

บทที่ 10

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

การท่องเที่ยวของไทยที่ผ่านมามีแนวโน้มจะเป็นเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวที่มีการกระจุกตัวทั้งในแง่ของพื้นที่ท่องเที่ยว ตลาดนักท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงเชิงระบบ โดยเฉพาะเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันหรือปัจจัยพลิกผันที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโดยตรง อย่างไรก็ตามก็ดี ผลจากการกวาดสัญญาณพบว่าแนวโน้มสำคัญที่อาจทำให้การท่องเที่ยวไทยมีความหลากหลายมากขึ้นในอนาคต โดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ การท่องเที่ยวในอนาคตมีโอกาสที่จะมีความหลากหลายและยืดหยุ่นมากขึ้นในเชิงพื้นที่ เวลา และพฤติกรรม นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเน้นการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและประสบการณ์มากขึ้น รวมถึงการท่องเที่ยวที่เน้นสร้างความรับผิดชอบและความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น

สถานการณ์โควิด-19 ได้ทำให้การท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วก่อนหน้านี้ต้องลดลงอย่างกะทันหันไปทั่วโลก และคงต้องใช้ระยะอย่างน้อยอีกสองสามปีในการฟื้นตัวได้อย่างเต็มที่ โรคระบาดครั้งนี้ยังทำให้การท่องเที่ยวเปลี่ยนไปในวิถิแบบใหม่ นับตั้งแต่การท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความคุ้นเคยไว้เนื้อเชื่อใจและเชื่อถือได้ รวมถึงความเป็นส่วนตัว ความต้องการพื้นฐานในการท่องเที่ยวเหล่านี้จะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวกลุ่มย่อยและมีความหลากหลายมากขึ้น

ด้วยผลลัพธ์จากการกวาดสัญญาณ ผู้วิจัยได้คาดการณ์ภาพอนาคตฐานจากแนวโน้มที่คาดว่าจะยังคงดำเนินต่อไประยะหนึ่ง รวมถึงการคาดการณ์อนาคตทางเลือกโดยวิธีการสร้างฉากทัศน์ในบทที่ 9 ฉากทัศน์ดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของทางเลือกของการท่องเที่ยวไทยทั้งในระดับประเทศและระดับเมือง แต่ละฉากทัศน์แสดงให้เห็นถึงผลของปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้เกิดภาพอนาคตของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ภาพอนาคตฐานและฉากทัศน์ ประกอบกับผลการสัมภาษณ์และหารือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านนโยบายด้านการท่องเที่ยว พบว่า ภาพอนาคตที่พึงประสงค์ของการท่องเที่ยวไทยหลังโควิด-19 ในระยะยาวควรมุ่งไปที่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้มีความยั่งยืนและเป็นธรรมมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ภายใต้บริบทของความไม่แน่นอนที่เพิ่มสูงขึ้นในด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและการเมือง นโยบายการท่องเที่ยวของไทยต่อจากนี้ไปควรเน้นไปที่การลดความเสี่ยงเชิงระบบ (Systemic risks) ไปพร้อมกับสร้างความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ (Robustness) และความสามารถในการฟื้นตัวจากวิกฤต (Resilience)

จากภาพอนาคตที่พึงประสงค์และหลักการพื้นฐานข้างต้น ผู้วิจัยเสนอว่า แนวคิดหลักของยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวไทยในช่วงหลังโควิดคือ การส่งเสริมเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งในแง่การกิจกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะนักท่องเที่ยว ลักษณะผู้ประกอบการ และพื้นที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงการใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานในการต่อยอดและส่งเสริมธุรกิจ

ด้านอื่นๆ ที่กว้างไปกว่าขอบเขตของธุรกิจการท่องเที่ยวทั่วไป ทั้งนี้ เงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยให้มีความหลากหลายไปพร้อมกับการเติบโตและเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวได้มากขึ้นคือ ความเป็นพหุนิยม (Pluralism) และความเป็นนานาชาติระดับสากล (Cosmopolitanism) ของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย ทั้งในระดับผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการและแรงงาน และกระบวนการผลิต ด้วยเงื่อนไขดังกล่าว กระบวนทัศน์พื้นฐานของนโยบายด้านเศรษฐกิจท่องเที่ยวของไทยจึงต้องยอมรับในทิศทางของการสร้างความหลากหลายภายใต้พหุนิยมและความเป็นสากลมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม แต่ละพื้นที่ของประเทศไทยอาจมีรูปแบบและระดับความหลากหลายที่ไม่เหมือนกัน เศรษฐกิจท่องเที่ยวในบางพื้นที่อาจเน้นความเป็นพหุนิยมและความเป็นสากลระดับโลก โดยมุ่งไปที่ความเป็นตลาดและแพลตฟอร์มของธุรกิจท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพฯ และภูเก็ต ในขณะที่บางพื้นที่อาจสร้างความหลากหลายและพหุนิยมที่พัฒนาต่อยอดจากฐานอัตลักษณ์และภูมิปัญญาดั้งเดิมมากกว่า ดังในกรณีของเชียงใหม่และเมืองท่องเที่ยวระดับรองลงมา แนวความคิดนี้ถือกรอบของการกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางในการพัฒนาท่องเที่ยวไทยในอนาคต

เนื้อหาในบทนี้นำเสนอรายละเอียดของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย เนื่องด้วยสถานการณ์โควิดที่ยังไม่คลี่คลายลงในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงแบ่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยออกเป็น 2 ส่วนตามกรอบเวลาของการดำเนินการและผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ คือ (1) ยุทธศาสตร์เร่งด่วนและระยะสั้น และ (2) ยุทธศาสตร์ระยะกลางและระยะยาว โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียด ดังนี้

10.1 ยุทธศาสตร์เร่งด่วนและระยะสั้น

ยุทธศาสตร์ในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มยุทธศาสตร์ที่ต้องดำเนินการทันทีและต้องดำเนินการภายในระยะ 3 ปีต่อจากนี้ไป แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จะยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จะจบลงเมื่อไร แต่เป็นยุทธศาสตร์ที่จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนและดำเนินการในระยะสั้นที่สำคัญ ได้แก่ (1) การเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวังให้เร็วที่สุด (Restart) และ (2) การฟื้นฟูธุรกิจท่องเที่ยว (Rehabilitate) โดยแต่ละยุทธศาสตร์มีรายละเอียดดังนี้

10.1.1 ยุทธศาสตร์การเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวังให้เร็วที่สุด (Restart)

หลักการเหตุผล: การเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงที่การระบาดของโรคโควิด 19 ยังไม่คลี่คลายลงนั้น จำเป็นต้องดำเนินการอย่างระมัดระวัง ทั้งนี้ ในช่วงที่มีความไม่แน่นอนสูงมาก การดำเนินการใดๆ จึงควรเน้นการทดลองในขอบเขตจำกัด เมื่อสำเร็จแล้ว จึงค่อยขยายขอบเขตออกไป จากหลักการดังกล่าว องค์ประกอบสำคัญของยุทธศาสตร์นี้คือการกระจายวัคซีน การทดลองเปิดประเทศผ่านวิธีการทดลองการดำเนินนโยบายหรือแซนด์บ็อกซ์ รวมไปถึงการพัฒนาแบบแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่น่าจะตอบรับกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคตระยะสั้นและระยะกลาง เช่น ระบบการคัดกรองและยืนยันตัวตน การรองรับการท่องเที่ยวกลุ่มย่อย เป็นต้น นอกจากนี้ การปรับปรุงภาพลักษณ์ก็ควรดำเนินการไปด้วยพร้อมกัน

การกระจายวัคซีน การกระจายวัคซีนถือเป็นมาตรการเร่งด่วนที่สำคัญเพื่อมุ่งสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ (herd immunity) ทั้งในกลุ่มแรงงานและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและในกลุ่มประชากรของประเทศ ภูมิคุ้มกันหมู่จะนำไปสู่การเปิดดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ภายในประเทศให้เป็นไปตามปกติทั้งในวิถีเก่าและวิถีใหม่ รวมถึงเปิดประเทศเพื่อรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้น ณ ปัจจุบัน วัคซีนถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการสร้างความเชื่อมั่นในการกลับมาดำเนินกิจกรรมตามปกติ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่จะต้องมีความระมัดระวังสูงในการเปิดรับการท่องเที่ยว

ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ท่ามกลางสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนสูง การดำเนินมาตรการใด ๆ ย่อมมีความเสี่ยง การเปิดประเทศเพื่อรับนักท่องเที่ยวย่อมมีความเสี่ยง แต่ก็เป็นทางออกสำคัญของการฟื้นฟูและกระตุ้นธุรกิจท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศไทย หลักการพื้นฐานของการเปิดประเทศจึงอยู่ที่การบริหารจัดการความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสมที่สุด แนวทางของยุทธศาสตร์ของการเปิดประเทศจึงควรเริ่มจากพื้นที่ที่เหมาะสมกับการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยในที่นี้คือการทดลองและนำร่องการเปิดรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หรือภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) โดยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มแรกเดินทางเข้ามาในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2564

เนื่องจากมาตรการดังกล่าวมีรายละเอียดอยู่มากและมีการนำเสนอโดยทั่วไปอยู่แล้ว จึงไม่ลงรายละเอียดให้ซ้ำซ้อนในรายงาน อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่า เงื่อนไขสำคัญของการดำเนินมาตรการแซนด์บ็อกซ์คือมาตรการทางวัคซีนที่เด่นชัด ดังกรณีภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ภายใต้การดำเนินการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์นี้ได้มีการดำเนินมาตรการด้านวัคซีนและการสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ โดยได้ฉีดวัคซีนให้กับประชากรในจังหวัดภูเก็ตและจะต้องมีประชากรผู้รับวัคซีนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 เมื่อเปิดถึงกำหนดเปิดรับนักท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตก็จะต้องได้รับวัคซีนครบสองเข็มหรือมีผลตรวจคัดกรองโควิด-19 ในเวลา 72 ชั่วโมง รวมถึงการใช้มาตรการร่วมอื่น ๆ ได้แก่ การเฝ้าระวังเชิงรุกในกลุ่มเสี่ยงและชุมชนเสี่ยง การเตรียมความพร้อมด้านห้องปฏิบัติการ และการเตรียมความพร้อมด้านการรักษาพยาบาล (กรุงเทพมหานคร, 2564) ทั้งนี้ เพื่อป้องกันการเล็ดลอดของเชื้อเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต

กรณีภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์จึงเป็นพื้นที่นำร่องในการเปิดเมืองสำหรับพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทยด้วย ดังนั้น ยุทธศาสตร์การกระจายวัคซีนจึงควรสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ในการเปิดประเทศ อย่างไรก็ตาม การกระจายวัคซีนที่มีคุณภาพให้กับคนในประเทศให้ได้ในวงกว้างและรวดเร็วย่อมมีความสำคัญที่สุดไม่เพียงเพื่อชีวิตและสุขภาพของประชาชน แต่เพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจและเปิดเมืองท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศต่อไป

แพลตฟอร์มการคัดกรองและยืนยันตัวตน เป็นมาตรการสำคัญเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับทั้งเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวในการเข้ามาทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มาตรการคัดกรองและยืนยันตัวตนในการท่องเที่ยวมีความจำเป็นเพื่อเป็นข้อมูลในการติดตามนักท่องเที่ยว และจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีในการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อสามารถค้นหาและติดตามนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ

ในปัจจุบัน มีระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่สามารถใช้ติดตามนักท่องเที่ยวผ่านการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ต่าง ๆ ดังกรณีของภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ก็ได้มีการบังคับให้นักท่องเที่ยวต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน

Thailand Plus และยินยอมให้แชร์สถานที่ตั้ง (ไทยพีบีเอส, 2564) อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์ของ ยืนยันตัว และการติดตามยังจำเป็นต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ข้อมูลมีการเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบและสามารถดำเนินการป้องกันและสกัดกั้นการแพร่ระบาดเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นกระบวนการหนึ่งของการท่องเที่ยว แม้ว่าแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่มุ่งพัฒนาในปัจจุบันอาจใช้กับโครงการเปิดประเทศในระยะเร่งด่วนและระยะสั้น แต่ก็ควรพัฒนาต่อเนื่องเพิ่มเติมไปเพื่อสามารถใช้ต่อได้ ระยะกลางและระยะยาว

การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะย่อย การท่องเที่ยวในระยะสั้นมีแนวโน้มจะเน้นความคุ้นเคย ไว้วางใจ และเชื่อถือได้ (Trust tourism) ทั้งในแง่ของพื้นที่ท่องเที่ยว ผู้ให้บริการและผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มจะให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ดังนั้น การท่องเที่ยวกับคนที่คุ้นเคยหรือรู้จักจะเป็นแนวโน้มแรกที่จะกลับมา เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยและต้องการเว้นระยะห่างทางสังคมกับคนที่ไม่คุ้นเคย และจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวกับคนที่รู้จักด้วยเท่านั้น เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อน เป็นต้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะย่อยจึงเป็นมาตรการหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นปริมาณนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นและยังคงรักษาระยะห่างทางสังคมได้ โดยอาจจะต้องมีการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มแรงจูงใจ เช่น การเพิ่มมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยวกับคนรู้จักเป็นหมู่คณะย่อย เป็นต้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนนี้มีทั้งที่มุ่งไปที่นักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย

การปรับแบรนด์ให้สดใสและทันสมัย (Brand refresh) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ประเด็นเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยกลายเป็นค่านิยมใหม่ของการวิถีการใช้ชีวิต รวมถึงการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น ภาพลักษณ์ใหม่ของการท่องเที่ยวไทยในบางเมืองและบางกิจกรรมจะต้องปรับใหม่ให้สะท้อนถึงมิติเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ใหม่และความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทย รวมถึงการออกแบบการเดินทางเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ที่มีความปลอดภัยและสามารถเว้นระยะห่างทางสังคมได้ สำหรับนักเดินทางอิสระหลังโควิด-19 เนื่องจากโรคระบาดโควิดทำให้ผู้คนจำนวนมากได้รับผลกระทบทั้งในด้านสุขภาพกายและใจ รวมถึงการสูญเสียด้าน ๆ ในระดับที่มากน้อยต่างกัน แรนด์ที่ปรับใหม่จึงควรเน้นความสดใสและภาพลักษณ์ของการหลุดพ้นจากภาวะตึงเครียดและไม่พึงประสงค์ต่าง ๆ

10.1.2 ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูธุรกิจท่องเที่ยว (Rehabilitate)

หลักการเหตุผล: โรคระบาดโควิดมีผลกระทบโดยตรงอย่างมากต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวในทุกระดับและทุกขนาด การช่วยเหลือ เยียวยาและฟื้นฟูธุรกิจท่องเที่ยวจึงเรื่องเร่งด่วนที่ควรดำเนินการทันที ทั้งนี้ แนวทางและวิธีการช่วยเหลือก็ควรคำนึงถึงการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างและรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาเชิงระบบที่มีมาแต่เดิมก่อนโควิด พร้อมกับตอบรับแนวโน้มเศรษฐกิจท่องเที่ยวในระยะกลางและระยะยาวไปพร้อมกัน องค์ประกอบของยุทธศาสตร์การฟื้นฟูธุรกิจท่องเที่ยวไทยในระยะเร่งด่วนและระยะสั้น มีดังต่อไปนี้

■ **การช่วยเหลือผู้ประกอบการท่องเที่ยว** การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องหยุดชะงักลงเกือบทั้งหมด ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องหยุดดำเนินกิจการ ทำให้ขาดรายได้และยังต้องแบกรับต้นทุนในการบำรุงรักษาสิ่งปลูกสร้าง วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ดังนั้น หากมีเป้าหมายในการเปิดประเทศเพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจท่องเที่ยวอีกครั้ง กลุ่มผู้ประกอบการถือเป็นห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญที่จะรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมาผู้ประกอบการหลายรายต้องยุติการดำเนินการไป จึงจำเป็นต้องมีนโยบายและกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวในการจัดสรร ออกมาตรการการการประคับประคอง เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถอยู่รอดได้

จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (อ้างถึงใน ไทยโพสต์, 2564) ได้ชี้ให้เห็นความต้องการเร่งด่วนของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ประเด็นที่ต้องการให้ช่วยเหลือเร่งด่วนมากที่สุดคือการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ รองลงมาคือการช่วยเหลือแรงงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ การยกเว้นค่าธรรมเนียมภาษีบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยว การจัดตั้งกองทุนฟื้นฟูผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ การกระตุ้นอุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศ การให้สถาบันการเงินพักชำระหนี้เงินต้นและดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการธุรกิจในการท่องเที่ยว และการกระตุ้นอุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศตามลำดับ นอกจากนี้ ยังควรจัดเงินอุดหนุนและเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้กับผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการเพิ่มสภาพคล่องให้กับผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินการในธุรกิจท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

■ **การพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูล Big Data เพื่อการท่องเที่ยว** ถือเป็นมาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและพลวัตได้อย่างตรงจุด ข้อมูลต่าง ๆ จากนักท่องเที่ยวจะนำมาวิเคราะห์ ทำให้ธุรกิจได้รับข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ และสามารถมอบประสบการณ์และความพึงพอใจสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยวได้ ประสิทธิภาพด้านการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลจะทำให้สามารถเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับข้อมูลมหาศาลนี้ ยังมีต้นทุนที่สูงและต้องอาศัยทักษะและองค์ความรู้เฉพาะทาง จึงอาจจะทำให้มีเพียงธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีทุนและมีทรัพยากรบุคคลเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลมหาศาลนี้ได้ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรให้การสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูล และความสามารถพื้นฐานในการจัดเก็บและใช้ประโยชน์จากข้อมูลให้กับภาคธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเตรียมและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้

■ **การพัฒนาพื้นที่แบ่งปันความคิดเห็นในช่องทางออนไลน์** ปัจจุบันมีช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถแบ่งปันความคิดเห็นจากประสบการณ์ท่องเที่ยวของตนเองในช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก หรือแพลตฟอร์มของโรงแรม อย่างไรก็ตาม ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้อาจจะจัดกระจายและอาจไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น การมีพื้นที่กลางเพื่อแบ่งปันความคิดเห็น รวมถึงพื้นที่ที่เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านออนไลน์แบบรวมศูนย์จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างเป็นทางการ และเป็นพื้นที่พบปะระหว่างผู้ให้บริการและ

ผู้รับบริการที่จะร่วมกันพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม โดยเฉพาะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

■ **การพัฒนาช่องทางการร้องเรียน** การสร้างพื้นที่สำหรับการร้องเรียนเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการมีระบบร้องทุกข์ที่เข้าถึงง่าย เช่น การร้องทุกข์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถยืนยันตัวตนได้และดำเนินการได้รวดเร็ว เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอุ่นใจเมื่อมีเหตุไม่คาดฝันและต้องการความช่วยเหลือ รวมถึงสามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญ และขอรับความช่วยเหลือได้อย่างทันที่

10.2 ยุทธศาสตร์ระยะกลางและระยะยาว

ยุทธศาสตร์ระยะกลางและระยะยาวเป็นการดำเนินการที่หวังผลในช่วงระยะเวลา 5-10 ปีขึ้นไป แต่ควรวางแผนและดำเนินการเบื้องต้นไว้แล้วตั้งแต่ปัจจุบัน ยุทธศาสตร์ระยะกลางและระยะยาวมักมุ่งไปที่การปฏิรูประดับโครงสร้าง เพื่อให้เศรษฐกิจท่องเที่ยวมีความยั่งยืนและเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น ยุทธศาสตร์ในกลุ่มนี้จึงต้องอาศัยระยะเวลาหนึ่งในการดำเนินการ ประเด็นยุทธศาสตร์สำคัญมี 2 ประการ คือ (1) ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทย (Restructure) และ (2) ยุทธศาสตร์กระจายต้นทุนและผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เป็นธรรมมากขึ้น (Redistribute) แต่ละยุทธศาสตร์มีรายละเอียดดังนี้

10.2.1 ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทย (Restructure)

หลักการเหตุผล: ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยมุ่งสร้างรูปแบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพาแหล่งหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่หลัก ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาสำคัญคือการท่องเที่ยวล้นเกิน โดยมุ่งให้เกิดความหลากหลายทั้งในเชิงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ลักษณะนักท่องเที่ยว ลักษณะผู้ประกอบการ และพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ ดังนี้

1) กลยุทธ์เพิ่มความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทย (Diversify)

เหตุผล: เศรษฐกิจไทยพึ่งการท่องเที่ยวมาก อีกทั้งเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยยังมีลักษณะของการเป็นเศรษฐกิจเชิงเดี่ยว จนเกิดความเสี่ยงเชิงระบบไม่เพียงเฉพาะภายในภาคการท่องเที่ยว แต่มีผลต่อเศรษฐกิจไทยในภาพรวม โดยเฉพาะสำหรับเมืองหลักด้านการท่องเที่ยว ทั้งกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ และพัทยา จึงจำเป็นต้องเพิ่มความหลากหลายในเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยมุ่งบูรณาการกับเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อขยายห่วงโซ่มูลค่า รวมถึงผสมผสานการดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลและเทคโนโลยีเสมือนจริงเพื่อขยายช่องทางการเข้าถึงและกระตุ้นการท่องเที่ยวได้มากขึ้น

แนวทาง: จากมุมมองเชิงขอบเขตของระบบการท่องเที่ยว (Tourism system) การเพิ่มความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวมีอยู่ 2 แนวทางหลัก

1.1) การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในเศรษฐกิจการท่องเที่ยว

■ การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวในภาคการท่องเที่ยวตามนิยามทั่วไป คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยว

- การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของห่วงโซ่มูลค่า โดยผู้ซื้ออาจเป็นผู้ขายสินค้าและการบริการให้กับนักท่องเที่ยว และผู้บริโภคที่อาจไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนพื้นที่โดยตรง แต่สนใจหรือต้องการสัมผัสประสบการณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น รวมไปถึงผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจในผลิตภัณฑ์ดังกล่าวโดยไม่มี ความสนใจโดยตรงกับสถานที่ท่องเที่ยวต้นทาง

- การประยุกต์ใช้อัตลักษณ์และภูมิปัญญาไทยอย่างสร้างสรรค์เพื่อบูรณาการเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยมุ่งสร้างผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวในระดับชุมชนที่มีความแตกต่างหลากหลาย โดยเฉพาะสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มาจากอัตลักษณ์และภูมิปัญญาดั้งเดิม ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ตลอดปี องค์ประกอบสำคัญของยุทธศาสตร์ในส่วนนี้คือการพัฒนาห่วงโซ่การผลิต (Production chain) ให้สามารถผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับรสนิยมนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อจิตใจนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ขั้นตอนต้นน้ำ คือการวิจัย พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงปลายน้ำคือด้านการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ อีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญคือการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างชุมชนกับผู้ประกอบการในการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น การส่งเสริมให้ชุมชนและผู้ประกอบการสามารถนำเสนออัตลักษณ์ของท้องถิ่นของตนเองให้นักท่องเที่ยวได้ เป็นต้น

- การเพิ่มความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยการขยายห่วงโซ่การผลิตทั้งภายในประเทศและจากต่างประเทศ ยุทธศาสตร์ส่วนนี้มุ่งให้เกิดการกระจายรายได้ในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวไปยังชุมชน และมุ่งหวังให้การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากและเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากต่าง ๆ เช่น ด้านเกษตรกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น ยุทธศาสตร์นี้จำเป็นต้องมีการสนับสนุนให้เกิดการสร้างพันธมิตรท้องถิ่นในการสร้างห่วงโซ่การผลิตที่ครบวงจร เพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์ไทยสู่สากล โดยเฉพาะการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการหรือ Event ที่สร้างโอกาสใหม่ เช่น Thai-Pop culture

ในทางกลับกัน ในส่วนของเพิ่มความหลากหลายที่มุ่งสู่ความเป็นสากล (Global) การสร้างความหลากหลายของการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบางประเภทจำเป็นต้องมีการนำเอาวัตถุดิบที่แต่เดิมต้องนำเข้าจากประเทศ เช่น ผักหรือผลไม้บางชนิด ยุทธศาสตร์ในระยะกลางและระยะยาวในส่วนนี้ ก็อาจส่งเสริมให้มีการผลิตทดแทนการนำเข้า โดยเริ่มจากการวิจัยและพัฒนา เพื่อสามารถนำพันธุ์พืชเหล่านั้นมาปลูกในพื้นที่ที่เหมาะสมในประเทศไทย จึงเป็นการสร้างห่วงโซ่อุปทานในพื้นที่ท้องถิ่น (Local) ที่มีความเป็นสากลได้

ขณะเดียวกัน จากมุมมองของความสัมพันธ์กับกิจกรรมที่มีอยู่แต่เดิมในพื้นที่นั้น แนวทางการเพิ่มความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวแบ่งเป็นสองแนวทาง ได้แก่

- สร้างหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์หรือการบริการใหม่ที่ไม่เคยมีรากฐานของธุรกิจนั้นมาก่อน หรือไม่มีการผลิตสิ่งนั้นมาก่อนในพื้นที่นั้น เช่น การแข่งขันกีฬาฟุตบอลอาชีพและสนามแข่งในจังหวัดบุรีรัมย์ การสร้างศูนย์การเงินดิจิทัลแบบ Cryptocurrency ในมอลตา เป็นต้น เนื่องจากเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่

ไม่เคยมีมาก่อนในพื้นที่ จึงอาจมีความเสี่ยงค่อนข้างสูงและมีความท้าทายสูงในการดำเนินการ ภาครัฐจึงต้องมีบทบาทเชิงรุกในการเลือกและสนับสนุนการสร้างความปลอดภัยหลายด้วยวิธีการนี้

- ขยายหรือต่อยอดผลิตภัณฑ์และบริการที่มีรากฐานของการผลิตมาแต่เดิมในพื้นที่นั้น เช่น การพัฒนาอาหารเมืองแบบวีแกน (Vegan) ที่เชียงใหม่ การสร้างแฟชั่นผ้าไหมไทย เป็นต้น รวมถึงการส่งเสริมการพัฒนาโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวให้เป็นบริการแนวใหม่สำหรับการท่องเที่ยวชนิดพิเศษ ให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มที่ต้องการความเร็ว กลุ่มที่ต้องการทำทุกอย่างให้ช้าลงแต่เต็มไปด้วยสาระ หรือกลุ่มที่ต้องการการผจญภัย เป็นต้น

ตัวอย่างสมมติของยุทธศาสตร์การสร้างความปลอดภัยหลายในเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทย แสดงดังตารางที่ 10.1

ตารางที่ 10.1 ตัวอย่างการสร้างความปลอดภัยหลายในเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทย

มิติความสัมพันธ์กับพื้นที่ท่องเที่ยว	นำเข้าใหม่	ต่อยอดของเดิม
มิติขอบเขตระบบท่องเที่ยว		
ภายในภาคการท่องเที่ยวโดยตรง	ดิสนีย์แลนด์ในภูเก็ต ฟุตบอลอาชีพ ASIAN League ในบุรีรัมย์	Life rejuvenation hub พรีเมียร์ลีกมวยไทย
ภายนอกภาคการท่องเที่ยว	ศูนย์กลางเงินสกุลดิจิทัลในภูเก็ต	ธุรกิจผลิตอาหารไทยส่งออก

แนวทางของยุทธศาสตร์ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นภาพกว้างของการเพิ่มความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยที่กว้างกว่าธุรกิจท่องเที่ยว สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวเองนั้น ยังคงจำเป็นต้องเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบ แหล่งที่มา และกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยมียุทธศาสตร์หลักๆ ดังนี้

1.2) การเพิ่มความหลากหลายของนักท่องเที่ยว (Personas) และตลาดท่องเที่ยว

- การเพิ่มการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงของการพึ่งนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญที่จะสามารถกระตุ้นให้การเดินทางในประเทศเพิ่มขึ้น ดังนี้

การท่องเที่ยวคนรายได้สูง เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวระยะไกลในต่างประเทศมีอุปสรรคมากขึ้นอย่างน้อยในระยะสั้นและระยะกลาง ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่มที่เป็นผู้มีรายได้สูงที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นปกติมีการเดินทางระหว่างประเทศน้อยลง และเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวมาในประเทศไทยมากขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเน้นการท่องเที่ยวหรูหราและเป็นส่วนตัวสูง ดังนั้น การเตรียมบริการระดับสูงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ก็จะเป็นอีกโอกาสในการเพิ่มจำนวนการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไม่ควรมองว่ามาตรการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นเพียงมาตรการ “ชัตตาทัพ” ระยะสั้น แล้วกลับไปเน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติเหมือนก่อนหน้านี้ แต่ควรมายุทธศาสตร์ที่มุ่งทำให้นักท่องเที่ยวคนไทยกลุ่มนี้มองเห็นว่า การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในประเทศไทยก็สามารถเป็นทางเลือกที่ดีได้ เมื่อเปรียบเทียบกับ การไปเที่ยวต่างประเทศ เมื่อสถานการณ์โควิดได้คลี่คลายลงแล้ว

การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการศึกษา การส่งเสริมให้นักเรียนไทยได้เที่ยวในประเทศไทย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และสิ่งที่น่าสนใจอื่นๆ ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ของนักเรียน นอกจากจะเป็นการประกันปริมาณความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปีและทุกระยะเวลาแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ที่สำคัญสำหรับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของประเทศไทยในอนาคตอีกด้วย

- การปรับกระบวนการทัศนพื้นฐานของนโยบายท่องเที่ยวให้ยอมรับความเป็นพหุนิยม (Pluralism) และโลกนิยม (Cosmopolitanism) แนวคิดทั้งสองประการถือเป็นเงื่อนไขจำเป็นในการสร้างการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีพลวัต เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยเปิดกว้างและก้าวพ้นอุปสรรคสำคัญของการขยายขอบเขตและเพิ่มมูลค่าของเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยในอนาคต ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมมีตั้งแต่การเปิดรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการ เชื้อชาติ กลุ่มวัย และคุณลักษณะอื่นๆ ที่หลากหลาย รวมไปถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการจากต่างชาติเข้ามามีส่วนช่วยเพิ่มเติมบริการการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเป็นสากล (cosmopolitan) มากขึ้น ผู้ประกอบการบางส่วนอาจช่วยผสมผสานกับวัฒนธรรมดั้งเดิมให้มีความเป็นสากลมากขึ้น ในขณะที่บางคนอาจนำสิ่งใหม่เข้ามาเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และหลากหลายก็ได้

ในการนี้ ผู้ประกอบการต่างชาติมักจะสามารรถเชื่อมโยงกับการทำการตลาดนักท่องเที่ยวต้นทางและดึงนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามา และอาจจะเข้าใจปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและสามารถช่วยแก้ไขอุปสรรคของการท่องเที่ยวได้มากขึ้น และอาจดีกว่าผู้ประกอบการท้องถิ่น ดังนั้น การพัฒนาไปสู่การเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความเป็นสากลและพหุวัฒนธรรม (Multicultural, Cosmopolitan tourism) จึงเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสร้างความหลากหลายของการท่องเที่ยวและการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวในอนาคต

2) กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของระบบการท่องเที่ยวไทย

(Efficiency enhancing)

เหตุผล: การท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมาเน้นการใช้แรงงานในการผลิตและให้บริการกับนักท่องเที่ยว จุดแข็งหลายประการที่มีอยู่ในปัจจุบันก็มักจะยังคงเป็นพื้นฐานของความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทย อาทิ คุณลักษณะและอัยาศัยของคนไทยที่มีความเป็นธรรมชาติในการต้อนรับดูแลผู้อื่น วัฒนธรรมที่ค่อนข้างเปิดกว้าง ไม่เคร่งครัดมากเกินไป ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ในด้านการพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยี กระบวนการและวิธีการใหม่ๆ ยังจำเป็นต้องดำเนินการต่อไป

แนวทาง: ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของการท่องเที่ยวไทยที่เน้นแนวโน้มเทคโนโลยีใหม่สามารถแบ่งเป็น 6 กลุ่มหลัก โดยแต่ละกลุ่มมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) สถาบัน (Institutions) และแรงจูงใจ (Incentives) โดยแบ่งเป็นกลุ่มยุทธศาสตร์ย่อยได้ ดังนี้

2.1) แนวทางการแปรรูปทางดิจิทัล (Digital transformation)

แนวทางนี้ไม่จำกัดอยู่เพียงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจเท่านั้น แต่ต้องไปถึงการแปรรูปโครงสร้างและกระบวนการทำงานขององค์กรที่เกี่ยวข้องทุกด้าน องค์กรประกอบของยุทธศาสตร์การแปรรูปทางดิจิทัลมีดังนี้

- การสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล (*Digital infrastructure*) โดยเฉพาะแพลตฟอร์มการบริหารจัดการข้อมูล (*Data management platform*) ที่เป็นของรัฐ (*Public domain*) หรือของส่วนรวม (*Open domain*) ทั้งในระดับเมือง และอุตสาหกรรมของจังหวัดท่องเที่ยว

- การเพิ่มความรู้ทักษะด้านดิจิทัล (*Digital literacy*) ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และความมั่นคงปลอดภัยด้านดิจิทัล (*Digital security*) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์ได้จากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกัน ก็ต้องป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์ที่เกิดขึ้นเป็นประจำและในวงกว้างมากขึ้น

- การสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงิน (*FinTech*) ให้มีความน่าเชื่อถือ เพื่อลดช่องว่างทางการเงินในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งฝั่งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ผ่านการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีบล็อกเชน (*Blockchain*) เพื่อพัฒนาการโอนเงินและการรับส่งเอกสารทางการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงการเปิดโอกาสให้มีการซื้อขายบริการท่องเที่ยวผ่านสกุลเงินดิจิทัล

2.2) แนวทางการเข้าสู่ระบบแพลตฟอร์ม (*Platformization*)

- การส่งเสริมการพัฒนาแพลตฟอร์มเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมไปถึงการปฏิรูปกฎหมายที่เกี่ยวกับแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยว

- การส่งเสริมการสร้างพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ (*Strategic partnerships*) กับแพลตฟอร์มระดับโลก ระดับนานาชาติ และระดับชาติ โดยเฉพาะของประเทศจีน ขึ้นอยู่กับการประเมินว่าการสร้างแพลตฟอร์มขึ้นมาแข่งเอง จะสู้กับแพลตฟอร์มระดับโลกเหล่านี้ได้หรือไม่ การสร้างพันธมิตรควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างพลังเสริมฤทธิ์ (*Synergy*) กับธุรกิจเกี่ยวเนื่องอื่นๆ เช่น ธุรกิจการขนส่ง (เช่น แพลตฟอร์ม Grab, Gojek), ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ e-Commerce (Lazada, Shopee, etc) หรือแม้แต่แพลตฟอร์มจองโรงแรม (เช่น Agoda, Booking.com)

- การปฏิรูปและการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการผูกขาด ในกรณีที่แพลตฟอร์มมีอำนาจเหนือตลาดมาก อาจจำเป็นต้องพิจารณาการใช้กฎหมายเกี่ยวกับการผูกขาดในการกำกับแพลตฟอร์มข้ามชาติ เนื่องจากผู้ประกอบการต่างชาติมีมากขึ้น อาจจะครอบงำตลาดและผูกขาดมากขึ้น

- การจัดการด้านความปลอดภัยด้านดิจิทัลสำหรับแพลตฟอร์มท่องเที่ยว ทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐ

- การส่งเสริมการพัฒนาแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวไทย และสร้างธรรมาภิบาลสำหรับแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ

- การใช้มาตรการการเงินและการคลังในการกำกับเศรษฐกิจท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์ม (*Tourism platform economy*)

2.3) แนวทางการเตรียมพร้อมเข้าสู่การท่องเที่ยวเสมือน (*Virtualization*)

- การส่งเสริมการพัฒนาหรือประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือน การพัฒนาเทคโนโลยี AR, VR และ MR เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวยุคใหม่ และการสร้างผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวอัจฉริยะเชิงลึกที่มีการลงทุนสูงเพื่อตอบรับกับแนวโน้มและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป

- การส่งเสริมการสร้างเนื้อหา (Content) สำหรับการท่องเที่ยวในโลกความจริงเสมือน เพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่โลกท่องเที่ยวเสมือนและนำเสนอเนื้อหาสำหรับการท่องเที่ยวในโลกเสมือน

2.4) แนวทางการสร้างระบบนวัตกรรมการท่องเที่ยว (Tourism innovation ecosystems)

- การเสริมสร้างองค์ประกอบของระบบนวัตกรรม (Innovation system) เช่น การเงิน บุคลากร ความรู้ โครงสร้างพื้นฐาน เครือข่าย ฯลฯ และการเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือต่าง ๆ เช่น NIA, DEPA รวมถึงการวิจัยและการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว เช่น สกสว. อว. ฯลฯ มาตรการหนึ่งที่สำคัญคือการส่งเสริมบริษัทสตาร์ทอัพในด้าน travel tech และการขยายผู้ประกอบการให้เกิดท่องเที่ยวเชิงหลากหลาย

- การส่งเสริมนวัตกรรมจากความจำเป็น และ/หรือนวัตกรรมที่ยั่งยืนโรคระบาดที่จะนำมาใช้ในอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมในการปรับการดำเนินงานบริการใหม่เพื่อลดการสัมผัส เน้นความเป็นส่วนตัวสูง และเน้นคนเป็นศูนย์กลาง เพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจหลังช่วงโควิด-19 สงบลง

2.5) แนวทางการเพิ่มความรู้ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

- การเพิ่มทักษะด้านภาษา นอกเหนือจากการพัฒนาทักษะดิจิทัลของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแล้ว ทักษะด้านภาษายังจำเป็นอย่างยิ่ง ไม่เพียงเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน แต่รวมไปถึงภาษาอื่น ๆ เนื่องจากคาดว่าจะยังคงมีนักท่องเที่ยวมาประเทศไทยที่ไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ และเทคโนโลยีการแปลก็ไม่น่าจะสามารถเข้ามาทดแทนมนุษย์ในการแปลและเชื่อมนักท่องเที่ยวกับผู้คนในท้องถิ่นได้

3) กลยุทธ์พัฒนาและปรับปรุงแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของไทย (Branding)

3.1) แนวทางการเปลี่ยนแบรนด์ใหม่ (Rebranding)

- การมุ่งสร้างแบรนด์ที่สะท้อนถึงความยั่งยืน ทั้งการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบ (Responsible tourism) การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism) และการท่องเที่ยวที่เป็นธรรม (Equitable/fair tourism)

- การขยายขอบเขตการรับรู้ Amazing Thailand ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีเสมือนจริงมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวมากขึ้น การรับรู้ Amazing Thailand แบบเดิมยังมีองค์ประกอบด้านเทคโนโลยีน้อย อาจจะทำให้ไม่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงแบรนด์โดยขยายขอบเขตและสื่อสารของคำว่า “Amazing” ที่มีมิติของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะทำให้แบรนด์สามารถเชื่อมโยงในระดับโลกได้มากขึ้น นอกจากนี้ มิติดิจิทัลจะช่วยให้สามารถขยายผลิตภัณฑ์แบบไม่ผูกกับที่ได้มากขึ้น และสามารถขายแบบ All time product ได้มากขึ้น

4) กลยุทธ์การทูตการท่องเที่ยว (Tourism diplomacy)

เหตุผล: เศรษฐกิจท่องเที่ยวในประเทศได้รับผลกระทบโดยตรงจากเศรษฐกิจการเมืองระดับประเทศ ทั้งในระดับโลก โดยระหว่างมหาอำนาจสองขั้ว คือ สหรัฐอเมริกาและจีน

แนวทาง:

4.1) การติดตามยุทธศาสตร์จีน (China strategy) ในระยะสั้นและระยะยาว โดยเฉพาะการลงทุนของจีนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะในช่วงปีสองปีแรกที่รัฐบาลจีนยังไม่อนุญาตให้ประชาชนจีนเดินทางออกไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ

4.2) การสร้างความสัมพันธ์ทางการทูต รัฐบาลไทยโดยกระทรวงการต่างประเทศและสถานทูตไทยในต่างประเทศ ควรมุ่งเน้นเรื่องการทูตการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะกับประเทศจีน เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวมีนัยเชิงการเมืองระหว่างประเทศมากขึ้น กระทรวงต่างประเทศที่กรุงปักกิ่งและเมืองอื่นๆ ที่เป็นตลาดสำคัญของการท่องเที่ยวไทย ควรติดตามเรื่องท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้รู้เท่าทันว่าจีนกำลังดำเนินการควบคุมการท่องเที่ยวที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวปลายทางของไทยได้

4.3) การส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคอาเซียน โดยเน้นการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการอาเซียนเน้นการท่องเที่ยวหมู่คณะในรูปแบบไมซ์ หรือการจัดประชุมสัมมนา สร้างการเข้าถึงพื้นที่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเดิม เป็นต้น

5) กลยุทธ์ยกระดับไทยเป็นผู้นำด้านมาตรฐานโลกด้านการท่องเที่ยว (Strategic standardization)

เหตุผล: มาตรฐานเป็นสถาบัน (Institutions) ชั้นพื้นฐานที่กำหนดพฤติกรรมขององค์ประกอบส่วนอื่นๆ ของระบบท่องเที่ยว ทั้งฝั่งอุปสงค์ คือ นักท่องเที่ยว อุพทาน คือ ผู้ประกอบการ และของหน่วยงานภาครัฐ มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีอยู่หลายระดับ ตั้งแต่มาตรฐานของการให้บริการ ไปจนถึงมาตรฐานของเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยว

แนวทาง:

5.1) แนวทางการเป็นผู้นำหรือร่วมเป็นผู้นำในการพัฒนาและเผยแพร่มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว (beyond SHA+, SOP) ไม่เพียงเฉพาะการใช้ในประเทศไทย แต่ทำให้เป็นสากลอย่างน้อยในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

- การยกระดับมาตรฐานไทยให้เป็นมาตรฐานโลก เช่น มวยไทย สปาไทย (รายการภูมิภาค) รวมทั้งมาตรฐานสินค้าไทยที่ใช้ประกอบกิจกรรมดังกล่าว ทั้งนี้ทั้งนั้น ควรสร้างมาตรฐานที่มีรากของความแท้ทางวัฒนธรรม (Authenticity-based standardization) ดังในกรณีของกีฬาโตของญี่ปุ่น และเทควันโดของเกาหลี นอกจากนี้ ต้องมีการกำหนดกระบวนการ ขั้นตอน การนำมวยไทยสู่อโอลิมปิก รวมถึงการพัฒนาวัฒนธรรมสินค้าและบริการด้านกีฬาอื่นๆ ของไทยให้เข้าสู่หรือเป็นมาตรฐานสากล พร้อมกันนี้ ควรมีการพัฒนานวัตกรรม สินค้าและบริการด้านกีฬาไทยให้สู่เวทีโลกทั้งในโลกจริงและโลกเสมือนตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ในการนี้ รัฐบาลไทยควรร่วมพัฒนาองค์กรระดับโลกที่กำหนดมาตรฐานกีฬาไทยหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มีรากฐานมาจากประเทศไทย

- การส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การพัฒนานวัตกรรมด้านพิพิธภัณฑ์ สร้างแหล่งเรียนรู้ การละเล่นยามราตรี (เพื่อบรรเทาปัญหาภูมิอากาศ) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นรวมถึงการพัฒนาสาระด้านประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์/ศิลปะ ชุมชนท้องถิ่น และพื้นที่หรือศิลปวัฒนธรรมที่จะพัฒนาเป็นมรดกโลก และสิ่งบ่งชี้ทาง

ภูมิศาสตร์ (Geographic Indications: GI) รวมถึงการยกระดับย่าน Street food ให้สวยงาม ถูกลักษณะ และมาตรฐานความปลอดภัย พร้อมกับพัฒนาพื้นที่สาธารณะในชุมชนเพื่อยกระดับสุขภาวะของชุมชนในเมืองท่องเที่ยว

- การส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ การพัฒนานวัตกรรมทางการแพทย์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลังโควิด-19 การพัฒนานวัตกรรมด้านสินค้าและบริการ และโมเดลธุรกิจใหม่ด้านสุขภาพ (Wellness) รวมถึงการพัฒนาเมืองหรือย่านท่องเที่ยวที่มีความชำนาญพิเศษเชิงสุขภาพ

6) กลยุทธ์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันหลังโควิด-19

ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- การเพิ่มผลิตภาพแรงงาน ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว ทั้งในมิติการใช้แรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและแรงงานจากการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายแรงงานทักษะ
- การส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดเฉพาะ เช่น ค่ายมวย กอล์ฟ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นต้น
- การต่อยอดในเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) เป็นการต่อยอดอุตสาหกรรมดั้งเดิมของการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รถโดยสารสาธารณะ เป็นต้น

6.1) แนวทางการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลังโควิด-19

- การปรับโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กรเพื่อรองรับวิถีปกติใหม่ โดยเน้นการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานหลังโควิด-19 รวมถึงการประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ยั่งยืนโรคระบาด การลดการสัมผัส และส่งเสริมความเป็นส่วนตัวสูง
- การตอบสนองและการฟื้นคืนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นดำเนินการท่องเที่ยวที่มีส่วนสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

6.2) แนวทางการเพิ่มความสามารถในการรับมือกับความเสี่ยง

- การเตรียมรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดฝัน การมุ่งเน้นให้องค์กรมีความพร้อมรับมือกับเหตุการณ์วิกฤตการณ์ให้มากขึ้น รวมถึงการรับรู้ความเสี่ยง (risk perception) ทั้งในระดับปัจเจกและประเทศ โดยให้มีการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ความพร้อม และความเสี่ยงด้านอุปทานระดับ รวมถึงการส่งเสริมการพัฒนาแผนจัดการความเสี่ยงด้านภัยพิบัติด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัด เพื่อเป็นแนวทางในการจัดสรรงบประมาณที่มีประสิทธิภาพและคำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงความเสี่ยงจากความไม่สงบทางการเมืองต่อภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยว และเตรียมแนวทางการจัดการความเสี่ยงเหล่านั้นด้วย

6.3) แนวทางทางการคลังเพื่อปรับโครงสร้าง

- การจัดการด้านการคลัง การพัฒนาภาษีและค่าธรรมเนียมการใช้ทรัพยากรบนฐานเศรษฐกิจท่องเที่ยวสำหรับท้องถิ่น รวมถึงการออกแบบการจัดเก็บรายได้ที่เหมาะสมในการจัดการขยะจากการท่องเที่ยว และใช้มาตรการทางภาษีและค่าธรรมเนียมมากำกับปัญหาการท่องเที่ยวล้นเกิน

รวมถึงการเตรียมมาตรการประกันเพื่อชดเชยผู้ประกอบการจากผลกระทบจากความเสียหายเชิงระบบจากการท่องเที่ยว

- การเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้งบประมาณด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งพิจารณาผลกระทบของนโยบายมหภาคที่มีผลกับการท่องเที่ยว เช่น การเพิ่มวันหยุดด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

6.4) แนวทางการเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

- การเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทางสังคมต่อการท่องเที่ยวหลังโควิด-19 หลายประการ รวมถึงวิถีชีวิตที่ส่งผลต่อกระบวนการเป็นเมือง (urbanization) การลดความเป็นเมือง (de-urbanization) หรือการย้อนกลับไปเป็นเมือง (re-urbanization) นอกจากนี้ หลังโควิด-19 ในเมืองท่องเที่ยว ยังมีประเด็นการแตกแยกทางสังคม โดยเฉพาะความไม่เท่าเทียมกันที่เพิ่มขึ้น ความขัดแย้งทางวัฒนธรรม ในแง่แรงงานโควิด-19 ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการย้ายถิ่น ของแรงงานในเมืองท่องเที่ยว

6.5) แนวทางการเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์

- การติดตามการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โควิด-19 มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจท่องเที่ยวภายใต้เงื่อนไขโควิด-19 ซึ่งจะมีผลกระทบถึงการปรับตัวของจุดหมายปลายทางและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

10.2.2 ยุทธศาสตร์กระจายต้นทุนและผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เป็นธรรมมากขึ้น (Redistribute)

เหตุผล: เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวที่ผ่านมาทำให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำและความไม่ธรรมในการกระจายต้นทุนและผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เติบโตเรื่อยมา ทั้งในมิติระหว่างกลุ่มคนและพื้นที่ของประเทศ ต้นทุนดังกล่าวครอบคลุมทั้งต้นทุนโดยตรงที่มีผลต่อการประกอบการท่องเที่ยว กับต้นทุนภายนอก (external costs) ที่เกิดขึ้นจากความแออัด มลพิษ และความเสื่อมโทรมด้านสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ ยังมีกระทบในด้านสังคมและกับชุมชนดั้งเดิมที่อยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวในระดับเมือง

1) กลยุทธ์การฟื้นฟูบูรณะระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว (Restore)

1.1) การจัดตั้งกองทุนฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม (Environmental restoration fund)

1.2) การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวทาง BCG (Bio-Circular-Green) economy

- การส่งเสริมการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มุ่งสร้างผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ที่ลดคาร์บอน และสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดคาร์บอน รวมถึงการมุ่งเน้นการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และการดำเนินธุรกิจที่จะนำไปสู่แนวโน้มการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม

- การปรับการท่องเที่ยวตามสถานะภูมิอากาศโลก การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศมีผลกระทบต่อทรัพยากรและเศรษฐกิจท่องเที่ยว ดังนั้น การติดตามการเปลี่ยนแปลงด้านภูมิอากาศโลกที่มีผลต่อการท่องเที่ยวจึงสำคัญ เพื่อนำไปสู่การสร้างและปรับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ให้สอดคล้องกับ

ข้อจำกัดของการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ เช่น การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบรับกับอุณหภูมิที่สูงขึ้นในภาคเหนือ เป็นต้น

- การส่งเสริมการกระจายการพัฒนาระหว่างพื้นที่ โดยมุ่งพิจารณาความสามารถในการรองรับ (Carrying capacity) ในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ย่าน และเมือง เพื่อลดเหลื่อมล้ำด้านสาธารณูปโภคระดับจังหวัด และวางแผนตามแนวทาง BCG ระดับเมืองสำหรับการท่องเที่ยวของจังหวัด เมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง รวมถึงการส่งเสริมศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามแนวทาง BCG

- การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การมุ่งบูรณาการวางแผนเมืองระหว่างการอนุรักษ์เมืองเก่า เมืองอัจฉริยะและเมืองเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานยังคงแยกกันทำอย่างเป็นอิสระ การสร้างการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการอุตสาหกรรม ผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว

2) กลยุทธ์กระจายอำนาจไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Decentralize)

2.1) กระจายอำนาจการจัดการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น โดยเฉพาะการกระจายอำนาจในการลงทุนเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเศรษฐกิจท่องเที่ยว

2.2) การกระจายพันธกิจด้านการบริหารจัดการกิจการท่องเที่ยวไปท้องถิ่นในระดับที่เหมาะสม

2.3) ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของรัฐ (กระทรวง, ทพท., อปท.)

3) กลยุทธ์สร้างพลังการต่อรองของผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่น (Empowerment)

3.1) การส่งเสริมเครือข่ายและประชาสังคมด้านการท่องเที่ยวในระดับเมืองและชุมชน เพื่อป้องกันและบรรเทาปัญหาต่อชุมชน ความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน รวมถึงการเกิดปรากฏการณ์เจนทริฟิเคชัน (Gentrification)

3.2) การส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อรับมือกับทุนต่างถิ่น และป้องกันการเก็งกำไรที่ดิน หรือการสูญเสียที่ดินของชุมชนท้องถิ่น และการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินจากการท่องเที่ยว

4) ธรรมาภิบาลในอุตสาหกรรม (Industry Governance)

ปรับปรุงกฎหมายและระเบียบให้ยืดหยุ่นและทันสมัยมากขึ้น โดยเฉพาะกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการของธุรกิจต่างชาติ รวมถึงการติดตามช่องโหว่ทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ที่พัก เศรษฐกิจแบ่งปัน เป็นต้น

ตารางที่ 10.2 สรุปยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

ยุทธศาสตร์หลัก	กลยุทธ์/แนวทาง
1. ยุทธศาสตร์เร่งด่วนและระยะสั้น	
ยุทธศาสตร์การเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวังให้เร็วที่สุด (Restart)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การกระจายวัคซีนและภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ 2. การคัดกรองและยืนยันตัวตน 3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบหมุนเวียน 4. การปรับแบรนด์ให้ทันสมัย (Brand refresh)
ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูธุรกิจท่องเที่ยว (Rehabilitate)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การช่วยเหลือผู้ประกอบการท่องเที่ยว 2. การพัฒนาระบบการจับจ่ายและวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อการท่องเที่ยว 3. การพัฒนาพื้นที่แบ่งปันความคิดเห็นในช่องทางออนไลน์ 4. การพัฒนาช่องทางกรรเรียน
2. ยุทธศาสตร์ระยะกลางและระยะยาว	
ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทย (Restructure)	<ol style="list-style-type: none"> 1. แนวทางเพิ่มความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยว (Diversification) 2. แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของระบบการท่องเที่ยวไทย (ผ่านการยกระดับเศรษฐกิจและแรงงานดิจิทัล) 3. แนวทางพัฒนาและปรับปรุงแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของไทย (Branding) 4. แนวทางการทูตการท่องเที่ยว (Tourism diplomacy) 5. แนวทางยกระดับไทยเป็นผู้นำด้านมาตรฐานโลกด้านการท่องเที่ยว (Strategic standardization) 6. แนวทางการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันหลังโควิด-19 ทั้งในด้านการ/ แรงงาน/ อุปสงค์
ยุทธศาสตร์กระจายต้นทุนและผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เป็นธรรมมากขึ้น (Redistribute)	<ol style="list-style-type: none"> 1. แนวทางการฟื้นฟูบูรณะระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว (Restore) 2. แนวทางกระจายอำนาจไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Decentralization) 3. แนวทางสร้างพลังในการต่อรองของผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่น (Empowerment) 4. ธรรมาภิบาลในอุตสาหกรรม (Industry governance)

10.3 สรุป

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้การท่องเที่ยวไทยต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ในการกำหนดยุทธศาสตร์ระดับประเทศและระดับเมือง โดยเฉพาะการสร้างเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในช่วงที่มีการระบาดและภายหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 ดังนั้นยุทธศาสตร์เร่งด่วนและระยะสั้นจึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยสูงและปรับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย เช่น การเร่งกระจายวัคซีน การมีระบบติดตามที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้เป็นเงื่อนไขจำเป็นในการเปิดประเทศให้สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกัน ภาครัฐก็ต้องช่วยฟื้นฟูธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการเปิดประเทศ โดยเฉพาะการเร่งฟื้นฟูและให้ความช่วยเหลือในการฟื้นตัวของผู้ประกอบการธุรกิจในช่วงการท่องเที่ยว

สำหรับยุทธศาสตร์ในระยะยาวที่มีเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนและเป็นธรรมมากขึ้นนั้น ในมิติความยั่งยืน พบว่าที่ผ่านมาประเทศไทยพึ่งพาเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวในระดับสูงมากเกินไป จึงทำให้มีความเปราะบางและความเสี่ยงเชิงระบบเมื่อเกิดวิกฤตดังสะท้อนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังนั้น ยุทธศาสตร์สำคัญคือการมุ่งเน้นปรับโครงสร้างเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทย โดยเฉพาะการมุ่งสร้างความหลากหลายในเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ มากขึ้นและลดการพึ่งพาการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว รวมถึงการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน การยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว และการรู้เท่าทันตลาดนักท่องเที่ยวหลัก

ส่วนในมิติความเป็นธรรม พบว่าการท่องเที่ยวไทยค่อนข้างมีการกระจุกตัวในเชิงพื้นที่ และผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มทุนใหญ่มีแนวโน้มจะครอบงำการท่องเที่ยวไทยมากขึ้น ดังนั้น ยุทธศาสตร์ที่สำคัญคือการมุ่งกระจายต้นทุนและผลประโยชน์ให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความผิตชอบและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนมีกลไกการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

ยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่ได้นำเสนอในบทนี้เป็นเส้นทางของการพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่ไม่เพียงมุ่งให้การท่องเที่ยวไทยมีความยั่งยืนและเป็นธรรมมากขึ้น แต่ยังมีขีดความสามารถในการรับมือและฟื้นตัวจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ดำเนินนโยบายพึงตระหนักไว้เสมอว่า ในอนาคตช่วง 20 ปี ถัดจากนี้อาจจะมีปัจจัยเสี่ยง ภัยคุกคามหรือเหตุไม่คาดฝันอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้อีก ดังนั้น ยุทธศาสตร์ควรมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ จึงจำเป็นต้องมีการติดตามและประเมินผลอยู่เสมอและเป็นประจำ เพื่อทบทวนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ให้ตอบรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันท่วงที