงการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของให้กับชุมชน และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวตามแนวทางที่ชุมชนเป็นอยู่จริง โดยมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเข้าถึงความเป็นเชียงใหม่อย่างลึกซึ้งมากขึ้น

จากมุมมองของผู้เข้าร่วมการประชุม พื้นฐานของเมืองเชียงใหม่ถือเป็นเมืองที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมโดดเด่นอยู่แล้ว แทบจะไม่มีคำถามจำเป็นในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เนื่องจากทุนเดิมที่มีอยู่ก็สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ อย่างไรก็ตาม สิ่งควรทำเพิ่มเติมคือการสร้างแนวทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้สิ่งที่เชียงใหม่มีอยู่แล้วอย่างลึกซึ้ง โดยดึง Soft power ของชุมชนต่างๆ ที่มีอยู่มาร่วมในการพัฒนา รวมถึงยกระดับความเข้มแข็งของภาคเอกชน บูรณาการความร่วมมือของสมาคมต่างๆ ที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดเสถียรภาพและเอกภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ต่อไป

3) ความสามารถในการปรับตัวของผู้ประกอบการท้องถิ่นและความยั่งยืนของการพัฒนายังมีข้อจำกัด ผู้ประกอบการท้องถิ่นรุ่นเก่าส่วนใหญ่ยังคงยึดถือแนวคิดการพัฒนาแบบเดิม ยังเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมวลชนเพื่อสร้างรายได้จำนวนมาก ในขณะที่พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไปอย่างไรก็ดี ในปัจจุบันได้มีคนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาร่วมกันมากขึ้น แม้ว่าคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่จะมีมุมมองในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเชียงใหม่ไปในทิศทางเดียวกัน แต่อาจยังมีมุมมองด้านวิธีการดำเนินการที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งเป็นความท้าทายของการบูรณาการความร่วมมือ ประกอบกับแรงกดดันจากการเข้ามาของกลุ่มทุนใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มทุนจีนที่เข้ามาลงทุนสร้างสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวใหม่ เช่น โรงแรม ธีมปาร์ค เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาข้างต้นค่อนข้างแตกต่างกับบริบทของชุมชน จึงมีความท้าทายว่าการพัฒนาในลักษณะนี้จะสามารถเชื่อมโยงกับชุมชนได้หรือไม่อย่างไร

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชียงใหม่ก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 มีแนวโน้มการเกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและเมือง และเริ่มมีแนวโน้มที่ไม่สามารถควบคุมผลกระทบเชิงลบได้ การเติบโตของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแต่ไม่ได้ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเมือง แม้ว่าการท่องเที่ยวจะสามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก จึงเป็นความท้าทายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนมากขึ้น

ภูเก็ต

1) การท่องเที่ยวมุ่งผลความยั่งยืนมากขึ้น มุ่งสร้างสมดุลใหม่ (New balance) ของการท่องเที่ยวโดยเน้นรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงมากขึ้น เปลี่ยนการจัดการและสร้างโมเดลธุรกิจแบบใหม่ การบังคับใช้กฎหมาย และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน เนื่องจากการท่องเที่ยวหลังโควิด-19 การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) จะเกิดขึ้นได้ยาก โดยกลุ่มคนเจนเนอเรชันวายและแซตจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระ และเทคโนโลยีจะเข้ามาเปลี่ยนและพลิกโฉมการท่องเที่ยวของภูเก็ตมากขึ้น

2) เศรษฐกิจพึ่งพาการท่องเที่ยวสูง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของภูเก็ตไปจากการท่องเที่ยวทำได้ยาก เนื่องจากภูเก็ตมีพื้นฐานการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งและเป็นความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของพื้นที่ อย่างไรก็ดี การท่องเที่ยวภูเก็ตยังมีโอกาสพัฒนาต่อยอด โดยเฉพาะการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and wellness) ซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติหลายคนที่มีมองว่าภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางสุดท้ายของการใช้ชีวิต

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลักที่สร้างรายได้จำนวนมากให้กับของภูเก็ต แต่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมากลับได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะการจัดสรรงบประมาณจากภาครัฐเมื่อเทียบกับรายได้การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ผู้ประกอบการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก แม้ภูเก็ตจะมีจุดแข็งเชิงที่ตั้งและทรัพยากรธรรมชาติ แต่โครงสร้างพื้นฐานของเมืองยังเป็นจุดเจ็บปวด (Pain point) สำคัญของการท่องเที่ยวภูเก็ต รวมถึงการเดินทางในเมืองที่ยังไม่มีมาตรฐาน ซึ่งย่อมมีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

3) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเป็นรายใหญ่มากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการด้านที่พักจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่และเป็นกลุ่มทุนต่างชาติมากขึ้น ข้อได้เปรียบของกลุ่มทุนใหญ่ คือมีชุดข้อมูลข่าวสารที่สมบูรณ์ (Perfect information) ในการประกอบการ ในขณะที่ผู้ประกอบการท้องถิ่น

ยังไม่ได้ตั้งรับกับการใช้ข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยว ผลดังกล่าวอาจจะทำให้ผู้ประกอบการรายย่อย ถูกควมรวบเข้าไปในกลุ่มทุนใหญ่และแพลตฟอร์มออนไลน์ได้

โดยสรุป การท่องเที่ยวในระดับเมืองมีแนวโน้มที่จะเกิดการท่องเที่ยวล้นเกิน ซึ่งส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ ธุรกิจท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มที่จะถูกรอบงำโดยทุนใหญ่ นับเป็นข้อกังวลสำคัญในเรื่องความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท้องถิ่น โดยเฉพาะเมื่อทุนใหญ่จากต่างถิ่นและต่างชาติมีบทบาทในการครอบงำการท่องเที่ยวของเมืองมากขึ้น

อย่างไรก็ดี จากการประชุมและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละพื้นที่ พบว่า ทิศทางการพัฒนาที่พึงประสงค์การท่องเที่ยวหลังโควิด-19 ในเมืองท่องเที่ยวหลัก คือ การสร้างสมดุลในการท่องเที่ยวทั้งในด้านอุปสงค์ คือ ไม่พึ่งพาดตลาดนักท่องเที่ยวใดเป็นหลัก และเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงมากขึ้น ส่วนด้านอุปทาน คือ เน้นการท่องเที่ยวที่หลากหลายและย่อยมากขึ้น ขยายสร้างห่วงโซ่อุปทานใหม่ๆ มากขึ้น อย่างไรก็ดี บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลจะยิ่งเด่นชัดมากขึ้น และเป็นตัวแปรสำคัญที่จะพลิกโฉมการท่องเที่ยวของเมืองมากขึ้น

ผลจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้จำเป็นต้องทบทวนถึงแนวโน้มที่เป็นไปได้ในอนาคตอันใกล้ และอาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทิศทางของแนวโน้มหลักข้างต้น มิเชล เกา ผู้จัดการส่วนภูมิภาคประจำกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขงของอาเซียนของเว็บไซต์ **Booking.com** ได้ชี้ให้เห็นการปรับตัวรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคหลังโควิด-19 ในภาคการท่องเที่ยวว่า นักเดินทางทั่วโลก ร้อยละ 58 จะมองหาการท่องเที่ยวในภูมิภาคใกล้เคียงหรือภายในประเทศโดยรถยนต์ ในขณะที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเที่ยวโดยรถยนต์สูงที่สุดในโลก คิดเป็นประมาณร้อยละ 73 ผลสำรวจดังกล่าวชี้ให้เห็นศักยภาพในการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีว่ามีส่วนสำคัญในการควบคุมความเสี่ยงด้านสุขอนามัยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว มากไปกว่านั้น นักเดินทางชาวไทยจำนวนมากมีความระมัดระวังในการเดินทางมากขึ้นกับโควิด-19 และยอมรับได้กับการตรวจสอบสุขภาพเมื่อเดินทางถึงสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทาง (The Thailanders, 2563)

อย่างไรก็ดี เนื่องจากความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จะยังไม่หมดไปภายในเร็ววัน แม้ว่าจะจำนวนประชากรที่ฉีดวัคซีนจะเพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆ ก็ตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงระยะสั้นและระยะกลางคาดว่าจะจะเป็นไปตามแนวโน้มหลักดังต่อไปนี้

(1) นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสิ่งที่คุ้นเคย คาดการณ์ได้ และเชื่อถือได้มากขึ้น โดยเน้นการท่องเที่ยวในประเทศหรือในระดับภูมิภาคมากขึ้น

(2) นักท่องเที่ยวจะใส่ใจสุขภาพ สุขอนามัยและความปลอดภัยมากขึ้น ความไว้วางใจในผู้ประกอบการจึงจะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

โดยสรุป ในด้านอุปสงค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะมีการท่องเที่ยวที่เฉพาะเจาะจงตามความต้องการของแต่ละคนมากขึ้น โดยจะเป็นการท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก และมักจะวางแผนเองจากการสืบค้นข้อมูลมหาศาลที่มีการแลกเปลี่ยนกันผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ การท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มจะมีความยืดหยุ่นสูง

ในขณะที่ด้านอุปทาน ภาคธุรกิจก็มีแนวโน้มจะนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบใหม่ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง และการมุ่งสู่การท่องเที่ยวแบบไร้เงินสด นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมยังมุ่งไปสู่ผลที่เน้นความยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งมีปัจจัยขับเคลื่อนทั้งทางด้านอุปสงค์ (นักท่องเที่ยวใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น) และด้านอุปทาน (การนำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในเชิงภูมิรัฐศาสตร์ของโลกจะยังมีผลต่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ในขณะเดียวกันการเฝ้าระวังและรักษาความปลอดภัยของเหตุร้ายและความปลอดภัยไซเบอร์ยิ่งสำคัญมากขึ้น แนวโน้มเหล่านี้คาดว่าจะกลับไปเป็นเหมือนก่อนหน้าสถานการณ์โควิด

ในขณะเดียวกัน แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงบางประการที่มีมาแต่เดิมก่อนสถานการณ์โควิด-19 อาจชะลอตัวลงหรือเปลี่ยนทิศทางไป เช่น การเข้ามาของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มตลาดใหม่และการเติบโตของธุรกิจการบินระดับโลก ส่วนแนวโน้มการลงทุนด้านการท่องเที่ยวจากต่างประเทศนั้น มีโอกาสเป็นไปได้สูงที่นักลงทุนรายใหญ่ทั้งภายในและภายนอกประเทศจะเข้ามาทำธุรกิจฮาร์ดแวร์และธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในไทย โดยเฉพาะนักลงทุนจากประเทศจีนที่เศรษฐกิจสามารถฟื้นตัวได้เร็วกว่าประเทศอื่น ด้วยความเสี่ยงจากการติดเชื้อที่ต่ำกว่าประเทศอื่น และระยะการเดินทางที่ใกล้กันระหว่างจีนกับไทย ประกอบกับการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจจีน จะทำให้นักท่องเที่ยวจีนยังมีความสำคัญมากสำหรับการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวไทย

อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี 2564-2565 รัฐบาลจีนจะยังคงไม่อนุญาตให้ประชาชนคนจีนเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ หรืออาจจำกัดจำนวนอนุญาตเพียงเล็กน้อย ทั้งด้วยเหตุผลด้านความเสี่ยงของโรคระบาดโควิด-19 และเหตุผลในการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศของตนเอง

แนวโน้มหลัก ปัจจัยขับเคลื่อนและปัจจัยหนุนที่มีผลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวไทยสามารถสรุปได้ในตารางที่ 8.

ตารางที่ 8.1 แนวโน้มหลักและปัจจัยขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในอนาคต

| แนวโน้มหลัก | ปัจจัยขับเคลื่อน/ หนุน | กรอบ STEEPV |
|---|---|--|
| การเดินทางท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและประสบการณ์เพิ่มขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> • Influencer/ blogger ด้านท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น • นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นใหม่ (Y และ Z) เดินทางมากขึ้น • การท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก (Small group) เติบโตมากขึ้น • สังคมสูงวัย (ต้องการการท่องเที่ยวเฉพาะ) • นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว go local ของรัฐ/ กระแสท้องถิ่นวิถี • การทำตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Hyper personalized) ที่เข้มข้นขึ้น • ผู้บริโภคกลุ่ม LGBTQ ที่มีมากขึ้น • ผู้บริโภคสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น | <p>S</p> <p>V</p> <p>V</p> <p>S</p> <p>P</p> <p>Ec</p> <p>S</p> <p>V</p> |
| รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวยืดหยุ่นมากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> • โครงสร้างชีวิตยืดหยุ่นมากขึ้น • งานอิสระและงานออนไลน์เพิ่มขึ้น • ค่านิยมความเป็นอิสระ (Independence) และความยืดหยุ่น (flexibility) ในชีวิตของคนรุ่นใหม่ | <p>S</p> <p>Ec</p> <p>V</p> |

ตารางที่ 8.1 (ต่อ)

| แนวโน้มนหลัก | ปัจจัยขับเคลื่อน/ หน่วง | กรอบ STEEPV |
|---|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Mobile technology ในการทำงาน (Virtual desktop infrastructure (VDI), Cloud-based computing, Software as a service (SaaS)) มากขึ้น • เศรษฐกิจออนไลน์/แพลตฟอร์ม • คุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ 5 ของชีวิต • คนจีนแบ่งวันหยุดที่มีความถี่มากขึ้น | <p>T</p> <p>Ec</p> <p>V</p> <p>S</p> |
| การท่องเที่ยวมุ่งผล ยั่งยืนมากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> • ตระหนักถึงผลกระทบของภาวะโลกร้อนมากขึ้น • ผลกระทบจาก Over tourism มากขึ้น / Unbalanced Capacity use • การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เติบโตมากขึ้น คุณค่าการใส่ใจสิ่งแวดล้อม • สินค้าทางเลือกและบริการที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Eco-alternative) มีจำนวนมากขึ้น • มหาอำนาจจีนมีนโยบายแข็งในด้านอุตสาหกรรมสะอาด • นโยบายการอนุรักษ์เมืองเก่า • กระแสการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบ (Responsible tourism) • การสร้าง GHG จากการเดินทางของสายการบินที่เติบโตมากขึ้น • การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มักจะใช้ทรัพยากรมากและเกี่ยวข้องกับ การเดินทางระยะไกล (สร้างของเสียมากขึ้น) | <p>V</p> <p>En</p> <p>V</p> <p>Ec</p> <p>P</p> <p>P</p> <p>V</p> <p>En</p> <p>En</p> |
| ช่องทางออนไลน์เป็น แหล่งข้อมูลและพื้นที่ หลักสำหรับการค้นหา และให้บริการด้านการ ท่องเที่ยวแก่นัก ท่องเที่ยวมากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> • ปริมาณข้อมูลที่ไม่มีโครงสร้าง (ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ) ถูกสร้างมากขึ้น • จำนวนแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น • จำนวนผู้เชื่อมต่ออุปกรณ์ดิจิทัลเพิ่มขึ้น | <p>T</p> <p>T</p> <p>T</p> |
| ข้อมูลกลายเป็นปัจจัย การผลิตสำคัญของ ธุรกิจท่องเที่ยว | <ul style="list-style-type: none"> • นวัตกรรมใหม่เพิ่มขึ้น (Virtual Reality / Artificial Intelligence/ Voice Search & Voice Control/ Robots, chatbots and automation/ Recognition technology/ Internet of things) • อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันสูงขึ้น • นักท่องเที่ยวจะเข้าใจดิจิทัลมากยิ่งขึ้น/ ผู้คนใช้ชีวิตแบบดิจิทัลมากขึ้น • เทคโนโลยีลดการสัมผัส (Contactless technology) • นโยบายเมืองอัจฉริยะ (Smart city) | <p>T</p> <p>Ec</p> <p>S</p> <p>T</p> <p>P</p> |
| กลุ่มตลาด นักท่องเที่ยวและแหล่ง ท่องเที่ยวใหม่เพิ่มขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มชนชั้นกลางใหม่/ ร่ำรวยใหม่เพิ่มขึ้น • นักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงวัยเพิ่มขึ้น | <p>Ec</p> <p>S</p> |

ตารางที่ 8.1 (ต่อ)

| แนวโน้มหลัก | ปัจจัยขับเคลื่อน/ หน่วยงาน | กรอบ STEEPV |
|--|--|--|
| การเติบโตของการลงทุนด้านการท่องเที่ยวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> • โลกาภิวัตน์ด้านการเงินและการลงทุน • การลงทุนทางตรงจากต่างประเทศด้านการท่องเที่ยว • การพัฒนาของธุรกิจแพลตฟอร์มสำหรับการท่องเที่ยวในระดับโลกและภูมิภาค • การลงทุนรถไฟความเร็วสูงของจีนในหลายประเทศในเอเชีย • การเข้ามาครอบงำของต่างชาติในธุรกิจท่องเที่ยว • การลงทุนจากจีนในธุรกิจท่องเที่ยวในไทย | <p>Ec</p> <p>Ec</p> <p>Ec</p> <p>Ec/T</p> <p>Ec</p> <p>Ec</p> |
| การเติบโตของธุรกิจการบิน | <ul style="list-style-type: none"> • ความต้องการเดินทางจากการผ่อนปรนต่างๆ มากขึ้น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียม Visa on arrival • ทางเลือกเชื้อเพลิงและแหล่งพลังงานใหม่ • ความปลอดภัยทางไซเบอร์ • กิจกรรมรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม • ความรุนแรงของสภาพอากาศ • ความไม่มีเสถียรภาพทางภูมิรัฐศาสตร์ • การออกกฎระเบียบระหว่างประเทศเรื่องการปล่อยมลพิษและมลพิษทางเสียง • ระดับความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการบิน • ความแข็งแกร่งและความผันผวนของเศรษฐกิจโลก • การก่อการร้าย | <p>P</p> <p>T</p> <p>S</p> <p>S</p> <p>En</p> <p>P</p> <p>P</p> <p>Ec</p> <p>Ec</p> <p>S</p> |
| การแข่งขันเพื่อรักษาสมดุลอำนาจในเชิงภูมิรัฐศาสตร์/ การเปลี่ยนขั้วอำนาจ | <ul style="list-style-type: none"> • ความไม่มีเสถียรภาพของการเมืองโลก • การเติบโตของจีน • การก่อการร้ายไซเบอร์ (Tech war) | <p>P</p> <p>Ec</p> <p>T</p> |
| การท่องเที่ยวแบบไร้เงินสดเพิ่มขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> • ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล และ Contactless technology, blockchain เป็นต้น • การส่งเสริมของภาครัฐ • พฤติกรรมที่มุ่งไร้การสัมผัส • การเข้าถึงอุปกรณ์ดิจิทัลของประชาชนมากขึ้น | <p>T</p> <p>P</p> <p>V</p> <p>S</p> |
| การเฝ้าระวังเหตุร้ายและการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์มีความสำคัญมากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> • ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล IoT, AI และ Machine learning ในด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่เพิ่มขึ้น • นโยบายรักษาความปลอดภัยไซเบอร์ของภาครัฐ • ทศนคติของนักท่องเที่ยว (การยอมรับความเสี่ยงต่อเหตุร้าย) | <p>T</p> <p>P</p> <p>V</p> |

8.1.2 เหตุไม่คาดฝัน

เหตุไม่คาดฝันเป็นเหตุการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นน้อย แต่ถ้าเกิดขึ้นแล้วจะสร้างผลกระทบอย่างมากต่อภาคการท่องเที่ยว เหตุไม่คาดฝันในแต่ละครั้งได้สร้างความเสียหายให้กับภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวอย่าง

มาก และในบางกรณี ยังทำให้ทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการท่องเที่ยวเสียหายเป็นจำนวนมาก ในเบื้องต้นสามารถสรุปเหตุการณ์ไม่คาดฝันได้ดังตารางที่ 8.2

ตารางที่ 8.2 เหตุไม่คาดฝันที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย

| เหตุไม่คาดฝัน | เหตุการณ์ |
|---|--|
| เกิดจากธรรมชาติที่อยู่นอกเหนือความสามารถและการตัดสินใจของมนุษย์ | <ul style="list-style-type: none"> • ภัยธรรมชาติ (ในประเทศไทย หรือในประเทศตลาดนักท่องเที่ยว) <ul style="list-style-type: none"> ▪ สึนามิ (พ.ศ. 2547) ▪ มหาอุทกภัย (พ.ศ. 2554) ▪ แผ่นดินไหว • โรคระบาด <ul style="list-style-type: none"> ▪ โรคซาร์ส (SARS) (พ.ศ. 2545-2546) ▪ โรคไข้หวัดนกสายพันธุ์ H5N1 (พ.ศ. 2547) ▪ โรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 (H1N1) (พ.ศ. 2552) ▪ โรคเมอร์ส (MERS) (พ.ศ. 2555) ▪ โรคอีโบล่า (Ebola Haemorrhagic Fever) (พ.ศ. 2557-2559) ▪ โรคโควิด-19 (พ.ศ. 2562-ปัจจุบัน) |
| เกิดจากมนุษย์โดยไม่ได้ตั้งใจ | <ul style="list-style-type: none"> • อุบัติเหตุเรือล่ม จ. ภูเก็ต (พ.ศ. 2561) |
| เกิดจากมนุษย์โดยตั้งใจ | <ul style="list-style-type: none"> • เหตุไม่สงบทางการเมือง การชุมนุมประท้วง • การก่อการร้าย เหตุการณ์ฆ่านักท่องเที่ยว ปล้น เหตุระเบิดป่วนกรุงเทพฯ |

จากตารางข้างบน จะเห็นได้ว่าโรคระบาดถือเป็นเหตุไม่คาดฝันแบบหนึ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ก็นับเป็นเหตุไม่คาดฝันที่สร้างผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวไม่เพียงเฉพาะประเทศปลายทางของการท่องเที่ยว แต่ยังส่งผลกระทบต่อเชื่อมโยงถึงประเทศที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวไปทั่วโลก โรคระบาดครั้งนี้ถือเป็นเหตุไม่คาดฝันที่ส่งผลกระทบสูงและเป็นวงกว้างก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านการท่องเที่ยวอย่างมาก ทั้งในแง่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องมีการปรับตัวกับวิถีปกติใหม่ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องควบคุมปริมาณความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวให้ลดลง หรือสายการบินที่ต้องสร้างความสมดุลระหว่างความปลอดภัยและผลประกอบการ หรือธุรกิจโรงแรมที่จะต้องให้ความสำคัญกับความสะอาดและการใช้เทคโนโลยีไร้สัมผัส เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563ก)

อย่างไรก็ดี หากพิจารณานับตั้งแต่ พ.ศ. 2543 พบว่ามีการแพร่ระบาดของโรคระบาดทั้งหมด 6 ครั้งที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทยและในภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ 1) โรคซาร์ส (SARS) หรือโรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันร้ายแรง ในช่วง พ.ศ. 2545-2546 2) โรคไข้หวัดนกสายพันธุ์ H5N1 ในช่วง พ.ศ. 2547 3) โรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 (H1N1) ในช่วง พ.ศ. 2552 4) โรคเมอร์ส (MERS) หรือโรคทางเดินหายใจตะวันออกกลาง ในช่วง พ.ศ. 2555 5) โรคอีโบล่า (Ebola Haemorrhagic Fever) ในช่วง พ.ศ. 2557-2559 และ 6) โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Covid-19) ที่กำลังแพร่ระบาดอยู่ในปัจจุบัน

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ครั้งนี้ ถือเป็นภาวะระบาดครั้งใหญ่ที่สุดและมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยอย่างรุนแรงที่สุดและปัจจุบันก็ยังไม่มีความมั่นใจว่าจะบรรเทาลงได้ในเร็ววัน สะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยใน พ.ศ. 2563 ที่ลดลงถึงร้อยละ 83.23 และร้อยละ 82.63 ตามลำดับเมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2562 การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ยังส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวในระดับโลกอย่างรุนแรง UNWTO (อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564ก) ได้วิเคราะห์ผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่มีต่อการท่องเที่ยวของโลกว่า การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้การเติบโตของธุรกิจหลายประเภทในภาคการท่องเที่ยวหดตัวอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประวัติศาสตร์การท่องเที่ยว โดยช่วงก่อนที่จะมีการระบาดนั้น พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางทั่วโลกมากถึงปีละ 1,500 ล้านคน และการท่องเที่ยวยังเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่มีการจ้างงานมากที่สุด

การระบาดของโควิด-19 เป็นวิกฤติการณ์ที่ส่งผลกระทบอย่างมากทั้งในแนวระนาบและในแนวตั้ง โดยปกติมักจะพบว่าวิกฤติจะส่งผลที่มีวงจำกัดในระดับภูมิภาค และไม่มีผลในวงกว้างในระดับทั่วทั้งโลก ดังกรณีนี้ ส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 74 โดยภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือทวีปเอเชียและภาคพื้นมหาสมุทรแปซิฟิก นักท่องเที่ยวลดลงถึงร้อยละ 84 เนื่องจากเอเชียได้รับผลกระทบจากโรคระบาดโควิด-19 ก่อนภูมิภาคอื่น และมีการใช้มาตรการจำกัดการเดินทางมากกว่าส่วนอื่นของโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564ก)

| ปี | เหตุการณ์สำคัญ | ดัชนีชี้วัด | จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (คน) | รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท) | อัตราการเติบโต (ร้อยละ) |
|-------|--|-------------|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------------|
| 2000 | 40th Anniversary TAT. | 10.82 | 9,508,623 | 285,272 | 12.75 |
| 2001 | Terrorism in the US. on Sep 11 | 5.82 | 10,061,950 | 299,047 | 4.83 |
| 2002 | Bali Bomb on Oct12 | 7.33 | 10,799,067 | 323,484 | 8.17 |
| 2003 | SARS on Mar-Jul | -7.36 | 10,004,453 | 309,269 | -4.39 |
| 2004 | Bird flu and Southern Uprising/ TSUNAMI Dec | 16.46 | 11,650,703 | 384,360 | 24.28 |
| 2005 | Effects after TSUNAMI | -1.15 | 11,516,936 | 367,380 | -4.42 |
| 2006 | Thailand coup d'etat | 20.01 | 13,821,802 | 482,319 | 31.29 |
| 2007 | Political/Bomb series | 4.65 | 14,464,228 | 547,782 | 13.57 |
| 2008 | World Economic Crisis/ Thai Political Crisis Jun-Dec (Yell.) | 0.83 | 14,584,220 | 574,521 | 4.88 |
| 2009 | H1N1 / European Debt Crisis/ Political Unrest Apr. (Red s.) | -2.98 | 14,149,841 | 510,225 | -11.19 |
| 2010 | Thai Political crisis on Mar-May | 12.63 | 15,936,400 | 592,794 | 16.18 |
| 2011 | Thailand floods | 20.67 | 19,230,470 | 776,217 | 30.94 |
| 2012 | Southern Thailand Bombings | 16.24 | 22,353,903 | 983,928 | 26.76 |
| 2013 | Political instability in Thailand | 18.76 | 26,546,725 | 1,207,146 | 22.69 |
| 2014 | Thai coup d'etat 22 May/ Eurozone Crisis | -6.54 | 24,809,683 | 1,172,798 | -2.85 |
| 2015 | Bomb Incident in Ratchaprasong BKK Aug | 20.61 | 29,923,185 | 1,457,150 | 24.25 |
| 2016 | Zero-dollar tour crackdown/ New Rules of Malaysia-Tha.. | 8.71 | 32,529,588 | 1,633,498 | 12.10 |
| 2017 | | 9.41 | 35,591,978 | 1,831,105 | 12.10 |
| 2018 | Phuket boat capsizing Jul/ Thailand Moto GP Oct/ VOA 2.. | 7.27 | 38,178,194 | 1,876,137 | 2.46 |
| 2019 | Extend VOA Fee Waiver/European Economic Slowdown .. | 4.55 | 39,916,251 | 1,911,808 | 1.90 |
| 2020F | COVID-19 Pandemic Mar/ CAAT temporary ban on all Int... | -83.23 | 6,692,000 | 332,013 | -82.63 |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564ข)

รูปที่ 8.1 สถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย พ.ศ. 2543-2563

อย่างไรก็ดี ผลกระทบอันหนักหน่วงที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ก็เป็นโอกาสในการทบทวนวิถิทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา โดยเฉพาะประเด็นปัญหาการท่องเที่ยวเกินความสามารถในการรองรับที่ได้สร้างความเสื่อมโทรมให้กับแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม และอาจจะเป็นโอกาสในการปรับวิถีการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคมได้มากขึ้น

นอกจากเหตุไม่คาดฝันที่เกิดขึ้นแล้ว ยังมีเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่อง (Discontinuities) และส่งผลให้เกิดเปลี่ยนแปลงของวิถีภายในระบบ เหตุดังกล่าวเป็นเหตุที่รู้ว่าเกิดขึ้นและสามารถควบคุมได้ ยกตัวอย่างความไม่ต่อเนื่องในการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เช่น การเปิดประเทศและการเข้ามาของนักท่องเที่ยวจีนตั้งแต่ พ.ศ. 2553 นักท่องเที่ยวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากและมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูง ความไม่ต่อเนื่องเกิดขึ้นเป็นผลมาจากทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป รวมถึงการเข้ามาของธุรกิจท่องเที่ยวจีนที่ประเทศไทยไม่สามารถรับมือและควบคุมได้ทัน เกิดปรากฏการณ์ทัวร์ศูนย์เหรียญ เป็นต้น เหตุการณ์เหล่านี้ทำให้วิถีปกติของการท่องเที่ยวในแนวทางเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างไรก็ดี หลังจากเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ก็อาจจะก่อให้เกิดเหตุไม่ต่อเนื่องอีกครั้ง เมื่อประเทศจีนได้ประกาศสั่งห้ามประชาชนเดินทางออกนอกประเทศ เพื่อหยุดยั้งการระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลทำธุรกิจท่องเที่ยวจำนวนมากที่เคยปรับตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนได้รับผลกระทบอย่างหนัก และต้องหาทางปรับตัวอีกครั้งหากนักท่องเที่ยวจีนยังไม่สามารถกลับมาท่องเที่ยวได้ตามปกติ

เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความไม่ต่อเนื่องอีกประการหนึ่งที่มีความสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยว คือ กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital transformation) ที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากทั้งในด้านการส่งเสริมการตลาด การจัดการท่องเที่ยว การเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศและการสร้างเนื้อหาที่อยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่าพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นต่อจากนี้ไปจะข้ามรูปแบบจากโลกกายภาพเพียงอย่างเดียว ไปสู่กิจกรรมบนแพลตฟอร์มหรือโลกเสมือนมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะทำให้วิถีการท่องเที่ยวแบบเดิมเปลี่ยนไป อย่างไรก็ดี การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังมีความไม่แน่นอนสูง โดยที่การท่องเที่ยวจะยังคงต่อเนื่องกับการท่องเที่ยวที่เน้นกายภาพ (แบบเดิม) ที่ให้ความสำคัญกับสถานที่ หรือเปลี่ยนไปเน้นกิจกรรมบนโลกดิจิทัลและเสมือนมากขึ้น โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ยึดโยงกับสถานที่และสนใจการท่องเที่ยวในโลกเสมือนมากขึ้น เหตุการณ์ที่มีผลความไม่ต่อเนื่องเหล่านี้ย่อมมีผลต่อวิถีการท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องติดตามมาสัญญาณดังกล่าวต่อไป

8.1.3 สัญญาณอ่อน

สัญญาณอ่อน (Weak signals) คือการเปลี่ยนแปลงที่เริ่มเห็นว่าในอนาคตอาจพัฒนาและขยายต่อไป จนกลายเป็นแนวโน้มสำคัญได้ โดยอาจเป็นเหตุการณ์หรือจุดเล็กๆ ที่เป็นตัวแทนของสัญญาณแรกของการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ เหตุการณ์ หรือนวัตกรรมเชิงเทคนิค บางสัญญาณอาจมีตัวอย่างชัดเจนและมีแนวโน้มที่จะแพร่ขยายต่อ แต่บางสัญญาณอาจเป็นเหตุการณ์ชั่วคราวซ้ำๆ สำหรับในการท่องเที่ยวพบว่ามีสัญญาณอ่อนที่สำคัญ ดังนี้

รูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche) เพิ่มขึ้นและหลากหลายมากขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มจะมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายมากขึ้น อาทิ การท่องเที่ยวตามสถานที่ยอดฮิตที่มีการถ่ายรูปลงอินสตาแกรม (Insta-tourism) การท่องเที่ยวตามสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์หรือละคร รวมถึงการท่องเที่ยวในเชิงคุณค่าเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยวแสวงบุญ การท่องเที่ยวของกลุ่ม LGBTQ แต่ก็มีสัญญาณอ่อนของการท่องเที่ยวในรูปแบบและวัตถุประสงค์ที่แปลกใหม่ยิ่งกว่าเดิม เช่น การท่องเที่ยวที่มีผลประโยชน์แอบแฝง (Benefit tourism) ที่เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวและแสวงหาผลประโยชน์ในพื้นที่ไปพร้อมกัน การท่องเที่ยวในสถานที่ที่เต็มไปด้วยความเศร้า (Dark tourism) ที่เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่

เกี่ยวข้องกับความตายและโศกนาฏกรรม เช่น พิพิธภัณฑที่แสดงถึงการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ หรือการท่องเที่ยวตามรอย DNA เป็นต้น นอกจากนี้ สัญญาณอ่อนอาจใช้ได้กับรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม แต่เกิดขึ้นกับกลุ่มท่องเที่ยวใหม่ เช่น ข้อมูลในโซเชียลมีเดียในจีนชี้ให้เห็นถึงความสนใจต่อการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพในประเทศไทย หลังจากที่เกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด และอัตราการติดเชื้อในประเทศไทยค่อนข้างต่ำกว่าประเทศอื่น เป็นต้น

การค้นหาคคุณค่าเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวมากขึ้น สัญญาณอ่อนที่มีโอกาสกลายเป็นแนวโน้มสำคัญของการท่องเที่ยวในอนาคตคือ นักท่องเที่ยวเริ่มค้นหาแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบลึกซึ้งมากขึ้น โดยเฉพาะการค้นหาคคุณค่าของท้องถิ่นที่มีอยู่และพยายามชูอัตลักษณ์นั้นขึ้นมา เช่น ข้าวซอยเชียงใหม่ แพร์ เชียงราย ต่างกันอย่างไร การสร้างความแตกต่างในระดับกลิ่นและรส หรือองค์ประกอบอื่นสามารถสร้างประสบการณ์เฉพาะได้มากขึ้น ความสนใจเหล่านี้ทำให้มัลติเทคท์ที่มีความรู้เฉพาะจะเป็นที่ต้องการมากขึ้น โดยมัลติเทคท์จะทำหน้าที่ผู้อำนวยการความสะดวกมากกว่าเป็นผู้นำเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลมาเอง โดยเฉพาะคนจีนรุ่นใหม่ที่นิยมจ้างมัลติเทคท์ท้องถิ่นเพื่อเสาะหาประสบการณ์แปลกใหม่ยิ่งกว่าเดิม เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ยังไม่ได้รับการบันทึกและเผยแพร่ตามแพลตฟอร์มทั่วไป (Marketeer, 2562)

เทคโนโลยีการท่องเที่ยวแห่งโลกอนาคต ความก้าวหน้าของการพัฒนาเทคโนโลยีทำให้การประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น สายการบิน All Nippon Airways (ANA) ของญี่ปุ่นได้พัฒนาหุ่นยนต์ท่องเที่ยวแทนมนุษย์ เนื่องจากมองเห็นถึงอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุและผู้พิการที่ยังมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว และคาดว่าจำนวนของคนเหล่านี้จะเพิ่มขึ้นอีกในทศวรรษหน้า หุ่นยนต์ Newme ทำหน้าที่เป็นตัวแทนให้ผู้สูงอายุและผู้พิการสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ และสัมผัสกับสถานที่ห่างไกลโดยไม่ต้องเดินทางด้วยตนเอง เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุและผู้พิการได้มีกิจกรรมร่วมกับสังคมได้มากยิ่งขึ้น (ดาร์รัตน์ ภูธร, 2563)

ในด้านเทคโนโลยีการเดินทางระหว่างประเทศ ก็เริ่มมีการพัฒนาโดรนโดยสาร (Passenger drone) และเฮลิคอปเตอร์ไฮบริดที่สามารถทำความเร็วได้มากกว่าเฮลิคอปเตอร์ทุกแบบบนโลก ซึ่งจะทำให้การเดินทางไปมาระหว่างประเทศมีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้นไปด้วย รวมถึงรถไฟความเร็วสูง Supersonic Jet และ Hyperloop Pods (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ที่จะสามารถลดระยะเวลาในการเดินทางและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางได้มากขึ้น ในขณะที่การพัฒนาของอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things) ก็ยังทำให้การขนส่งฐานบริการ หรือมาส (Mobility as a Service: MaaS) มีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งจะช่วยให้การเชื่อมต่อการขนส่งและครอบคลุมทางเลือกที่หลากหลาย เช่น บริการเรียกรถ (Ride hailing) การเดินทางร่วมกันโดยใช้รถคันเดียว (Carpooling) จักรยานหรือรถยนต์สาธารณะให้เช่า (Bicycle/car sharing schemes) และโทรศัพท์มือถือจะกลายเป็นอุปกรณ์สำคัญที่ทำให้เกิดทางเลือกและยืดหยุ่นกับการให้บริการขนส่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

โดยสรุป สัญญาณอ่อนในด้านการท่องเที่ยวที่พอมองเห็นอยู่ในปัจจุบันมักเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบใหม่และเฉพาะกลุ่ม ซึ่งอาจแพร่หลายมากขึ้นในอนาคต และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมต่อไปได้ นอกจากนี้ การที่การท่องเที่ยวแต่ละแบบมีรูปแบบกิจกรรม การเดินทาง การใช้ทรัพยากรในพื้นที่ที่แตกต่างกัน และจะนำไปสู่การค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีลักษณะพิเศษตามความต้องการ ก็จะยิ่งทำให้

การท่องเที่ยวมีรูปแบบที่ตายตัวน้อยลง นอกจากนี้ เทคโนโลยีก็จะเป็นปัจจัยที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น เช่น การมีบทบาทในการเที่ยวแทน หรือพาไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวได้โดยง่ายและสะดวกมากขึ้น ก็จะทำให้ทางเลือกของการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น

8.2 ผังระบบ

ในการวิเคราะห์พลวัตระบบ Sterman (2000) ได้ระบุขั้นตอนของการวิเคราะห์ไว้ 5 ขั้นตอนหลัก ประกอบด้วย 1) ระบุปัญหา 2) กำหนดสมมติฐานของพลวัต (Dynamic hypothesis) 3) สร้างแบบจำลอง ซึ่งประกอบด้วย 2 แผนภาพสำคัญ คือ (1) แผนภาพวงจรสาเหตุ (CLD) และแผนภาพสต็อกและโฟลว์ (SFD) (4) ทดสอบแบบจำลอง และ (5) ออกแบบนโยบายและประเมิน ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะนำเสนอตัวอย่างการพัฒนาแผนภาพวงจรสาเหตุ (CLD) เพื่อแสดงให้เห็นภาพรวมของผังระบบของการท่องเที่ยวตามประเด็นปัญหาที่สอดคล้องกับกรอบการคาดการณ์ของการท่องเที่ยวในภาพรวม รายละเอียดของแต่ละขั้นตอนมีดังต่อไปนี้

1) ระบุปัญหา

ในภาพรวมของการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยต้องการชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวไทยในอนาคตในเชิงระบบ โดยมีประเด็นหลักที่เห็นว่าเป็นประเด็นเชิงนโยบายสำคัญที่ควรกำหนดไว้เป็นโจทย์หลักของการท่องเที่ยว นั่นคือ ปัญหาการท่องเที่ยวล้นเกิน (Over tourism) ซึ่งมีสาเหตุส่วนสำคัญมาจากกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับความนิยมสูง โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวกรณีศึกษา คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต สาเหตุสำคัญของปัญหาการท่องเที่ยวล้นเกินส่วนหนึ่งเกิดจากความสามารถในการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมถึงความพร้อมในเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน ทำให้มีความสามารถในการรองรับและการใช้ประโยชน์สิ่งอำนวยความสะดวก (Capacity utilization) ค่อนข้างเต็มที่ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อหลายส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น เกิดการรบกวนคนท้องถิ่นมากขึ้น ค่าครองชีพสูงขึ้น สาธารณูปโภคไม่เพียงพอต่อความต้องการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม มรดกและวัฒนธรรมดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป (อารยา จันทรสกุล, 2561) ความแออัดและปัญหาด้านลบเหล่านี้ ในที่สุดก็จะส่งผลทำให้ความสามารถในการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวลดลง

ปัญหาการท่องเที่ยวที่ล้นเกินจะนำไปสู่ปัญหาความไม่ยั่งยืนของธุรกิจท่องเที่ยวในอนาคต อันเป็นผลมาจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวจนเกินขีดความสามารถในการรองรับ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและราคาการท่องเที่ยวที่ต่ำเกินไป ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการแข่งขันด้านราคาของไทยเอง จนทำให้ต่างชาติมองไทยเป็นจุดหมายปลายทางราคาถูก (Cheap destination) (อุบลรัตน์ จันทรัมย์, กัมพลพรพัฒน์ไพศาลกุล, รัตติยากร ลิ้มตชัย และ ปกัสสร แสงสุขสันต์, 2558) ในเชิงระบบ ปัญหาดังกล่าวมีผลกระทบเป็นวงจรย้อนกลับ กล่าวคือ จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม จนทำให้ความต้องการใช้ทรัพยากรในพื้นที่เพิ่มขึ้นจนอาจจะเกินขีดความสามารถในการรองรับ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมลง ส่งผลทำให้ไม่สามารถตั้งราคาที่สูงขึ้นได้ ก็ยิ่งทำให้ราคาที่ได้จากการท่องเที่ยวยิ่งต่ำ และไม่สามารถสร้างการท่องเที่ยวมูลค่าสูงและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงได้ สอดคล้องตามที่บทเลอริ์ได้อธิบายว่าความเสื่อมของแหล่งท่องเที่ยวว่าเกิดจากการตั้งราคา

ของแหล่งท่องเที่ยวที่แข่งขันกันมากเกินไป ทำให้มีการตัดราคาและลดคุณภาพ จนกระทั่งนักท่องเที่ยวหายไป (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, อัครพงศ์ อันทอง, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, กุลดา เพ็ชรวรรณ และ นกุล เครือฟู, 2556)

นอกจากนี้ ในเมืองหลักยังมีแนวโน้มจะพึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติมาก ไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพฯ ภูเก็ตและเชียงใหม่ ล้วนแล้วแต่เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติสูง รูปแบบการให้บริการก็มีหลายส่วนที่อยู่ในระดับโลกที่มีค่าใช้จ่ายสูง ทั้งโรงแรม ร้านอาหาร และบริการท่องเที่ยว การเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก ทำให้เกิดการดึงดูดใจผู้ประกอบการธุรกิจในระดับโลกเข้ามาลงทุนแข่งขันกับผู้ประกอบการในประเทศด้วย ผลดังกล่าวอาจทำให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นเสียเปรียบในการแข่งขันได้ ยังไม่นับรวมถึงการเข้ามาของแพลตฟอร์มต่างชาติ โดยเฉพาะจากประเทศจีน ซึ่งสามารถให้บริการและสร้างรายได้จากทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน จนเหลือรายได้ตกหล่นให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

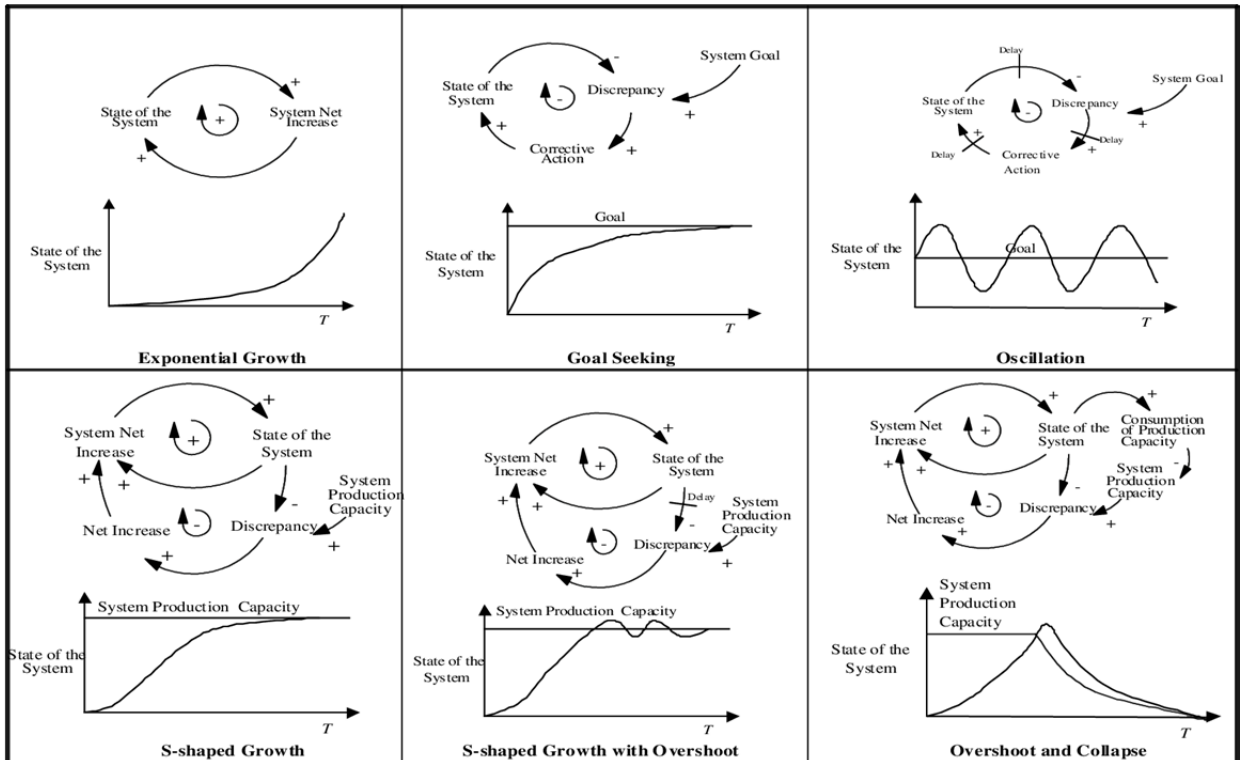
2) ขอบเขตและวัตถุประสงค์เฉพาะ

กรอบการคาดการณ์ในงานศึกษานี้มุ่งมองภาพอนาคตของการเข้ามาของนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว รวมถึงผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการวางแผนการท่องเที่ยวหลังโควิด-19 ที่เป็นโอกาสในการปรับทิศทางการท่องเที่ยวไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้น ทั้งนี้ ความยั่งยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยวตามการศึกษาของอูบลรัตน์ จันทรังษ์ และคณะ (2558) สามารถนิยามได้ว่าเป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและประเทศเจ้าของทรัพยากรในปัจจุบัน โดยไม่เป็นอุปสรรคต่อความสามารถในการเติบโตในอนาคต โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3) พฤติกรรมอ้างอิงของระบบเชิงพลวัต

ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการระบุลักษณะหรือรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงของแต่ละปัจจัยในระบบ หรือการกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมในอดีต (Reference mode) ทั้งนี้ รูปแบบพลวัตพื้นฐานที่ใช้ทั่วไปในงานวิเคราะห์มี 3 แบบ ได้แก่ (1) การเติบโตแบบเอ็กโพเนนเชียล (Exponential growth) หรือวงจรย้อนกลับเชิงบวก (Positive feedback) (2) การค้นหาเป้าหมาย (Goal seeking) หรือวงจรย้อนกลับเชิงลบ (Negative feedback) และ (3) การเคลื่อนที่ไปกลับซ้ำๆ (Oscillation) หรือวงจรย้อนกลับเชิงลบที่รวมผลของความล่าช้า (Negative feedback with delay) นอกจากนี้ ยังมีวงจรพื้นฐานที่ส่งผลร่วมกันของพฤติกรรมอ้างอิงมากกว่า 1 วงจรย้อนกลับ หรือเรียกว่า ปฏิสัมพันธ์ของพฤติกรรมอ้างอิงพื้นฐาน เช่น การเติบโตแบบ S-shape ที่เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างวงจรย้อนกลับเชิงบวกและเชิงลบอย่างละ 1 วงจร ส่วน S-shaped growth with overshoot และ Overshoot and collapse ก็เป็นอีกรูปแบบปฏิสัมพันธ์ของวงจรย้อนกลับ ตัวอย่างพฤติกรรมเหล่านี้แสดงไว้ดังรูปที่ 8.2

นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบพฤติกรรมอื่น เช่น พฤติกรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลงหรือคงที่ตลอดช่วงเวลา (Static or equilibrium) พฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงแบบสุ่ม (Randomness) หรือมีความอลวน (Chaos) (Sternan, 2000) พฤติกรรมของวงจรย้อนกลับเหล่านี้จะเป็นพื้นฐานในการระบุตัวแปรและกำหนดวงจรที่สะท้อนพฤติกรรมของระบบต่อไป



ที่มา: Sterman (2000)

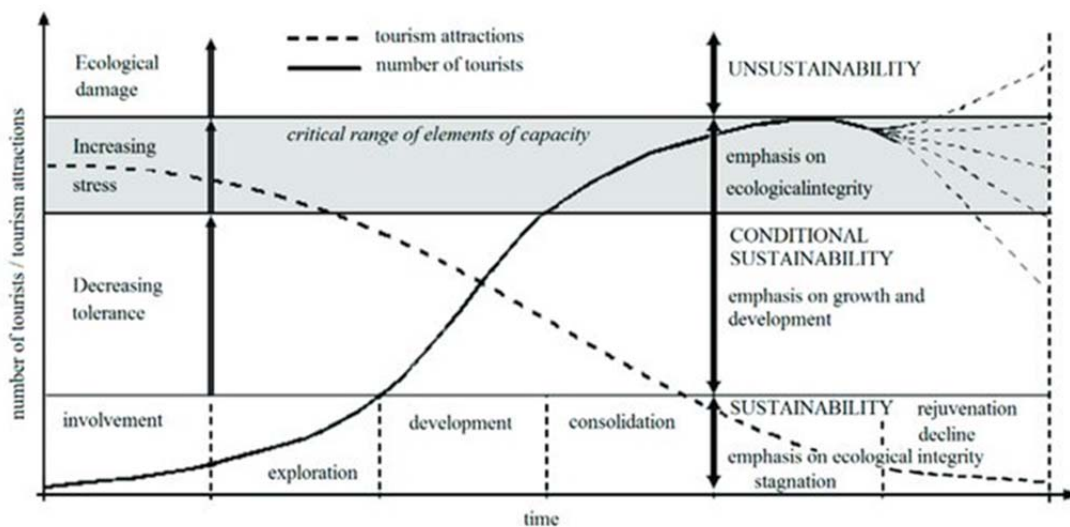
รูปที่ 8.2 รูปแบบพื้นฐานของพฤติกรรมในพลวัตระบบ

ในด้านการท่องเที่ยว แนวคิดสำคัญที่แสดงถึงพฤติกรรมเชิงพลวัตของการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ โมเดลวงจรชีวิตสินค้าท่องเที่ยวของบัทเลอร์ (Butler's tourism life cycle model) ดังรูปที่ 8.3 จากการวิเคราะห์โดยคร่าว พบว่า กรณีศึกษาสองแห่งในงานวิจัยนี้ คือ ภูเก็ตและเชียงใหม่ ต่างก็มีแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นไปตามโมเดลของบัทเลอร์ ในกรณีภูเก็ต ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูงมาก การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีลักษณะใกล้เคียงกับทฤษฎีดังกล่าว (จุฬารัตน์ โฆษะโก, สุนีย์ วรกุลชัยวัฒน์, จุฬารัตน์ คชสารทักษิณ และ จิตภา ทรัพย์พันธุ์, 2558) แสดงดังรูปที่ 8.4 ส่วนในกรณีเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มเติบโตขึ้นตามกรอบแนวคิดของบัทเลอร์ดังที่แสดงในรูปที่ 8.5 ทั้งสองกรณีนี้ หากมีการใช้ทรัพยากรเกินขีดความสามารถในการรองรับโดยไม่มีการจัดการหรือลงทุนพัฒนาจะมีโอกาสเข้าสู่ขั้นตกต่ำได้

แบบจำลองวงจรชีวิตของสินค้าท่องเที่ยวของบัทเลอร์มีรูปแบบพฤติกรรมการเติบโตแบบ S-shape ซึ่งมีรูปแบบพฤติกรรมเชิงโครงสร้างระบบที่ประกอบไปด้วยวงจรย้อนกลับ ทั้งแบบเชิงบวกหรือเสริมแรง (Reinforcing feedback) และวงจรย้อนกลับแบบเชิงลบหรือสมดุล (Balancing feedback) อย่างไรก็ตาม ทั้งสองวงจรมีอิทธิพล (Dominance) ต่อพฤติกรรมของระบบต่างช่วงเวลากัน กล่าวคือ การเติบโตในช่วงแรกจะเป็นการเติบโตแบบเอกซ์โพเนนเชียล เป็นช่วงที่วงจรย้อนกลับแบบเสริมแรงมีอิทธิพล ซึ่งเกิดจากการเติบโตของการท่องเที่ยวที่ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม การเติบโตมีข้อจำกัด (Limit to growth) ตามขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying capacity) ของแหล่งท่องเที่ยว โดยในช่วงหลัง การเติบโตจะเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ และวงจรย้อนกลับแบบสมดุลจะมีอิทธิพลเหนือกว่า ในส่วนนี้ จุดผันแปรของ

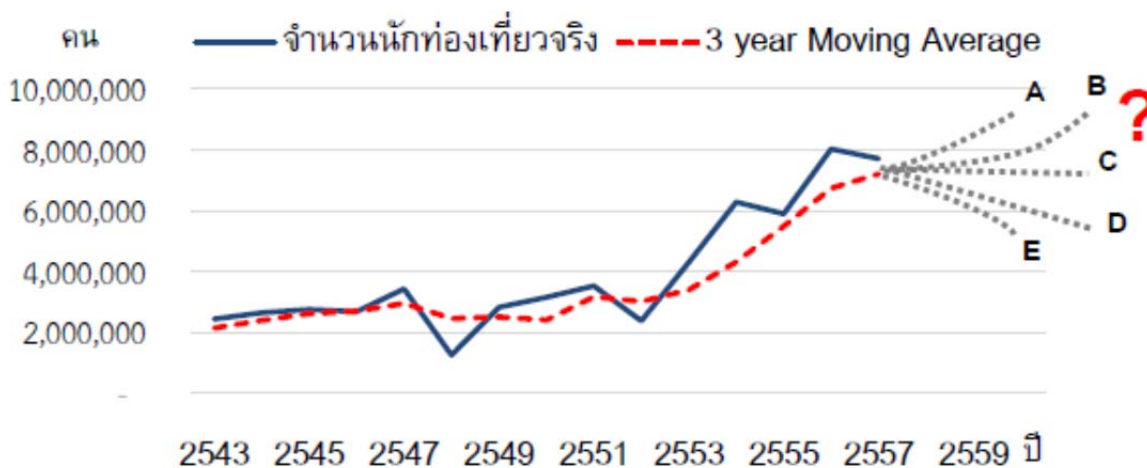
S-shape คือจุดที่อิทธิพลของวงจรย้อนกลับเปลี่ยนจากวงจรย้อนกลับแบบเสริมแรงไปเป็นแบบสมดุล (Mai & Smith, 2015) แสดงดังรูปที่ 8.

การเติบโตแบบ S-shape มีสมมติฐานว่าความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวปลายทางคงที่ อย่างไรก็ตาม เชิงลบของการท่องเที่ยวเริ่มกีดกร่อนขนาดของความสามารถในการรองรับ ก็ส่งผลให้เกิด Overshoot และ Collapse ทั้งพฤติกรรม Overshoot และ Collapse สะท้อนถึงความไม่ยั่งยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีการแทรกแซงใดๆ ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก และทำให้ความสามารถในการรองรับลดน้อย เนื่องจากการถูกกีดกร่อนและเสื่อมโทรม



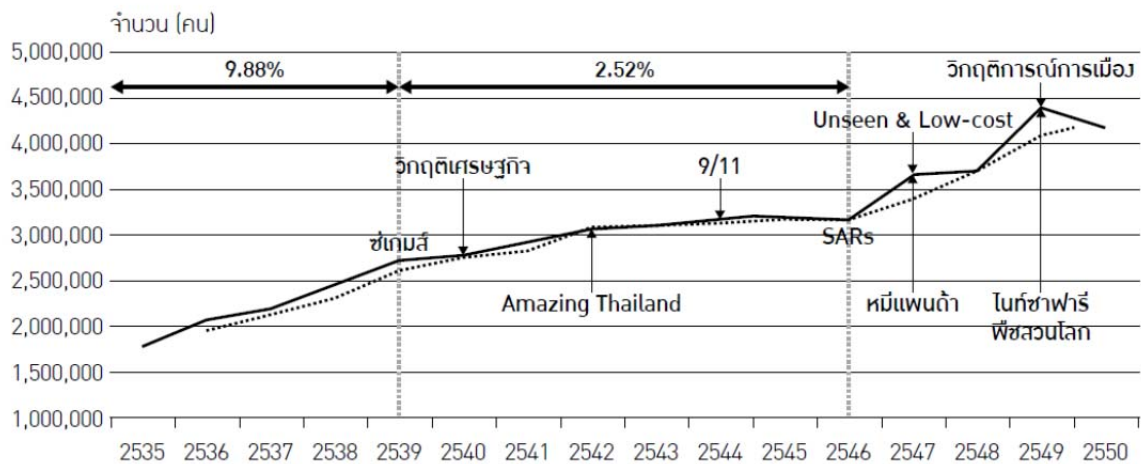
ที่มา: Szromek (2019)

รูปที่ 8.3 การเติบโตแบบ S-shape ของโมเดลการพัฒนาการท่องเที่ยวของ Butler



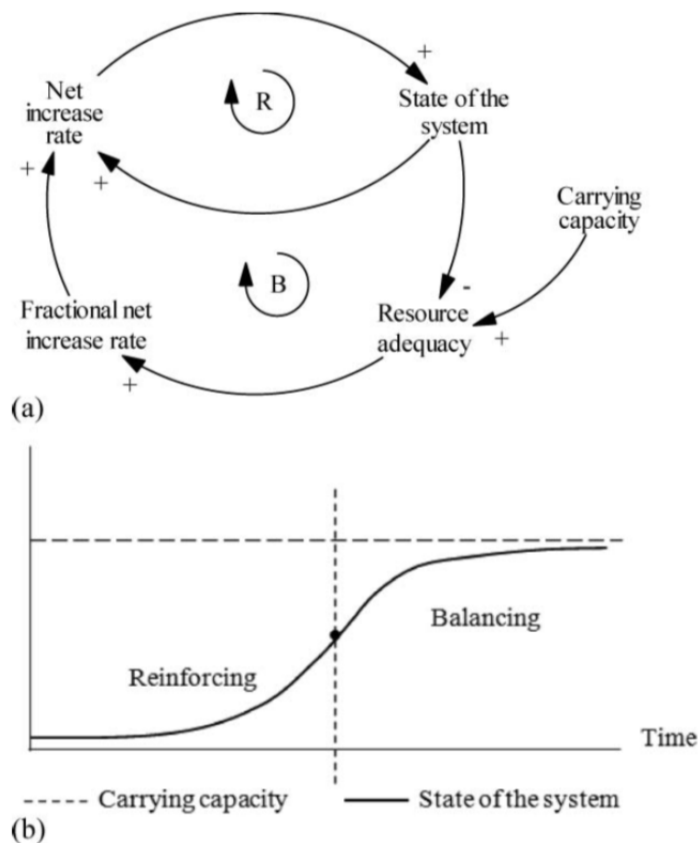
ที่มา: ศูนย์วิจัยตลาดการท่องเที่ยวและกรรมการท่องเที่ยว อ้างถึงใน จุฬารัตน์ ไชยะโก และคณะ (2558)

รูปที่ 8.4 การเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดกรณีภูเก็ต พ.ศ. 2543-2557



ที่มา: อัครพงศ์ อ้นทอง และมิ่งสรรพ์ ขาวสอาด (2552) อ้างถึงใน มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ (2556)

รูปที่ 8.5 การเติบโตของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่าง พ.ศ. 2535-2549



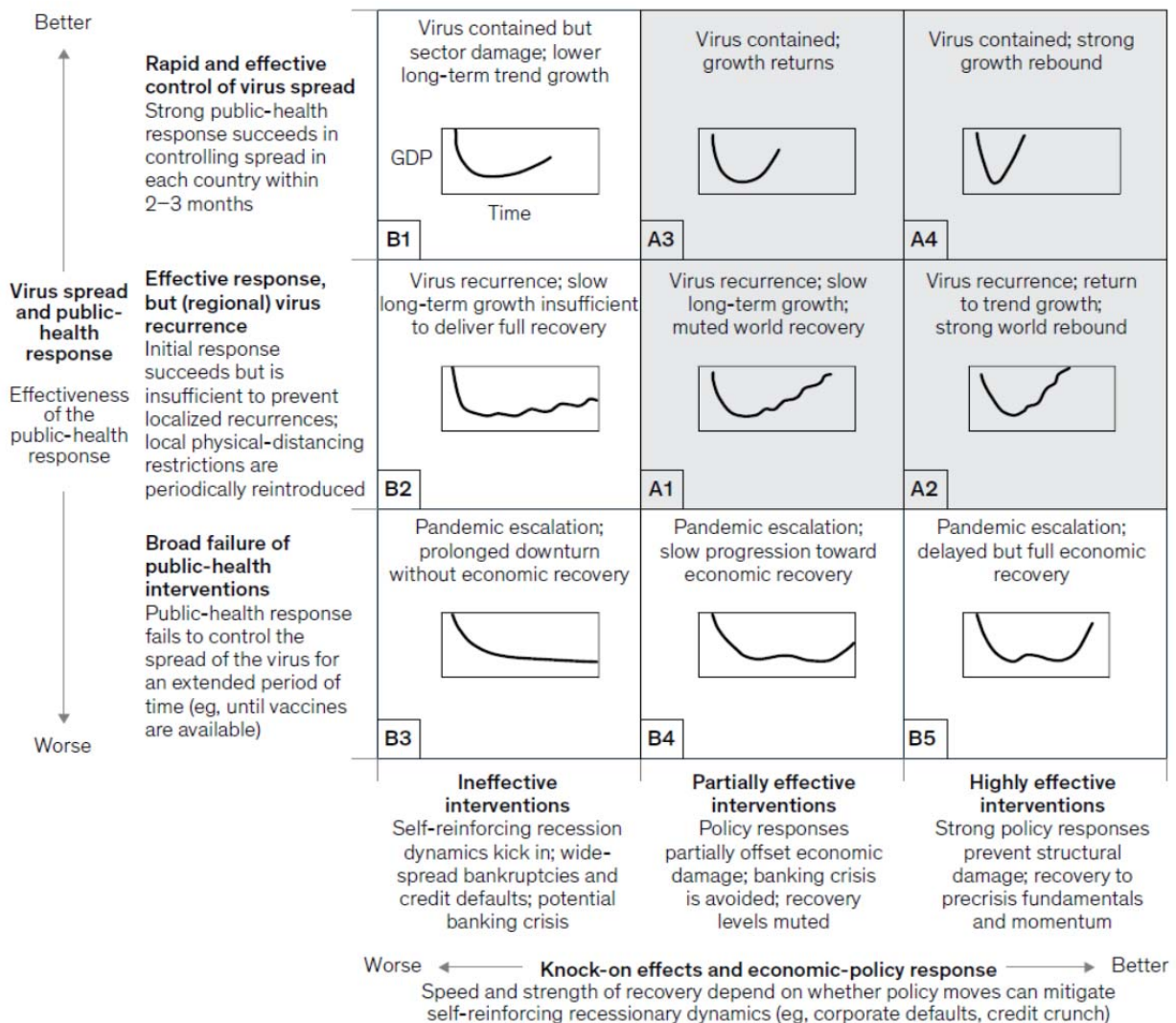
ที่มา: Mai and Smith (2015)

รูปที่ 8.6 (a) โครงสร้างของระบบ และ (b) ลักษณะพฤติกรรมทั่วไปของการเติบโตแบบ S-shape

กลไกย้อนกลับมีความสำคัญที่ช่วยเห็นการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมระบบในช่วงเวลาต่างๆ หากไม่พิจารณาถึงกลไกย้อนกลับ อาจก่อให้เกิดผลการต้านนโยบาย (Policy resistance) ซึ่งทำให้ผลจากการแทรกแซงของนโยบายถูกทำให้ล่าช้า (Delayed) ลดความเข้มข้น (Diluted) หรือไม่เป็นไปตามที่หวังจาก

การตอบสนองของระบบที่มีต่อการแทรกแซง การดำเนินนโยบายมักเกิดขึ้นเมื่อผู้ออกนโยบายประเมินประสิทธิผลของนโยบายและแผนสูงหรือต่ำเกินไป และเกิดความล้มเหลวจากการไม่คำนึงถึงผลกระทบข้างเคียง (Side effect) และผลกระทบที่ไม่คาดคิดของนโยบายที่มีผลย้อนกลับมาในระบบ รวมถึงความล่าช้าและอิทธิพลของวงจรมืดกลับในช่วงเวลาต่างๆ ดังนั้น เพื่อป้องกันการเกิดการดำเนินนโยบาย จำเป็นต้องขยายขอบเขตนอกเหนือจากการพิจารณาพฤติกรรมจากข้อมูลในอดีต และจำเป็นต้องพิจารณากลไกย้อนกลับที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมระบบในอนาคต และคำนึงถึงผลข้างเคียงและผลที่คาดไม่ถึง

อย่างไรก็ดี ในภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้จำเป็นต้องคำนึงถึงพฤติกรรมเกี่ยวกับการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ ด้วย Smit et al. (2020) ได้เสนอฉากทัศน์ของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ประกอบกับผลมาจากการใช้นโยบายในเชิงสุขภาพและการตอบสนองต่อผลของนโยบายเศรษฐกิจ แสดงดังรูปที่ 8.7



ที่มา: Smit et al. (2020)

รูปที่ 8.7 พฤติกรรมที่เป็นไปได้ของการฟื้นฟูเศรษฐกิจภายใต้เงื่อนไขของการควบคุมการแพร่ระบาด

4) สมมติฐานพลวัต (dynamic hypothesis)

การกำหนดสมมติฐานการวิเคราะห์เป็นการระบุถึงพฤติกรรมปัญหา และอธิบายลักษณะของพลวัตของปัญหาในชุดความสัมพันธ์ในโครงสร้างย้อนกลับ (Feedback structure) ของระบบ สมมติฐานพลวัตจะแสดงแบบจำลองแนวคิดทั่วไปที่แสดงวงจรรวมหรือองค์ประกอบที่ขับเคลื่อนพฤติกรรมระบบ เพื่อสร้างแบบจำลองโครงสร้างที่อยู่บนฐานของการย้อนกลับ โครงสร้างภายในของแบบจำลองจะสร้างพฤติกรรมอ้างอิงของระบบที่เป็นผลมาจากโครงสร้างภายในของระบบ สำหรับในแบบจำลองพลวัตระบบ แผนภาพวงจรรวมและแผนภาพสต็อกและโฟลว์จะแสดงสมมติฐานความสัมพันธ์พื้นฐานเพื่อสร้างพฤติกรรมระบบในช่วงเวลา (Over time) ที่ต้องการวิเคราะห์ในการศึกษานั้นๆ

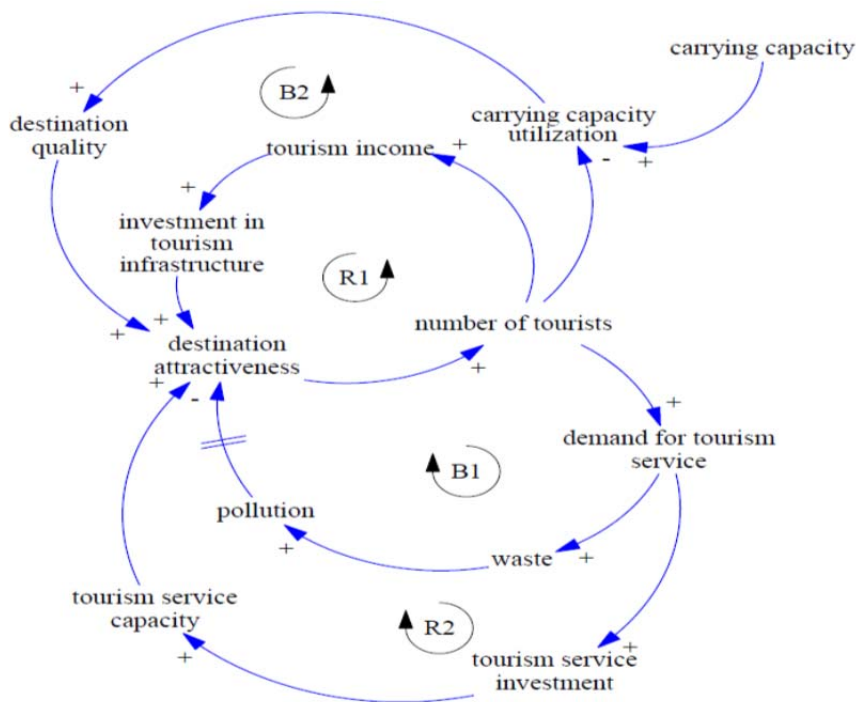
สำหรับในการศึกษานี้ ผู้วิจัยจะเสนอเฉพาะแผนภาพวงจรรวมหรือ CLD ในการนำเสนอสมมติฐานพลวัต เนื่องจากเป็นแผนภาพที่แสดงให้เห็นถึงประเภทของวงจรรวม (Reinforcing or balancing feedback loop) ภายในระบบที่เป็นตัวควบคุมพฤติกรรมของระบบ ทั้งนี้ ในการกำหนดสมมติฐานพลวัตจะอาศัยกรอบคิดโมเดลวงจรชีวิตของสินค้าท่องเที่ยวของบัทเลอร์เป็นฐานในการพัฒนางจรรวม โดยประกอบด้วย 4 วงจรรวม คือ วงจรรวมแบบเสริมแรงจำนวน 2 วงจร และวงจรรวมแบบสมดุลจำนวน 2 วงจร

วงจรรวมแบบเสริมแรง (Reinforcing feedback loop: R) ประกอบด้วย 2 วงจร ได้แก่ (1) *การเติบโตของเศรษฐกิจท่องเที่ยว (R1)* ซึ่งสื่อถึงการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีผลทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เป็นผลกระตุ้นให้ภาครัฐและเอกชนเกิดการลงทุนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการท่องเที่ยวมากขึ้น และ (2) *การลงทุนของบริการท่องเที่ยว (R2)* สื่อถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวส่งผลทำให้อุปสงค์ต่อบริการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้เกิดการลงทุนในบริการท่องเที่ยวจากทั้งภายในและภายนอกประเทศและทำให้พื้นที่ท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการให้บริการได้เพิ่มขึ้น ผลจากการลงทุนข้างต้นก็ยิ่งทำให้ความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลย้อนกลับทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

ส่วนวงจรรวมแบบสมดุล (Balancing feedback loop: B) ประกอบด้วย 2 วงจร ได้แก่ (1) *การจัดการของเสีย (B1)* โดยเฉพาะการจัดการขยะ การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวทำให้เกิดอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย ซึ่งทำให้เกิดการสร้างของเสียมากขึ้น และหากไม่มีระบบการจัดการที่เหมาะสมเพียงพอ อาจก่อให้เกิดมลพิษเพิ่มขึ้นได้ และ (2) *ความสามารถในการรองรับ (B2)* ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ยังไม่มีการจำกัดการเติบโต (Limit to growth) การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวล้นกำลังรองรับ ความสามารถในการรองรับของพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งจะมีผลกระทบต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่อาจจะเสื่อมคุณภาพลง และส่งผลทำให้ความน่าดึงดูดใจลดลง ผลกระทบทั้งหมดส่งผลทำให้ความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวลดลง ส่งผลย้อนกลับทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง แผนผังวงจรรวมของการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม แสดงได้ดังรูปที่ 8.8 และสรุปตัวแปรหลักของแต่ละวงจรรวมได้ดังตารางที่ 8.3





จากที่ได้นำเสนอไปก่อนหน้านี้ แนวโน้มสำคัญของการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันคือ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะเดินทางเป็นกลุ่มเล็กมากขึ้น โดยเฉพาะการแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังจะเป็นตัวเร่งสำคัญที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ลดลง นอกจากนี้ วิถีชีวิตและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ค่อนข้างมีผลต่อระบบการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวที่มีผลโดยตรงต่อรูปแบบและวิธีการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน กล่าวคือ วิถีชีวิตและการทำงานแบบมีโครงสร้างที่ชัดเจนและตายตัวมักทำให้รูปแบบและวิธีการท่องเที่ยวของคนคนนั้นเป็นแบบมีโครงสร้างชัดเจน โดยเฉพาะในด้านเวลาและสถานที่ท่องเที่ยว เช่น มีช่วงเวลาท่องเที่ยวที่ซ้ำเป็นประจำและเหมือนกับคนอื่น ๆ ทั่วไป มีกำหนดเวลาการท่องเที่ยวที่แน่นอน เน้นการท่องเที่ยวในพื้นที่หลักที่มีการแนะนำในโปรแกรมท่องเที่ยวโดยทั่วไป มีโครงสร้างความต้องการของบริการท่องเที่ยวที่เฉพาะเจาะจง และอาจจะรวมไปเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นที่มีความต้องการเหมือนกันได้

ในทางกลับกัน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มเที่ยวเป็นกลุ่มเล็กมากขึ้น ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะรูปแบบการใช้ชีวิตของคนเริ่มเปลี่ยนไป เป็นยุคหลังการพัฒนาอุตสาหกรรม (Post-industrial) มากกว่าแต่ก่อน ช่วงเวลาและวิถีชีวิตมีความเลื่อนไหลและยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งย่อมมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสามารถออกแบบการเดินทางท่องเที่ยวเอง และมักแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีใครไปมาก่อน มีความต้องการเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนกับคนอื่น เป็นต้น จากลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวที่มีวิถีชีวิตต่างกัน ทำให้การเลือกให้บริการการท่องเที่ยวต่างกัน และบริการท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบก็จะมีความต้องการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่างกันด้วย ทั้งนี้ คณะวิจัยจะได้นำเสนอผังระบบที่เป็นผลของปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญที่มีผลต่อโฉมหน้าการท่องเที่ยวไทยอย่างเฉพาะเจาะจงร่วมกับการวิเคราะห์ฉากทัศน์อนาคตการท่องเที่ยวไทยในบทความต่อไป



รูปที่ 8.8 ผังระบบของการท่องเที่ยว

ตารางที่ 8.3 สรุปวงจรย่อยในแผนภาพวงจรสาเหตุ

| ประเภทวงจร | สัญลักษณ์ | วงจร | ตัวแปรในวงจร |
|-------------------------------|---|---|--|
| วงจรแบบเสริมแรง (Reinforcing) |  | การเติบโตของเศรษฐกิจท่องเที่ยว | <ul style="list-style-type: none"> จำนวนนักท่องเที่ยว (Number of tourists) รายได้จากการท่องเที่ยว (Tourism income) ระดับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว (Investment in tourism infrastructure) ระดับความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Destination attractiveness) |
| |  | การลงทุนของบริการท่องเที่ยว | <ul style="list-style-type: none"> จำนวนนักท่องเที่ยว (Number of tourists) อุปสงค์ต่อบริการท่องเที่ยว (Demand for tourism service) ระดับการลงทุนในบริการท่องเที่ยว (Tourism service investment) กำลังรองรับของบริการท่องเที่ยว (Tourism service capacity) ระดับความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Destination attractiveness) |
| วงจรแบบสมดุล (balancing) |  | การจัดการของเสียจากการท่องเที่ยว | <ul style="list-style-type: none"> จำนวนนักท่องเที่ยว (Number of tourists) อุปสงค์ต่อบริการท่องเที่ยว (Demand for tourism service) ปริมาณของเสีย (Waste) ระดับการก่อกมลพิษ (Pollution) ระดับความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Destination attractiveness) |
| |  | ความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว | <ul style="list-style-type: none"> จำนวนนักท่องเที่ยว (Number of tourists) ระดับการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว (Carrying capacity utilization) ระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Destination quality) ระดับความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Destination attractiveness) |

8.3 การวิเคราะห์ระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบของปัจจัยขับเคลื่อน

ผลจากการกวาดสัญญาณข้างต้นทำให้เห็นภาพของปัจจัยที่มีผลต่อภาพของการท่องเที่ยวในอนาคต ในการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์จำเป็นต้องมีการพิจารณาความสำคัญของปัจจัยที่จะนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ โดยพิจารณาจากระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบ จากการวิเคราะห์เบื้องต้นโดย

คณะผู้วิจัย สามารถแสดงปัจจัยขับเคลื่อนตามระดับความไม่แน่นอนและผลกระทบได้ ดังตารางที่ 8.4 การวิเคราะห์ระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบ

ตารางที่ 8.4 การวิเคราะห์ระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบ

| | | ระดับผลกระทบ | | |
|--------------------|------|---|--|--|
| | | สูง | กลาง | ต่ำ |
| ระดับความไม่แน่นอน | สูง | <ul style="list-style-type: none"> • การก่อการร้ายไซเบอร์ • ภูมิรัฐศาสตร์ • โครงสร้างชีวิตของนักท่องเที่ยว • ความไม่มีเสถียรภาพของการเมืองโลก • การครอบงำ/ครองอำนาจในธุรกิจท่องเที่ยว | | |
| | กลาง | <ul style="list-style-type: none"> • งานอิสระและงานออนไลน์ • ค่านิยมความเป็นอิสระของคนรุ่นใหม่ • นวัตกรรม/เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ • นโยบายเมืองอัจฉริยะ • ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก | <ul style="list-style-type: none"> • การเดินทางของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันใหม่ (Y และ Z) • การตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม • คุณค่าการใส่ใจสิ่งแวดล้อม | <ul style="list-style-type: none"> • การท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบ • การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ |
| | ต่ำ | <ul style="list-style-type: none"> • สภาพภูมิอากาศ • เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม • การท่องเที่ยวเกินกำลังรองรับ • ผลกระทบของภาวะโลกร้อน • การลงทุนของรัฐ • การท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก • ชีวิตดิจิทัลและข้อมูลสารสนเทศ • ตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ • การลงทุนจากจีนในธุรกิจท่องเที่ยว | <ul style="list-style-type: none"> • สังคมผู้สูงอายุ • การท่องเที่ยวเสมือน • การใช้หุ่นยนต์ • การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ • Influencer/ blogger • นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น • พฤติกรรมไร้สัมผัส | <ul style="list-style-type: none"> • Mobile technology • นโยบายการอนุรักษ์เมืองเก่า |

8.4 อนาคตฐาน

อนาคตฐาน (baseline future) เป็นภาพอนาคตที่เป็นตามแนวโน้มหลักที่เกิดจากปัจจัยขับเคลื่อนที่มีความไม่แน่นอนต่ำแต่มีผลกระทบสูง ภาพอนาคตฐานเป็นปรากฏการณ์ เหตุการณ์และสิ่งต่างๆ ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้มากที่สุดภายในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ โดยอาจเป็นแนวโน้มใหญ่ (megatrend) หรือเป็นปัจจัยคงที่ วัฏจักร แผน และการประมาณการที่ค่อนข้างแน่นอน อนาคตฐานจึงเป็นการฉายภาพอนาคตตามแนวโน้มที่ชัดเจนในปัจจุบัน ซึ่งมักเป็นภาพอนาคตระยะสั้นและระยะกลางภายใต้สถานการณ์ที่ความไม่แน่นอนอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญในภาพอนาคตฐานมักใช้ในการกำหนดประเด็นวิกฤติหรือประเด็นที่มีลำดับความสำคัญสูงสุดที่ต้องกำหนดไว้แล้วในแผนยุทธศาสตร์ในปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์การท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบัน พบว่า มีแนวโน้มสำคัญหลายประการที่คาดว่าจะในอนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทยทั้งในด้านอุปสงค์ อุปทาน และผลกระทบจากการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีผลทำให้แนวโน้มสำคัญบางแนวโน้มยังคงดำเนินต่อไปตามวิถีปกติเดิม และมีแนวโน้มบางอย่างที่เกิดขึ้นแต่ได้ทวีความสำคัญมากขึ้นจนกลายเป็นวิถีปกติใหม่ เนื้อหาในส่วนต่อจากนี้จะนำเสนอภาพอนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทย โดยแบ่งเป็นอนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทยหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตามวิถีปกติเดิม (Old normal) และวิถีปกติใหม่ (New normal) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

8.4.1 อนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทยหลังโควิด-19 ตามวิถีปกติเดิม

จากการประชุมภายในคณะผู้วิจัย ประกอบกับผลการประมวลข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่าง ๆ สามารถสรุปภาพอนาคตฐานสำคัญของการท่องเที่ยวไทยอีก 20 ปีข้างหน้า และจะยังคงเกิดขึ้นต่อไปหลังเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

การท่องเที่ยวมีความหลากหลายและยืดหยุ่นมากขึ้นในเชิงพื้นที่ เวลา และพฤติกรรม (Diversity & flexibility) โดยเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่ผู้คนในอนาคตจะมีวิถีการใช้ชีวิตและการทำงานที่มีความยืดหยุ่นและเลื่อนไหลมากขึ้น ทั้งในด้านช่วงเวลา ระยะเวลาและสถานที่ในการทำงาน แนวโน้มนี้เริ่มพบเห็นมากขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่รุ่นมิลเลนเนียลและเจนเนอเรชันแซตที่มีค่านิยมในการให้ความสำคัญกับความเป็นอิสระและความยืดหยุ่นการดำเนินชีวิต และมักแสวงหาความสมดุลระหว่างการทำงานและวิถีชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ของตนเองมากขึ้น นอกจากนี้ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยียังจะเอื้อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงบริการและข้อมูลจำนวนมาก เพื่อใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวและสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562ก) ทำให้สามารถเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น ความยืดหยุ่นมากขึ้นในเชิงเวลาและรูปแบบการทำงาน ประกอบกับแนวโน้มทางสังคม จะยังทำให้มีแนวโน้มให้เกิดการท่องเที่ยวกลุ่มเล็กมากขึ้น

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวกลุ่มเล็กที่เกิดขึ้นในปัจจุบันยังได้รับผลจากผู้มีอิทธิพลออนไลน์หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) และบล็อกเกอร์ (Blogger) มีสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจำนวนมากขึ้นและมีการสร้างเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้ ผลดังกล่าวยังช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยจุดประสงค์ที่หลากหลายและมีแนวโน้มจะเดินทางท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษและเป็นของตนเองเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวเหล่านี้มักเลือกเดินทางไปยังสถานที่แปลกใหม่มากขึ้น หรือพื้นที่ที่มีความแออัดต่ำ แนวโน้มนี้จะส่งผลทำให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยวและเกิดความหลากหลายในเชิงพื้นที่การท่องเที่ยวมากขึ้น

แนวโน้มนี้ได้เกิดขึ้นแล้วในประเทศไทย กล่าวคือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเปลี่ยนไป โดยความนิยมจากการใช้บริการทัวร์ลดลง และเปลี่ยนไปเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางด้วยตัวเอง (Free Independent Traveler: FIT) มากขึ้น คิดเป็นประมาณร้อยละ 60 ของจำนวนนักท่องเที่ยว แนวโน้มนี้คาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) ตัวอย่างในเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น จังหวัดภูเก็ต ใน พ.ศ. 2559 นักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดส่วนใหญ่จัดการเดินทางด้วยตนเองถึง 6.64 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 68.8 ในขณะที่กลุ่มที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว (Group Inclusive Tour: GIT) มีจำนวน 3.01 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 31.2 ทั้งนี้ สัดส่วนของนักท่องเที่ยว FIT มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ภาวนิศร์ ชวัลลี, อารยา จันท์สกุล, ธนิก พรเทวบัญชา และจรัสวิชัย สายธารทอง, 2560) ในขณะที่เชียงใหม่ก็พบว่า

โครงสร้างนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มด้วยตัวเองหรือ FIT สูงถึงประมาณร้อยละ 80 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด (Thaipublica, 2562)

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้รับรางวัลสุดยอดจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวอิสระ (The Best Destination for FIT) ประจำปี พ.ศ. 2561 ในงาน National Tourism Fashion Awards โดยได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยวของประเทศจีน ประกอบด้วยผู้บริหารของบริษัท ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และสื่อมวลชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) สะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอิสระได้

การท่องเที่ยวเน้นเชิงวิถีชีวิตและประสบการณ์มากขึ้น (Experiential & authentic)
นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างประสบการณ์เฉพาะและท่องเที่ยวแบบลึกซึ้งมากขึ้น เพื่อเปิดโอกาสในการพัฒนาตนเองหรือค้นหามุมมองใหม่ๆ ในชีวิต รวมถึงการค้นหาประสบการณ์ที่แท้และไม่ได้เกิดจากการสร้างและปรุงแต่งจากการท่องเที่ยว ลักษณะการท่องเที่ยวจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มเล็กและจะเน้นการเดินทางกับคนรู้จัก เช่น กลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ด้านธุรกิจท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มจะนำเสนอการท่องเที่ยวแบบลึกซึ้งมากขึ้น โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะเปลี่ยนไปจากกิจกรรมการให้บริการไปสู่การกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เน้นมอบการฟื้นฟู การผจญภัย การเติมเต็ม การเรียนรู้ทักษะใหม่มากกว่าเป็นการออกไปเยี่ยมชมสถานที่ตามแผนการท่องเที่ยว (Hammond, 2019)

จากการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561ข) ได้ระบุว่านักท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตท้องถิ่นและชุมชนกำลังได้รับความนิยมทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดย ททท. ก็ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ และเปิดแคมเปญ “Amazing Thailand Go Local เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต” เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองและชุมชน เพื่อช่วยกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวลงสู่เศรษฐกิจฐานราก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561ก) ซึ่งเป็นฐานสำคัญที่จะทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และกระตุ้นความต้องการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นและหลากหลายมากขึ้น และเป็นโอกาสของเมืองรองและพื้นที่อื่นๆ ในประเทศไทยในการดึงดูดและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่แท้จริงมากขึ้น

การท่องเที่ยวเน้นสร้างความรับผิดชอบและมุ่งผลยั่งยืนมากขึ้น (Responsible & sustainable) การท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวอยู่ตามเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา หาดใหญ่ และเกาะสมุย เป็นต้น ผลจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวตามเมืองท่องเที่ยวหลัก ก็ยิ่งเร่งให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในแต่ละพื้นที่ ส่งผลให้เกิดการแย่งใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมทั้งด้านกายภาพและด้านสังคม ส่งผลกระทบสำคัญคือ การให้บริการที่มีคุณภาพต่ำ แต่มีต้นทุนสูง ประสิทธิภาพในการแข่งขันลดน้อยลง ความสามารถในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวลดลง (จรัญ ชื่นในธรรม, 2563) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่มีการพึ่งพารายได้จากภาคการท่องเที่ยวสูงถึงเกือบร้อยละ 50 จึงมีแนวโน้มจะใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวสูงด้วย

อย่างไรก็ดี การท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเน้นสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและมุ่งผลยั่งยืนมากขึ้น (Responsible & sustainable) ซึ่งเป็นไปตามแนวโน้มใหญ่ที่เป็นความมุ่งหวังของการท่องเที่ยวในระดับโลกตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งกระตุ้นให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของทั้งนักท่องเที่ยวและภาคธุรกิจให้มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวมากขึ้น มีความใส่ใจและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ส่งเสริมการผลิตและบริการอย่างยั่งยืน และสร้างความตระหนักด้านความเป็นธรรมกับชุมชน อย่างไรก็ดี เมื่อเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้การท่องเที่ยวต้องหยุดชะงักลง จึงถือเป็นโอกาสในการทบทวนแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อนำไปสู่แนวทางที่สร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและมีความยั่งยืนมากขึ้น

ในระดับนโยบายการท่องเที่ยวของไทย พบว่า ภาครัฐก็มีความพยายามในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนในทุกมิติ สะท้อนจากวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ที่มุ่งพัฒนาให้ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ในขณะที่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ก็เริ่มต้นตัวในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยปัจจุบันมีโรงแรมเกือบ 300 โรงแรมที่ผ่านการประเมินโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green hotel awards) โดยการประเมินของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2564)

ช่องทางและเครื่องมือออนไลน์และแพลตฟอร์มในการท่องเที่ยวกลายเป็นเรื่องปกติ (Digital platforms) แพลตฟอร์มออนไลน์ได้กลายเป็นช่องทางที่มีบทบาทสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งครอบคลุมทั้งเส้นทางผู้บริโภค ตั้งแต่ก่อนเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างการท่องเที่ยว และหลังจากท่องเที่ยว ทั้งในแง่การค้นหาข้อมูล การจองบริการต่างๆ การพักผ่อนและการเยี่ยมชมสถานที่ การซื้อของและการกินดื่ม การจ่ายเงินและทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันบนแพลตฟอร์มรูปแบบต่างๆ ไปจนถึงการแบ่งปันข้อมูล ส่งผลให้มีปริมาณข้อมูลในระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับมีจำนวนคนที่เข้าถึงอุปกรณ์ดิจิทัลมากขึ้น ส่งผลทำให้เกิดผลกระทบเครือข่าย (Network effects) จากการที่กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น และส่งผลทำให้มูลค่าของสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวสูงขึ้น เมื่อมีจำนวนผู้ใช้สูงขึ้น ก็จะยิ่งส่งผลให้ดึงดูดผู้ใช้รายใหม่ๆ เข้ามาและมีปฏิสัมพันธ์กันในเครือข่ายมากขึ้น

นอกจากนี้ ในยุคของข้อมูลมหาศาลในปัจจุบัน มีการสร้างเนื้อหาบนโซเชียลแพลตฟอร์มมากมาย ซึ่งครอบคลุมทุกมิติของการใช้ชีวิต รวมถึงเนื้อหาด้านการท่องเที่ยว แพลตฟอร์มเหล่านี้เป็นช่องทางสำคัญในการประชาสัมพันธ์หรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ และสร้างปฏิสัมพันธ์กันในเครือข่าย ทั้งในรูปแบบการถ่ายทอดสด (Live) การทำวิดีโอสั้น (Short clip) หรือในแอปพลิเคชัน โดยเฉพาะในแอปพลิเคชัน TikTok ที่คนเจนเนอเรชัน Z นิยมใช้ในการสร้างเนื้อหาและแบ่งปันข้อมูล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2363ค) นอกจากนี้ กลุ่ม Micro-influencer ยังเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่นักท่องเที่ยวติดตามผ่านช่องทางที่ได้รับความนิยม เช่น YouTube หรือ Instagram โดยกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์เหล่านี้สามารถสร้างเนื้อหาที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ คนทั่วไปยังเชื่อมั่นในเนื้อหาที่

สร้างขึ้นโดยคนธรรมดาทั่วไป (User-generated content) มากกว่าภาพการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยตรงจากผู้ประกอบการ

ข้อมูลและสารสนเทศเป็นปัจจัยกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Information & data as competitive advantage) ปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้จากหลากหลายช่องทาง ประกอบกับสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกือบทุกอย่างถูกแปลงออกมาให้อยู่ในรูปแบบของข้อมูลและสารสนเทศทั้งหมด กล่าวคือ ผู้เดินทางจะสามารถค้นหาและมีประสบการณ์ท่องเที่ยวได้ก่อนที่จะเดินทางมายังสถานที่จริงทางกายภาพ ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางจะตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจริงนั้น จะต้องมีความสำคัญหรือสามารถมอบประสบการณ์ที่พิเศษนอกเหนือจากข้อมูลที่มีนำเสนออยู่ได้ นักท่องเที่ยวจึงจะเลือกเดินทางไปยังสถานที่นั้น บทบาทของข้อมูลและสารสนเทศจึงมีผลต่อความสามารถของธุรกิจท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage) ที่ไปเกินกว่าความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative advantage) ที่มีมาแต่เดิมกับทรัพยากรที่มีอยู่แต่เดิม แม้ว่าในบางกรณีพื้นที่นั้นอาจไม่มีสิ่งใดที่สร้างความได้เปรียบขั้นสุดยอด (Superlative advantage) ซึ่งเป็นความได้เปรียบที่ไม่มีใครสามารถแข่งขันได้

ผลของการพัฒนาของเศรษฐกิจดิจิทัลจึงมีผลอย่างมากที่จะใช้ข้อมูลและสารสนเทศเป็นปัจจัยนำเข้าสำคัญในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ข้อมูลต่างๆ จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ตามความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปได้มากขึ้น และช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นด้วย

การท่องเที่ยวแบบไร้เงินสดมากขึ้น (Cashless) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลและการพลิกผันในธุรกิจการเงินทำให้การทำธุรกรรมแบบไร้เงินสดมีบทบาทและแพร่ขยายมากขึ้น ในขณะที่ต้นทุนของการชำระแบบเงินสดมีสูง การชำระผ่านระบบออนไลน์มีต้นทุนที่ต่ำกว่าและมีความสะดวกสบายกว่ามาก นอกจากนี้ หลายประเทศยังมีแนวทางจะใช้สกุลเงินดิจิทัล (Digital currency) มากขึ้น ก็ยิ่งทำให้มีทางเลือกการชำระเงินผ่านระบบดิจิทัลมีมากขึ้น แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงภาพอนาคตของสังคมไร้เงินสดที่ชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้ หลายประเทศที่เป็นตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย เช่น ประเทศจีน ได้เข้าไปสู่ระบบเศรษฐกิจสังคมแบบไร้เงินสดอย่างเต็มตัวแล้ว

แม้แต่ในประเทศไทยเอง จากงานศึกษาของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งให้เห็นว่าการใช้ e-Payment ของคนไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นและเติบโตอย่างก้าวกระโดดอย่างมาก โดยปริมาณการใช้ e-Payment เพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่า จาก 49 ครั้งต่อคนต่อปีใน พ.ศ. 2559 เป็น 151 ครั้งต่อคนต่อปีใน พ.ศ. 2563 (ข้อมูล ณ เม.ย. พ.ศ. 2563) และคาดว่าในอนาคตการใช้งานยังคงเติบโตอย่างก้าวกระโดด ซึ่งเป็นผลจากความคุ้นชินในการใช้ e-Payment และภายใต้บริบทการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ก็จะมีแรงให้เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

ความปลอดภัยทางไซเบอร์สำคัญมากขึ้น (Cyber security) กิจกรรมและธุรกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงทางไซเบอร์มากขึ้น ซึ่งทำให้การติดต่อและการประสานความร่วมมือต่างๆ ดำเนินการได้อย่างสะดวก ประกอบกับชีวิตของคนในปัจจุบันที่ใช้อุปกรณ์และแพลตฟอร์มดิจิทัลในทุกมิติของชีวิต อย่างไรก็ตาม ในแง่หนึ่งก็มีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยทางไซเบอร์ เนื่องจาก

จำนวนการใช้งานอุปกรณ์อัจฉริยะ (IoT) ของแต่ละบุคคลเพิ่มขึ้นเป็นเป้าหมายที่น่าสนใจสำหรับอาชญากรไซเบอร์ และทำให้การโจมตีออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามไปด้วย รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลที่ไม่สามารถควบคุมได้ เสี่ยงที่จะทำให้สังคมดิจิทัลไม่ปลอดภัย (บริษัทโทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด , 2563) ภัยไซเบอร์ที่เกิดขึ้นมีหลายรูปแบบทั้งการถูกจู่โจม การรั่วไหลของข้อมูล การแยกข้อมูล หรือการนำข้อมูลไปใช้ในทางมิชอบ และความไม่ปลอดภัยจากการที่คนไม่เปลี่ยนพาสเวิร์ด

จากผลสำรวจ 2019 Digital Trust Insights Survey ของ PwC (อ้างถึงใน ประอรพิชญ์ คัจฉาวัฒนา, 2562) ระบุว่าภายหลังที่ได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ทำให้หลายองค์กรในไทยตระหนักถึงการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์มากขึ้น รวมถึงมีการจ้างผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกเข้าไปช่วยวางมาตรการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์และความเป็นส่วนตัวด้วย อย่างไรก็ตาม ยังความท้าทายสำคัญคือการขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะด้านความปลอดภัยของข้อมูล รวมถึงประสิทธิภาพของการทำงานของคณะทำงานด้านความปลอดภัยของข้อมูลที่ยังไม่ได้มาตรฐาน

ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ (Climate change) สภาพภูมิอากาศเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อการตั้งตูดในนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและการท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กันอย่างยิ่ง การท่องเที่ยวไทยส่วนหนึ่งต้องอาศัยสภาพอากาศที่เหมาะสมจึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวของไทยนั้นค่อนข้างอ่อนไหวต่อสภาพอากาศ หรือมีความไวที่จะได้รับผลจากสภาพอากาศที่ไม่เหมาะสม (Climate sensitive) การท่องเที่ยวไทยจึงอยู่ภายใต้ความเสี่ยงของสภาพอากาศแปรปรวนในปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (อ้างถึงใน ศุภกร ชินวรรณ, 2560) ได้ประเมินความเสี่ยงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศและความเปราะบางที่มีต่อการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบความเสี่ยงต่างกันไปได้แก่

1) การท่องเที่ยวทางทะเลบริเวณชายฝั่งอันดามัน ในช่วงอนาคตอันใกล้ (พ.ศ.2563-2572) การท่องเที่ยวทางทะเลจะได้รับประโยชน์จากการมีฤดูฝนสั้นลง ทำให้การดำเนินกิจกรรมกลางแจ้งสามารถทำได้ยาวนานขึ้น อย่างไรก็ตาม อาจประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำจืดที่อาจทวีความรุนแรงมากขึ้น

2) การท่องเที่ยวทางทะเลบริเวณฝั่งอ่าวไทย คาดการณ์ว่าเกือบทุกจังหวัดบริเวณฝั่งอ่าวไทยจะมีปริมาณฝนตกที่รุนแรงมากขึ้น โดยมีระยะเวลาที่ฝนตกมากขึ้นถึงประมาณ 2 สัปดาห์ในช่วงอนาคต 20 ปีข้างหน้า อาจส่งผลกระทบต่อตรงต่อการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมกลางแจ้ง

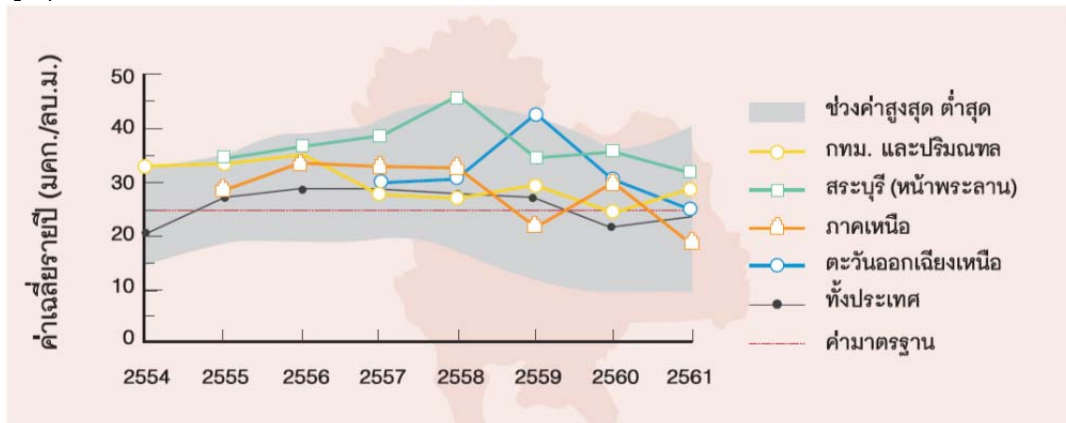
3) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือ คาดการณ์ว่าอีก 20 ปีข้างหน้า วันที่มีอากาศเย็น (อุณหภูมิต่ำกว่า 15 องศาเซลเซียส) จะลดลง 5-10 วันต่อปี และลดลงมากกว่า 20 วัน ในอีก 50 ปีข้างหน้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทางด้านเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

4) การท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม ซากดึกดำบรรพ์ และวิถีชุมชน การท่องเที่ยวรูปแบบนี้มีความเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามอาจจะต้องตระหนักถึงความเสี่ยงในการเกิดน้ำท่วมที่อาจมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แต่เนื่องจากปัญหาน้ำท่วมจะไม่ใช่ประเด็นใหม่ในพื้นที่นี้ จึงคาดการณ์ว่ายังมีขีดความสามารถในการรับมือกับปัญหาน้ำท่วมหากเกิดขึ้นได้

สำหรับในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ถือเป็น 1 ใน 10 เมืองของโลกที่มีความเสี่ยงที่สุดจากน้ำท่วมภายใน พ.ศ. 2613 ทั้งน้ำท่วมจากชายฝั่ง และน้ำท่วมจากปริมาณฝน โดยตัวอย่างหนึ่งของการคาดการณ์ปริมาณน้ำฝนในอนาคตในช่วง พ.ศ. 2593-2612 ของพื้นที่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยามีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับปีฐาน พ.ศ. 2553 โดยปริมาณฝนรวมรายปีเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 และจะมีฝนตกหนักมากขึ้นในช่วงฤดูฝนโดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงปลายฤดูฝนในช่วงเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน ซึ่งอาจส่งผลให้โอกาสเกิดภาวะน้ำท่วมพื้นที่กรุงเทพฯ เพิ่มสูงขึ้น และเมื่อพิจารณาปริมาณฝนตกในรอบการเกิดซ้ำ 2 ปี 5 ปี 10 ปี 20 ปี และ 50 ปี มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แสดงให้เห็นว่ามีแนวโน้มภาวะน้ำท่วมในอนาคตซึ่งจะมีความรุนแรงและมีความถี่มากขึ้น (ศุภกร ชินวรรณ, 2560) จะพบว่า แม้จะเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในระยะยาว แต่ในปัจจุบันก็เริ่มเห็นการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนขึ้นและรุนแรงมากขึ้น จึงจำเป็นต้องติดตามและเตรียมการรองรับผลกระทบเหล่านี้

คุณภาพอากาศแยลง (Air quality) จากผลการศึกษาโดย Asian Institute of Technology (2017 อ้างถึงในบัณฑิต เอนกพูนสินสุข, 2563) พบว่าแหล่งที่มาของฝุ่น PM 2.5 ในประเทศไทยอันดับหนึ่งมาจากการเผาชีวมวลในภาคการเกษตร ปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นมุมของการส่งเสริมด้านการเกษตรของรัฐบาลที่ขาดการพิจารณาถึงผลกระทบที่ครอบคลุมทั้งระบบ แสดงแนวโน้มของปริมาณ PM 2.5 ได้ดังรูปที่ 8.9

อย่างไรก็ดี ในเมืองท่องเที่ยวหลักเช่น กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ที่มีปัญหาฝุ่น PM 2.5 รุนแรง และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในอนาคต หากปัญหาฝุ่นยังไม่ได้รับการแก้ไข อาจทำให้อากาศที่บริสุทธิ์มีราคาสูงที่สุดในการท่องเที่ยวก็เป็นได้



ที่มา: กลุ่มเฝ้าระวังฝุ่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ม.ป.ป.)

รูปที่ 8.9 แนวโน้มปริมาณ PM 2.5 พ.ศ. 2554-2561

การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวจีนและอินเดีย (Growth of China and India) ในปัจจุบันตลาดนักท่องเที่ยวจีนเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของการท่องเที่ยวไทยและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยใน พ.ศ. 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากจีนถึง 11 ล้านคน และสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวกว่า 5.54 แสนล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562ข) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวอินเดียยังเป็นอีกหนึ่งชาติที่มีศักยภาพ จิรายุ โพรวิธราช (2562) ได้วิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาติที่มีศักยภาพ และพบว่า อินเดียเป็นหนึ่งในประเทศที่มีศักยภาพสูง หากสามารถรักษาระดับการขยายตัวได้ก็จะมีโอกาสกลายเป็นกลุ่มโดดเด่นดังเช่นจีนได้ในอนาคต เนื่องจากอินเดียมีจำนวนประชากรที่มากเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากจีน โดยใน

พ.ศ. 2560 ประชากรอินเดียมีจำนวนมากถึง 1.3 พันล้านคน และมีกำลังซื้อมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น มีการประมาณการว่าการใช้จ่ายของผู้มีรายได้ปานกลางชาวอินเดียจะเพิ่มขึ้นสูงถึง 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ใน พ.ศ. 2563 และอาจเพิ่มขึ้นเป็น 3.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ใน พ.ศ. 2573

ในด้านการท่องเที่ยวของคนอินเดีย พบว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ไทยเป็นหนึ่งในประเทศยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวอินเดีย โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยว 3 อันดับแรกร่วมกับสิงคโปร์และสหรัฐ นอกจากนี้ หากพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเข้าไทยก็พบว่าในช่วงประมาณ พ.ศ. 2559 นักท่องเที่ยวอินเดียมีอัตราการขยายตัวสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นอย่างต่อเนื่อง จึงมีความเป็นไปได้สูงที่นักท่องเที่ยวอินเดียจะสามารถขยายเข้าสู่กลุ่มโตเด่นได้เช่นเดียวกับจีน (จิรายุ โพรวิราช, 2562)

8.4.2 อนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทยหลังโควิด-19 ตามวิถีปกติใหม่

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีผลทำให้แนวโน้มตามวิถีปกติเดิมบางประการถูกเร่งให้เกิดเร็วขึ้น และยังมีแนวโน้มบางอย่างที่แม้จะไม่ได้เป็นแนวโน้มหลักแต่ก็มีสัญญาณอยู่แล้วที่ถูกเร่งให้เกิดขึ้นและเกิดเป็นวิถีปกติใหม่ World Travel & Tourism Council (2020) ได้ระบุถึงผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่จะกลายมาเป็นอนาคตฐานของโลกที่สำคัญที่คาดว่าจะเป็นตัวขับเคลื่อนไปสู่การฟื้นตัวของการท่องเที่ยวมี 4 ประการ ได้แก่

1) การเปลี่ยนแปลงความต้องการ (Demand evolution) ของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสิ่งที่คุ้นเคย คาดการณ์ได้ และเชื่อถือได้มากขึ้น โดยเน้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

2) การใส่ใจสุขภาพและสุขอนามัย (Health and hygiene) มากขึ้น นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสุขภาพ ความปลอดภัย และความไว้วางใจ

3) การประยุกต์ใช้นวัตกรรมและกระบวนการดิจิทัล (Innovation and digitization) มากขึ้น การแพร่ระบาดของโควิด-19 ถือเป็นตัวเร่งในการแสวงหานวัตกรรมของภาคการท่องเที่ยวและการผสมผสานเทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้น

4) การมุ่งเน้นความยั่งยืน (Sustainability) มากขึ้น โดยมุ่งสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมและการจัดการที่สร้างสมดุลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้การท่องเที่ยวต้องหยุดชะงักลงทั่วโลก ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวและสามารถพัฒนาต่อไปได้ในระยะกลางและระยะยาว คือ การฉีดวัคซีนเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันจากไวรัสโควิด-19 อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน ยังคงมีความไม่แน่นอนของระยะเวลา ความพร้อมใช้งาน และความน่าเชื่อถือของการทดสอบผล รวมถึงประสิทธิผลของการรักษาหรือวัคซีนที่เป็นไปได้ (OECD, 2020a) นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เน้นย้ำเช่นกันว่า วัคซีนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทย โดยสิ่งที่ต้องติดตามคือสถานการณ์การเข้าถึงวัคซีน ทั้งในแง่ราคาและจำนวนคนที่เข้าถึงวัคซีนได้จริง ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกจะกลับมาเป็นปกติได้ก็ต่อเมื่อผู้คนในโลกสามารถเข้าถึงวัคซีนได้อย่างน้อยร้อยละ 70-80 (พรไพสิน จุลพันธ์, 2564) ดังนั้น ภาพอนาคตฐานส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวหลัง

โควิดจึงจะเกิดเป็นวิถีปฏิบัติใหม่ อันเป็นผลมาจากการตระหนักถึงผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยมีภาพอนาคตฐานที่สำคัญ ดังนี้

การท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความคุ้นเคย ไว้เนื้อเชื่อใจ และเชื่อถือได้ (Trust tourism) อนาคตหลังโควิด-19 ประเด็นด้านสุขภาพ ความปลอดภัยและความไว้วางใจจะเป็นปัจจัยสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจท่องเที่ยว อันเป็นผลมาจากการประสบการณ์ส่วนตัวและความกลัวที่จะติดเชื้อและความกังวลเรื่องความการเว้นระยะห่าง ซึ่งจะเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคตระยะสั้นถึงระยะกลาง ในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะมีการปรับการทำงานร่วมกันมากขึ้นจากห่วงโซ่คุณค่าที่ขยายออกไป รวมถึงการปรับการดำเนินงานบริการใหม่เพื่อลดการสัมผัส เช่น สนามบินจะมีการใช้เทคโนโลยีไบโอเมตริก (Biometric) และเทคโนโลยีไร้สัมผัสมากขึ้นในการตรวจสอบข้อมูลและให้บริการผู้โดยสารมากขึ้น หรือโรงแรมมีการประยุกต์ใช้หุ่นยนต์หรือปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถดำเนินการผ่านทางเว็บไซต์หรือแชทบอทได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจว่ามีความปลอดภัยในการรับบริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวจะเลือกจุดหมายปลายทางที่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่ำ สามารถเพิ่มระยะห่างทางกายภาพได้และมีโอกาสติดเชื้อต่ำ และหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีความแออัด จึงเป็นโอกาสของแหล่งท่องเที่ยวระดับย่อย หรือพื้นที่ที่ไม่เคยเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวมาก่อนที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นพื้นที่เพื่อเปิดรับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว (Privacy & exclusivity) การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้มีความกังวลในการเดินทางหรือร่วมทำกิจกรรมกับบุคคลที่ไม่คุ้นเคย และนำไปสู่ความต้องการเพิ่มความเป็นส่วนตัว (pro-privacy) เน้นการสร้างประสบการณ์ส่วนตัวมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวที่มุ่งสร้างประสบการณ์ใหม่หรือสร้างประสบการณ์เฉพาะตัวมากขึ้น และนักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มจะเป็นกลุ่มเล็กมากขึ้น แนวโน้มหนึ่งที่จะเกิดขึ้น คือการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury tourism) ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นส่วนตัวสูง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่มองหาความเป็นส่วนตัวและต้องการแยกตัวห่างจากผู้อื่นมากขึ้นในระหว่างเดินทางพักผ่อน ซึ่งจะส่งผลให้ความต้องการที่พักประเภทวิลล่าส่วนตัวเพิ่มสูงขึ้น (ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2564)

การท่องเที่ยวสามารถติดตามได้ทุกเมื่อที่จำเป็น (Traceability & trackability) การเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของโรคระบาดเป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีมาใช้ติดตามนักท่องเที่ยว เช่น การใช้แอปพลิเคชันการติดตาม และระบบเฝ้าระวังอื่นๆ จึงมีความสำคัญ สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (2563) ได้ระบุถึงมาตรการสำคัญในการรองรับเพื่อฟื้นฟูโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมหลังโควิด-19 โดยมาตรการหนึ่งด้านการท่องเที่ยว คือการพัฒนาระบบคัดกรอง (Screening) ตรวจสอบ (Tracing) ติดตาม (Tracking) และเฝ้าระวัง (Surveillance) หรือ STTS เพื่อการติดตามนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อให้สามารถติดตามกลุ่มเสี่ยงในกรณีพบผู้ติดเชื้อและสามารถควบคุมการระบาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามการติดตามดังกล่าวยังมีประเด็นที่ต้องพิจารณาในแง่ขอบเขตและวิธีการติดตามที่คำนึงถึงความเหมาะสมในแง่ความเป็นส่วนตัวและสิทธิส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้วย

การก้าวขึ้นชื่อกิจการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยทุนใหญ่ (K-shape recovery) ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศจีนได้เพิ่มบทบาทในแทบทุกด้านของระบบโลก สำหรับในด้านเศรษฐกิจ การ

ลงทุนของจีนในต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นมาก สำหรับการลงทุนของจีนในประเทศไทยนั้น มีแนวโน้มที่ชัดเจน คือ การลงทุนจากประเทศจีนในตลาดอสังหาริมทรัพย์ของไทยได้มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากการวิเคราะห์ของบริษัทที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ CBRE (2563) ระบุว่า จีนเป็นแหล่งที่มาของความต้องการและการลงทุนหลักในตลาดอสังหาริมทรัพย์ไทย และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่นักลงทุนจีนชนชั้นกลางนิยมเข้ามาซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยใน 4 เมืองหลัก คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา และภูเก็ต (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) นอกจากนี้ ชาวจีนที่นิยมซื้อคอนโดมิเนียมในพัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ หรือเมืองต่างๆ ยังเป็นซื้อเพื่อการลงทุนมากกว่าเพื่ออยู่อาศัยเอง และยังมีวิวัฒนาการจากการซื้อเป็นห้อง ไปเป็นการลงทุนซื้อทั้งชั้น ไปจนถึงการลงทุนทั้งตึก คือลงทุนสร้างเอง โดยมีคนไทยเป็นเอมิเนน (ชัยยศ ยงค์เจริญชัย, 2563)

ในกรณีจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักลงทุนจีนมักมีการลงทุนใน 3 ธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจขนส่งหรือโลจิสติกส์ และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การลงทุนของนักลงทุนจีนในธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพบว่ามีขยายตัวเพิ่มขึ้น กลุ่มทุนที่ต้องจับตามองคือกลุ่มซีทริป (Ctrip) ซึ่งเป็นธุรกิจให้บริการด้านการท่องเที่ยวรายใหญ่ของจีนที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมดำเนินการจองบริการต่างๆ ทั้งการเดินทาง ที่พัก โปรแกรมทัวร์ ผ่านแพลตฟอร์มของซีทริป ที่ผ่านมา ซีทริปยังได้เข้ามาลงทุนทำธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) ส่วนในกรณีจังหวัดภูเก็ต ก็พบว่า นักลงทุนอสังหาริมทรัพย์รายย่อยจากจีนได้เข้ามาลงทุนซื้อคอนโดมิเนียมและวิลล่าหรู เพื่อปล่อยเช่าและมีการบริหารจัดการแบบโรงแรมอีกด้วย (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2562) ผลดังกล่าวสะท้อนถึงบทบาทในการให้บริการการท่องเที่ยวของจีนในไทยที่เพิ่มขึ้น แนวโน้มดังกล่าวอาจทำให้จีนกินรวบในห่วงโซ่การท่องเที่ยวทั้งบริการท่องเที่ยวบนพื้นที่กายภาพและบนพื้นที่แพลตฟอร์ม จึงนับเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด

อย่างไรก็ดี จากผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ทำให้การท่องเที่ยวหยุดชะงักและสูญเสียรายได้จำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการบางรายได้รับผลกระทบจากสภาพคล่องที่หายไป และไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้เนื่องจากไม่สามารถแบกรับต้นทุนที่เกิดขึ้นได้ ทำให้จำเป็นต้องขายธุรกิจและเป็นโอกาสของกลุ่มทุนใหญ่ที่จะเข้ามากว้านซื้อธุรกิจเหล่านั้น จะพบว่ามีทั้งผู้ที่เสียประโยชน์และได้ผลประโยชน์จากวิกฤตนี้ ทำให้ในอนาคตจะเกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่มีลักษณะที่เป็นแพรงที่มีทั้งผู้ฟื้นตัวและเติบโตขึ้นได้และผู้ที่ยังไม่ฟื้นตัวและแย่งลง เป็นการเติบโตในลักษณะที่ไม่มีความสมดุลหรือมีลักษณะคล้ายตัว K

จากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมา พบว่า มีกลุ่มทุนจากทั้งจีนและสิงคโปร์เข้ามากว้านซื้อโรงแรมในจังหวัดท่องเที่ยว เช่น กระบี่ ภูเก็ต สงขลา กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ หลังจากผู้ประกอบการเดิมต้องเผชิญวิกฤติจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จนขาดสภาพคล่องและต้องประกาศขายโรงแรมจำนวนมาก (ไทยพีบีเอส, 2563)

สามารถสรุปภาพอนาคตฐานของการท่องเที่ยวหลังโควิดที่เป็นเป็นวิถีแบบเดิมและวิถีแบบใหม่ได้ ดังตารางที่ 8.5

ตารางที่ 8.5 ภาพอนาคตฐานหลังโควิดของการท่องเที่ยวไทย






| อนาคตฐานหลังโควิด – Old normal | อนาคตฐานหลังโควิด – New normal |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • การท่องเที่ยวมีความหลากหลายและยืดหยุ่นมากขึ้นในเชิงพื้นที่ เวลา และพฤติกรรม (Diversity & flexibility) • การท่องเที่ยวเน้นเชิงวิถีชีวิตและประสบการณ์มากขึ้น (Experiential & authentic) • รับผิดชอบและมุ่งผลยั่งยืนมากขึ้น (Responsible & sustainable) • ช่องทางและเครื่องมือออนไลน์และแพลตฟอร์มกลายเป็นเรื่องปกติ (Digital platforms) • ข้อมูลและสารสนเทศเป็นปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขัน (Information & data) • การท่องเที่ยวแบบไร้เงินสดมากขึ้น (Cashless) • ความปลอดภัยทางไซเบอร์สำคัญมากขึ้น (Cyber security) • ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ (Climate change) • คุณภาพอากาศแย่ลง (Air quality) • การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวจีนและอินเดีย (Growth of China and India) | <ul style="list-style-type: none"> • ความคุ้นเคย ไว้วางใจ และเชื่อถือได้ (Trust tourism) • ความเป็นส่วนตัว (Privacy & exclusivity) • ติดตามได้ทุกเมื่อที่จำเป็น (Traceability & trackability) • การก้าวขึ้นชื่อกิจการโดยทุนใหญ่ (K-shape recovery) |

8.5 บุคลิกของนักท่องเที่ยวในอนาคตฐาน




อนาคตฐานที่ได้นำเสนอข้างต้นสะท้อนให้เห็นแนวโน้มสำคัญของการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นอย่างแน่นอนในระยะสั้น อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ทำให้การท่องเที่ยวต้องมีการปรับเปลี่ยนวิถีปฏิบัติใหม่ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่เน้นความคุ้นเคย ไว้วางใจ และเชื่อถือได้ (Trust tourism) และความเป็นส่วนตัว (Privacy) แนวโน้มนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระยะสั้น กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะหลีกเลี่ยงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่และเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่คุ้นเคยและเชื่อถือได้ในเรื่องความปลอดภัย ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิถีการทำงานของคนรุ่นใหม่ที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้น ก็เป็นตัวเร่งสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวแบบอิสระและการท่องเที่ยวกลุ่มเล็กเติบโตมากขึ้น

จากผลวิเคราะห์พฤติกรรมและวิถีการเดินทางของนักท่องเที่ยว คณะวิจัยสามารถสรุปบุคลิกภาพในอนาคตฐานได้ทั้งหมด 12 บุคลิกภาพ แสดงดังตารางที่ 8.6

ตารางที่ 8.6 บุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวในอนาคต

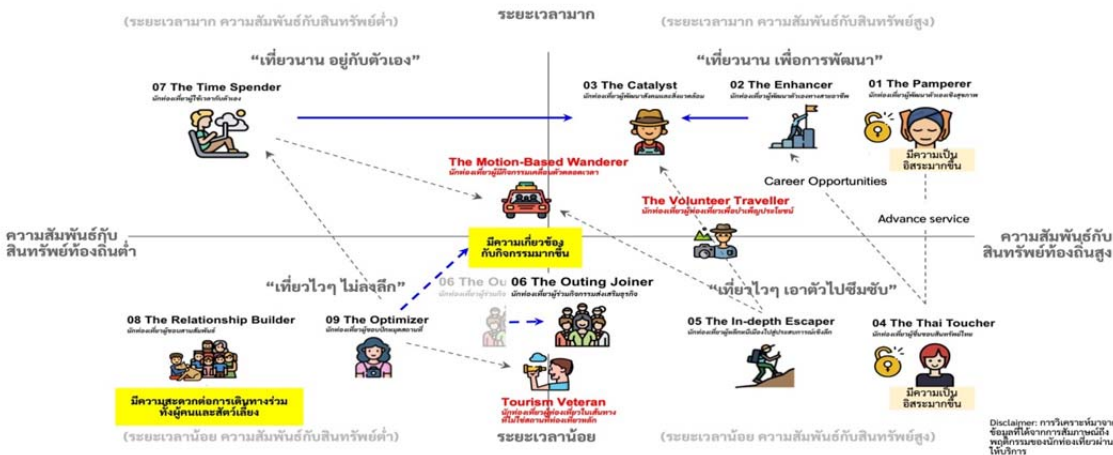
| บุคลิกภาพ | ลักษณะเด่น |
|---|--|
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาตัวเองเชิงสุขภาพ (The pamperer)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ต้องการเดินทางมาเพื่อพัฒนาตนเองเชิงสุขภาพเป็นหลัก • มีการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริมในช่วงระหว่างเวลารักษา |
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาตัวเองทางสายอาชีพ (The enhancer)</p> <ul style="list-style-type: none"> • เกิดความหลงใหลในศิลปวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตแบบไทย • ต้องการในการพัฒนาตนเองทางสายอาชีพ (Career Path) จากความชอบนั้น |
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม (The catalyst)</p> <ul style="list-style-type: none"> • มองหาการท่องเที่ยวเชิงลึกในด้านที่ตนเองสนใจเฉพาะ • นำเอาทักษะ ความรู้ ความสามารถของตนเองมาเสนอคนท้องถิ่น และเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาเชิงสังคมหรือสิ่งแวดล้อมร่วมกับคนในพื้นที่ |
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้ชอบสัมผัสสินทรัพย์รูปแบบไทย (The Thai toucher)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ให้คุณค่ากับมรดกทางศิลปและวัฒนธรรมไทยและความหลากหลายทางธรรมชาติในเชิงภาพจำโดดเด่นของไทย • เน้นท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวิถีไทยในรูปแบบลึกซึ้งขึ้นทั้งในเชิงเวลาและความชอบ |
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้หลีกเลี่ยงหนีเมืองไปสู่ประสบการณ์เชิงลึก (The in-depth escaper)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากสังคมเมือง • เน้นท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสประสบการณ์เชิงลึกและซึมซับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวอย่างอิสระ |
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ (The outing joiner)</p> <ul style="list-style-type: none"> • เดินทางท่องเที่ยวเพื่อร่วมกิจกรรมทางธุรกิจในลักษณะการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า/ คู่ค้าทางธุรกิจ • มีการวางแผนการท่องเที่ยวโดยองค์กรหรือหน่วยงานผู้มอบสิทธิ์ |
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้ใช้เวลากับตัวเอง (The time spender)</p> <ul style="list-style-type: none"> • เลือกมาใช้ชีวิตชั่วคราวในประเทศไทยด้วยปัจจัยพื้นฐานที่เอื้อต่อการใช้ชีวิต • สัมผัสกับทรัพย์สินท้องถิ่นความเป็นไทยน้อย • ท่องเที่ยวใช้เวลาได้ตามต้องการในหลากหลายพื้นที่ ขณะเดียวกันก็สามารถทำงานในระยะไกลได้อย่างสะดวกสบาย |
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้ชอบสานสัมพันธ์ (The relationship builder)</p> <ul style="list-style-type: none"> • คนหลากหลายวัย กลุ่มเพื่อน กลุ่มความสนใจเดียวกันเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน • เน้นการใช้เวลาเชิงคุณภาพร่วมกับผู้ร่วมเดินทาง |
|  | <p>นักท่องเที่ยวชอบปักหมุดสถานที่ (The optimizer)</p> <ul style="list-style-type: none"> • เน้นความคุ้มค่าเชิงปริมาณในการท่องเที่ยว โดยเน้นการชมภาพลักษณ์และการไปถึง • มีการวางแผนอย่างชัดเจน |

ตารางที่ 8.6 (ต่อ)

| บุคลิกภาพ | ลักษณะเด่น |
|---|--|
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้มีกิจกรรมเคลื่อนตัวตลอดเวลา (The motion-based wanderer)</p> <ul style="list-style-type: none"> ให้คุณค่ากับประสบการณ์ที่หลากหลายระหว่างทาง ให้การเดินทางเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว |
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ (The volunteer traveler)</p> <ul style="list-style-type: none"> ท่องเที่ยวเพื่อร่วมทำประโยชน์ทั้งการพัฒนาพื้นที่ชุมชน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการให้ความรู้ ใช้เวลาท่องเที่ยวระยะยาวและอยู่อาศัยร่วมกับชุมชน |
|  | <p>นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวในเส้นทางที่ไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยวหลัก (The tourism veteran)</p> <ul style="list-style-type: none"> สอดแทรกการท่องเที่ยวเข้าไปในเส้นทางการใช้ชีวิตประจำวัน การท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา |

จากบุคลิกภาพตามตารางข้างต้น สามารถแสดงบุคลิกภาพตามลักษณะความสัมพันธ์ของการใช้เวลาในการท่องเที่ยวและความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยว ดังรูปที่ 8.10

การเปลี่ยนแปลงของบุคลิกภาพนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทในอนาคต












รูปที่ 8.10 แนวโน้มของบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวในอนาคตฐาน

เมื่อพิจารณาตามอนาคตฐาน จะพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละบุคลิกภาพจะมีบทบาทเด่นในแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกัน โดยภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันที่ยังมีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 การท่องเที่ยวจะยิ่งเน้นเรื่องความปลอดภัย การรักษาระยะห่าง และการหลีกเลี่ยงเดินทางเข้าไปในพื้นที่แออัด โดยกลุ่มบุคลิกภาพที่จะมีบทบาทเด่นในระยะปัจจุบันนี้ ประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยวที่ใช้เวลากับตัวเอง (The time spender) ซึ่งจะให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวมากขึ้น รวมถึงให้เวลาตนเองในการเรียนรู้ 2) นักท่องเที่ยวชอบปักหมุดสถานที่ (The optimizer) ซึ่งจะใช้เวลาเพียงสั้นๆ ในการท่องเที่ยวแต่ละแห่งและไปในที่ที่มีมาตรฐานความปลอดภัยตามรีวิว และ 3) นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวในเส้นทางที่ไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยวหลัก (The tourism veteran) ซึ่งจะเลือกเดินทางไปในพื้นที่ใหม่ที่มีความหนาแน่นต่ำเพื่อรักษาระยะห่างทางสังคมและยังตอบสนองต่อความต้องการในการค้นหาประสบการณ์ใหม่

ในระยะถัดมาประมาณ 1-2 ปีในช่วงหลังโควิด-19 เมื่อสถานการณ์โรคระบาดได้เริ่มบรรเทาและเริ่มมีการฟื้นฟูการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเริ่มกลับมาเดินทางอีกครั้ง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มกำลังซื้อสูงที่จะเดินทางท่องเที่ยวตามแนวโน้มหลัก คือ การท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและยืดหยุ่นมากขึ้นในเชิงพื้นที่ เวลา และพฤติกรรม (Diversity & flexibility) และเน้นเชิงวิถีชีวิตและประสบการณ์ (Experiential & authentic) มากขึ้น บุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวที่มีบทบาทเด่นในระยะนี้ คือ (1) นักท่องเที่ยวผู้ชอบสัมผัสสินทรัพย์รูปแบบไทย (The Thai toucher) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มุ่งซึมซับความเป็นไทยและมีแนวโน้มจะเป็นการสัมผัสที่ลึกซึ้งมากขึ้น (2) นักท่องเที่ยวผู้ชอบสานสัมพันธ์ (The relationship builder) เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มจะมีกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มคนโสด กลุ่มที่เดินทางกับสัตว์เลี้ยง ซึ่งแต่ละกลุ่มก็จะมีความต้องการเชิงประสบการณ์ที่แตกต่างและหลากหลายมากขึ้น และ (3) นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาตัวเองเชิงสุขภาพ (The pamperer) เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและมีแนวโน้มมองหาบริการที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติมากขึ้นเพื่อประโยชน์ทางสุขภาพ

นอกจากนี้ ภายในระยะ 5 ปี การใช้ช่องทางและเครื่องมือออนไลน์และแพลตฟอร์ม (Digital platforms) เป็นเรื่องปกติในการท่องเที่ยวจะชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากมีความปลอดภัยทางไซเบอร์เพิ่มขึ้น มีการแข่งขันในการให้บริการด้านข้อมูลและการพัฒนาของเทคโนโลยีสนับสนุนการท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะช่วยอำนวยความสะดวกในดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย เฉพาะเจาะจงและลงลึกได้มากยิ่งขึ้น ผลดังกล่าวจะเอื้อประโยชน์และเร่งให้กลุ่มบุคลิกภาพบางกลุ่มมีบทบาทเด่นมากขึ้นในการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาตัวเองทางสายอาชีพ (The enhancer) ที่มีแนวโน้มจะสามารถพัฒนาสายอาชีพที่ยืดหยุ่นทั้งความมั่นคงในรายได้ที่อาจเกิดขึ้นในประเทศหรือนอกประเทศ พร้อมกับการทำตามความฝันและท่องเที่ยวได้โดยไร้ข้อกังวลมากขึ้น (2) นักท่องเที่ยวผู้หลีกเลี่ยงหนีเมืองไปสู่ประสบการณ์เชิงลึก (The in-depth escaper) ที่มีแนวโน้มจะสามารถค้นหาประสบการณ์เชิงลึกจากการเข้าถึงข้อมูลได้มากขึ้น และ (3) นักท่องเที่ยวผู้มีกิจกรรมเคลื่อนไหวตลอดเวลา (The motion-based wanderer) ที่มีแนวโน้มจะค้นหาสถานที่ที่มีความหลากหลายและมีรูปแบบการเดินทางที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและแปลกใหม่ได้มากขึ้น

ในขณะที่การท่องเที่ยวตามแนวทางความยั่งยืนก็เป็นแนวโน้มใหญ่ที่สำคัญของการท่องเที่ยวโลก และยิ่งเด่นชัดขึ้นเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 หลายพื้นที่มุ่งหวังให้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะถัดไปมุ่งสร้างความยั่งยืนมากขึ้นทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทาน โดยกลุ่มบุคลิกภาพที่สำคัญที่จะมีส่วนเร่งแนวโน้มนี้ คือ (1) นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม (The catalyst) ที่มีแนวโน้มจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวภายใต้การจัดการที่เป็นธรรมมากขึ้น และ (2) นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ (The volunteer traveler) ที่มีแนวโน้มจะใช้เวลาท่องเที่ยวในระยะยาวและอาศัยร่วมกับชุมชนเพื่อร่วมทำประโยชน์ทั้งในเชิงการพัฒนาพื้นที่ชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กลุ่มบุคลิกภาพนี้ก็จะยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะเด่นชัดมากขึ้นในระยะยาว

| | ระหว่างช่วงโควิด | หลังโควิด | 3-5 ปี |
|-----------------------------|--|---|---|
| ปัจจัยสนับสนุน | การท่องเที่ยวที่ลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยี และรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนไป | พื้นที่การท่องเที่ยวผ่านกลุ่มที่มีกำลังซื้อ | การพัฒนาฐานข้อมูลและเทคโนโลยี สนับสนุนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง นโยบาย Smart City นโยบาย MICE City TAT Big Data Road Map |
| ตัวอย่างรูปแบบการท่องเที่ยว | <ul style="list-style-type: none"> • Workation • Staycation พักผ่อนใกล้บ้าน • Virtual Travelling | <ul style="list-style-type: none"> • Travel pod ท่องเที่ยวกลุ่มย่อย • ท่องเที่ยวเชิงรักษา | <ul style="list-style-type: none"> • Motion-based • Travelling buddy |
| นักท่องเที่ยวแบบกลุ่มย่อย | <p>07 The Time Spender <i>นักท่องเที่ยวใช้เวลาว่าง</i></p>  <p>09 The Optimizer <i>นักท่องเที่ยวผู้เพิ่มประสิทธิภาพ</i></p>  <p>12 Tourism Veteran <i>นักท่องเที่ยวผู้ชำนาญการ</i></p>  | <p>04 The Thai Toucher <i>นักท่องเที่ยวผู้สัมผัสวิถีไทย</i></p>  <p>08 The Relationship Builder <i>นักท่องเที่ยวผู้สร้างสัมพันธ์</i></p>  | <p>02 The Enhancer <i>นักท่องเที่ยวผู้เพิ่มประสบการณ์</i></p>  <p>05 The In-depth Escaper <i>นักท่องเที่ยวผู้หนีโลกไปสู่อารมณ์</i></p>  <p>10 The Motion-Based Wanderer <i>นักท่องเที่ยวผู้เดินทางแบบเคลื่อนที่</i></p>  |
| นักท่องเที่ยวแบบกลุ่มใหญ่ | | <p>01 The Pamperer <i>นักท่องเที่ยวผู้พักผ่อน</i></p>  <p>กลุ่ม Medical Industry</p> | |

รูปที่ 8.11 บทบาทของแต่ละบุคคลลักษณะในแต่ละช่วงเวลา

8.6 สรุปและข้อเสนอแนะ

เนื้อหาในบทนี้ได้นำเสนอภาพรวมของการคาดการณ์ภาพอนาคตของการท่องเที่ยวไทย โดยมุ่งเน้นให้เห็นสัญญาณและแนวโน้มสำคัญของการท่องเที่ยวในอนาคต แล้วจึงวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนและฉายภาพอนาคตฐาน คณะผู้วิจัยได้พัฒนาผังระบบท่องเที่ยวแบบพื้นฐาน เพื่อใช้วิเคราะห์ภาพอนาคตการท่องเที่ยวไทยในอนาคต ซึ่งคาดว่าจะเปลี่ยนไปจากเดิมอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโควิด-19

กระบวนการกวาดสัญญาณพบว่ามีแนวโน้มสำคัญ ได้แก่ 1) การเดินทางท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและประสบการณ์เพิ่มขึ้น 2) รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวยืดหยุ่นมากขึ้น 3) การท่องเที่ยวมุ่งผลยังยืนมากขึ้น 4) ช่องทางออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลและพื้นที่หลักสำหรับการค้นหาและให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น 5) ข้อมูลกลายเป็นปัจจัยการผลิตสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยว 6) กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพิ่มขึ้น 7) การเติบโตของการลงทุนด้านการท่องเที่ยวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น 8) การเติบโตของธุรกิจการบิน 9) การแข่งขันเพื่อรักษาสมดุลอำนาจในเชิงภูมิรัฐศาสตร์/ การเปลี่ยนขั้วอำนาจ 10) การท่องเที่ยวแบบไร้เงินสดเพิ่มขึ้น และ 11) การเฝ้าระวังเหตุร้ายและการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์มีความสำคัญมากขึ้น

เมื่อวิเคราะห์ระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบของปัจจัยที่ขับเคลื่อนแนวโน้มสำคัญพบว่า ปัจจัยที่จะเกิดขึ้นอย่างแน่นอนและมีผลกระทบสูง ซึ่งจะเป็นอนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทย และ

ในเมืองท่องเที่ยวหลัก คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต โดยอนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทยหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตามวิถีปกติเดิม ได้แก่ 1) หลากหลายและยืดหยุ่นมากขึ้นในเชิงพื้นที่ เวลา และพฤติกรรม 2) การท่องเที่ยวเน้นเชิงวิถีชีวิตและประสบการณ์มากขึ้น 3) การท่องเที่ยวที่เน้นสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและมุ่งผลยั่งยืนมากขึ้น 4) ช่องทางและเครื่องมือออนไลน์และแพลตฟอร์มกลายเป็นเรื่องปกติ 5) ข้อมูลและสารสนเทศเป็นปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขัน 6) การท่องเที่ยวแบบไร้เงินสดมากขึ้น 7) ความปลอดภัยทางไฟเบอร์สำคัญมากขึ้น 8) ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ 9) คุณภาพอากาศเลวลง และ 10) การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวจีนและอินเดีย

อย่างไรก็ดี การแพร่ระบาดของโควิด-19 ถือเป็นเหตุไม่คาดฝันที่ส่งผลกระทบต่อภาพอนาคตฐานและก่อให้เกิดความไม่แน่นอนสูง รวมถึงระบบการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างมาก ทำให้ภาพอนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทยต้องคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ความปลอดภัยด้านสุขภาพ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้น นอกจากนี้ ตัวแปรที่สำคัญประการหนึ่งของอนาคตการท่องเที่ยวโลกและไทยในระยะสั้นและระยะกลาง คือวัคซีนที่ประชาชนจำนวนมากเข้าถึงได้ ซึ่งจะทำให้เกิดภูมิคุ้มกันหมู่ในวงกว้าง ปัจจัยดังกล่าวถือเป็นเงื่อนไขจำเป็น (Necessary condition) ที่จะช่วยให้การท่องเที่ยวฟื้นกลับมาเหมือนเดิมได้ แม้ว่าในหลายประเทศจะเริ่มการฉีดวัคซีนให้กับประชาชนทั่วไปบ้างแล้วก็ตาม แต่ก็ยังมีความไม่แน่นอนของระยะเวลา ความพร้อมใช้งาน และความน่าเชื่อถือของวัคซีน รวมถึงประสิทธิผลของการรักษาหรือวัคซีน เงื่อนไขนี้ถือเป็นความท้าทายและความสำคัญอันดับต้นๆ ทั้งสำหรับการคาดการณ์ภาพอนาคตระยะสั้นและระยะกลาง รวมถึงการกำหนดแนวทางในการพัฒนานโยบายและธุรกิจการท่องเที่ยวในระยะถัดไป

อนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทยหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นเป็นวิถีปกติใหม่ ได้แก่ 1) ความคุ้นเคย ไว้วางใจ และเชื่อถือได้ 2) ความเป็นส่วนตัว 3) ติดตามได้ทุกเมื่อที่จำเป็น และ 4) การก้าวข้ามข้อจำกัดโดยทุนใหญ่

จากอนาคตฐานข้างต้นเมื่อพิจารณาร่วมกับบุคลิกของนักท่องเที่ยวในอนาคตระยะสั้นภายในระยะ 5 ปี พบว่า แต่ละบุคลิกจะบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลาต่างกัน การท่องเที่ยวในระยะแรกที่ยังมีการแพร่ระบาดของโควิด-19 นักท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญจะเป็นกลุ่มบุคลิกที่เน้นการท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ความเป็นส่วนตัว และหลีกเลี่ยงความแออัด ในระยะถัดมาที่เป็น การฟื้นฟูการท่องเที่ยวก็จะมีกลุ่มบุคลิกที่มีกำลังซื้อและต้องการท่องเที่ยวที่เริ่มแสวงหาความแปลกใหม่และแสวงหาประสบการณ์เชิงลึกมากขึ้น ในระยะถัดไปเมื่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและข้อมูลมีมากขึ้น ทำให้สามารถสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวได้สมบูรณ์มากขึ้น ก็จะมีแรงให้กลุ่มบุคลิกที่ท่องเที่ยวแบบเจาะลึกมีโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม วิถีกลุ่มบุคลิกที่มุ่งหวังผลของความยั่งยืนในการท่องเที่ยวนั้น ยังคงมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะมีความชัดเจนมากขึ้นในระยะยาว

ภายใต้ความไม่แน่นอนสูง มีความซับซ้อนและมีพลวัตสูงเช่นนี้ โดยเฉพาะอนาคตหลังโควิด-19 ทำให้การวิเคราะห์พื้นฐานข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ นัยเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญประการหนึ่ง ทั้งสำหรับนโยบายสาธารณะของรัฐบาลและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ คือการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูล นับตั้งแต่แพลตฟอร์มการจัดการข้อมูล (Data management platform) ไปจนถึงการสร้างขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล (Data analytics) ในด้านการท่องเที่ยวของไทย