



อนาคตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19

กล้วยไม้ สุ่มังค์¹ และ วิไลลักษณ์ เผือกพิพัฒน์¹

¹คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

*naturemiles@gmail.com

บทคัดย่อ

ผลกระทบจากการโรคระบาดโควิด-19 ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากทำให้แรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตกงาน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบ แต่หากมองในมุมระยะยาวที่เริ่มมีการปรับตัวขึ้น พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นที่มีความหลากหลาย ดังนั้นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อกำหนดทิศทางอนาคตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ให้สอดคล้องแบบยั่งยืนและพร้อมที่จะให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยกลับมาอีกครั้ง โดยบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปหลังยุคโควิด-19 2) อนาคตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

คำสำคัญ : อุตสาหกรรมท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ไวรัสโคโรนา



The future of Thailand tourism industry after COVID-19

Kluaymai Sumung^{1*} and Wilailak Phueakphiphat¹

¹Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

*naturemiles@gmail.com

Abstract

The impact of the COVID-19 pandemic as a result, the tourism industry in Thailand has been greatly affected, causing the workers in the tourism industry to lose their jobs. Operators in the tourism industry have been affected. but if you look at the time period that has begun to adjust The behavior of tourists has changed according to various situations that occur. Operators in the tourism industry must adapt to the changing behavior of tourists in order to determine the future direction of Thailand's tourism industry after the epidemic of COVID-19. To be consistent and sustainable and ready to bring the Thai tourism industry back again. The objectives of this article 1) study the changing behavior of tourism after the COVID-19 2) the future of Thailand tourism industry after the COVID-19 epidemic.

Keywords: Tourism industry, Tourist behavior, Covid-19

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งเริ่มตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม 2562 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและการท่องเที่ยวโลกอย่างมาก ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศหยุดชะงัก รวมถึงส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยจากข้อมูลล่าสุดของ กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาส 4/2564 อยู่ที่ 342,024 คน รวมทั้งปี 2564 เป็นจำนวน 427,869 คนคิดเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 37,739.44 ล้านบาท ทั้งนี้ค่าดัชนีความเชื่อมั่นในไตรมาส 1/2565 เท่ากับ 63 สะท้อนให้เห็นว่าในไตรมาส 1/2565 สถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าไตรมาส 4/2564 เพียงเล็กน้อยเท่านั้น [1]

หากพิจารณารายได้จากทั้งปี 2564 สุไตรมาส 1/2565 และนั่นรายได้ที่มาจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังได้รับผลกระทบอยู่แต่ดีขึ้นกว่าเมื่อปี 2562 และต่อจากนี้ไปสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและหลายประเทศเริ่มเปิดประเทศและพร้อมที่จะกลับมาใช้ชีวิตแบบปกติใหม่ ความท้าทายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในการปรับตัวเพื่อรองรับการกลับมาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่กลับมาแบบมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการท่องเที่ยว

ดังนั้นประเทศไทยเองควรจะมีวางแผนพร้อมกับการปรับตัวและสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อปรับตัวให้ธุรกิจให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่กลับมาเติบโตและปรับบริบทให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นสามารถมีแผนรองรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยไม่อาจจะกลับไปเป็นเหมือนเดิมอีกต่อไป การเจอความท้าทายนับครั้งไม่ถ้วนสถานการณ์โรคระบาดก็เคยเจอ

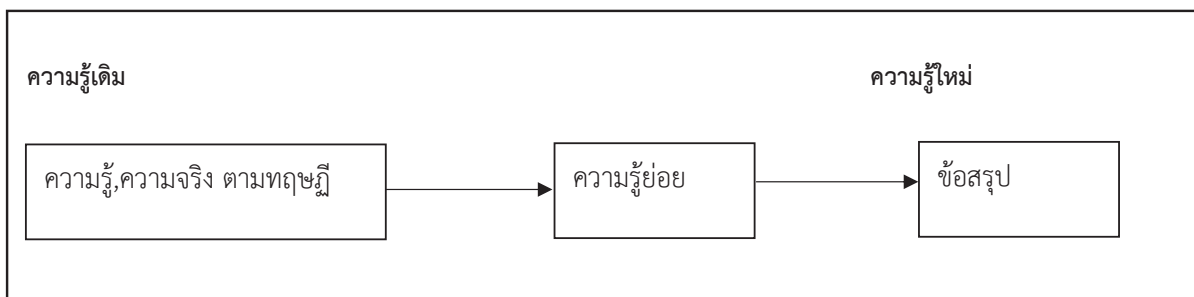
มาแล้วอย่าง เช่น โรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง หรือโรคซาร์สเฉจ ที่เคยประสบปัญหาเจอมาแล้วสิ่งต่างๆเหล่านั้นทำให้เห็นถึงความมีพลวัตของภาคการท่องเที่ยวไทยซึ่งทุกๆ ครั้งก็กลับมาได้ และในครั้งนั้นก็เช่นเดียวเชื่อว่าก็จะกลับมาและกลับมาแข็งแรงกว่าเดิมได้แต่โดยวิธีการไม่สามารถกลับไปเป็นเหมือนเดิมได้และต้องเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของการเกิดโรคระบาดโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการให้บริการแบบเดิมรับมือกับนักท่องเที่ยวแบบเดิมยังงักอยู่ไม่ได้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปและทำแผนการดำเนินการเพื่อรองรับให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ให้เกิดขึ้น [2]

วัตถุประสงค์

- 1.ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปหลังยุคโควิด-19
- 2.อนาคตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวข้องกับอนาคตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นการศึกษาโดยกระบวนการวิจัยแบบเชิงเอกสาร (documentary research) โดยการสังเคราะห์แนวคิดที่ทำการศึกษา (Synthesize Variables) เพื่อแสดงถึงความคิดรวบยอดที่แสดงความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องมโนทัศน์ (Concept) และปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาอย่างชัดเจนและอธิบายได้ด้วยเหตุผลเชิงทฤษฎี



ภาพที่ 1 แสดงกระบวนการวิจัย ที่มา : พรศักดิ์ [3]

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างและขอบเขตของการวิจัย

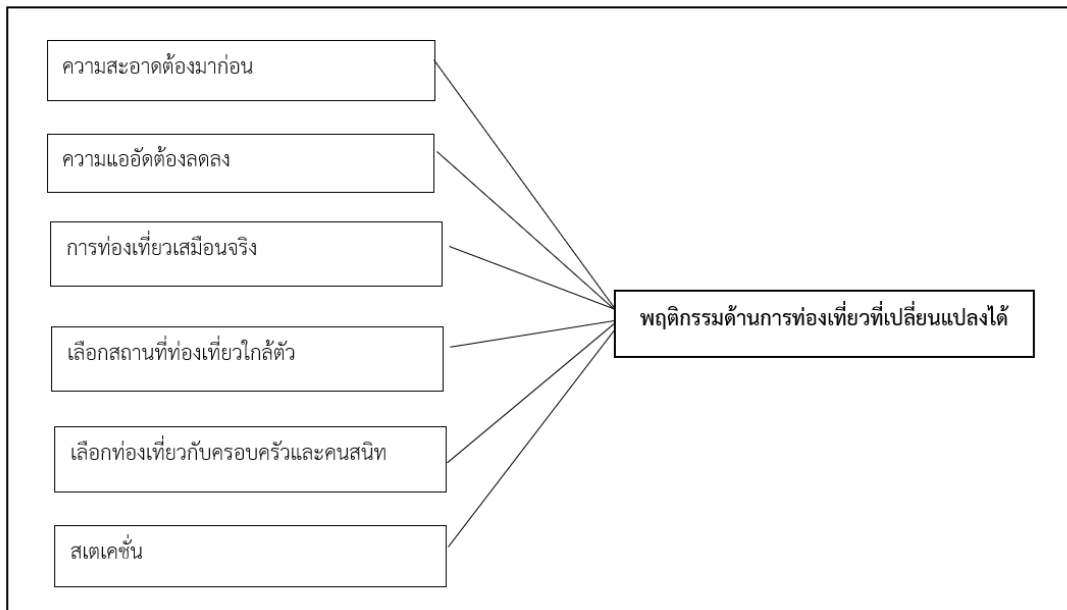
การศึกษานี้เป็นการวิจัยเอกสารที่ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยดังนี้ 1) การศึกษาเชิงเอกสารจากรวบรวมที่เกี่ยวกับซึ่งเป็นความรู้เดิมความรู้จริงตามทฤษฎี 2) วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา 3) สรุปเนื้อหาที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอให้เกิดประโยชน์สูงสุดในรูปแบบ โดยใช่กระบวนการวิจัยแบบเชิงเอกสาร (documentary research) ซึ่งสามารถอธิบายนิยามในการศึกษาได้ดังนี้



ผลการวิจัย

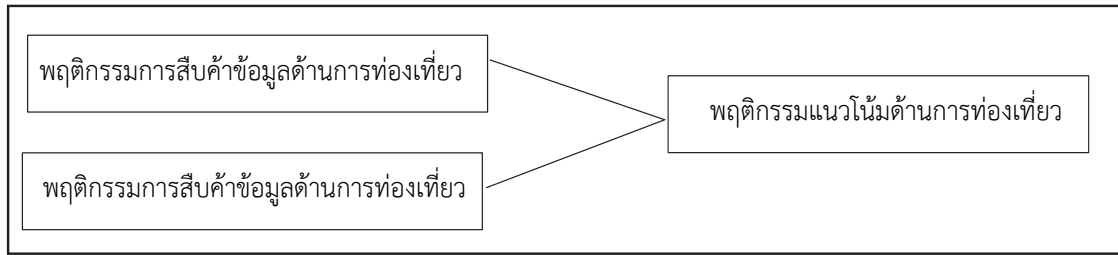
พฤติกรรมการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปหลังยุคโควิด-19 การเกิดวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมการณ์ดำเนินชีวิตประจำวันหลายอย่าง เช่น จากเดิมเคยนั่งทำงานที่ออฟฟิศ เปลี่ยนมาเป็น Work From Home จากชีวิตปกติที่เคยได้ท่องเที่ยวกลายเป็นท่องเที่ยวออนไลน์ด้วยปลายนิ้วแทน การใช้ชีวิตที่ถูกขังในกรอบสี่เหลี่ยมไม่ได้พบเจอโลกภายนอก ทำได้เพียงรอวันจัดทริปเที่ยวออกเดินทางเปลี่ยนบรรยากาศ เพราะถึงตอนนั้นจะเที่ยวที่ไหน เที่ยวเมืองไทยหรือเที่ยวต่างประเทศก็ได้ทั้งนั้นไม่มีเกี่ยง ถึงแม้ว่าในอนาคตโรคโควิด -19 จะหายไป แต่รูปแบบการใช้ชีวิตและแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตย่อมเปลี่ยนแปลงไปอย่างแน่นอน ทั้งภาครัฐก็อาจมีผู้ให้บริการการท่องเที่ยวอย่างสายการบินหรือโรงแรมอาจมีการปรับปรุงการให้บริการโดยมุ่งเน้นด้านสุขภาพมากขึ้น ในส่วนของนักท่องเที่ยวเองก็อาจมีการจัดทริปเที่ยวที่จะเปลี่ยนไปเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวต่างประเทศถึงแม้ว่าในอนาคตโรคโควิด -19 จะหายไป แต่รูปแบบการใช้ชีวิตและแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตย่อมเปลี่ยนแปลงไปอย่างแน่นอน

กุเกิล [4] ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงได้ พฤติกรรมการณ์เดินทางเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมและให้ความสำคัญในเรื่องของ **1) ความสะอาดต้องมาก่อน** เพราะเนื่องจากประชาชนจำนวนมากใช้ชีวิตด้วยการรักษาความปลอดภัยตลอดเวลาในช่วงโควิด-19 ความใส่ใจเรื่องของการใช้ชีวิตแบบ New normal จึงเกิดขึ้นและเคยชินและทำให้การใช้ชีวิตแบบนี้กลายเป็นเรื่องปกติเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเช่นเดียวกันที่จะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักที่มีความสะอาด ปลอดภัยโรคเป็นอันดับแรก โดยพิจารณาจากการทำความสะอาด มาตรการดูแลความสะอาดและดูแลนักท่องเที่ยว ซึ่งระบบการดูแลความสะอาดในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักร้านอาหารต่างมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ระบบทำความสะอาดของโรงแรมที่พัก การเว้นระยะห่าง การระบบการชำระเงินแบบงดการสัมผัส **2) ความแออัดต้องลดลง** จากอดีตนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและได้รับความนิยม สถานที่ที่มีชื่อเสียงถึงแม้ต้องพบเจอกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนมากแต่ด้วย สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงเพื่อเผชิญหน้ากับผู้คนจำนวนมากและเป็นการรักษาระยะห่างในสังคมที่เกิดจากความเคยชินในการใช้ชีวิตในช่วงโควิด-19 ซึ่งส่งผลต่อสถานที่ท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต เมื่อเกิดการเว้นระยะห่างทางสังคมด้วยความจำเป็นจนเป็นความเคยชิน สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมกลับกลายเป็นเป้าหมายรอง สถานที่ท่องเที่ยวภายในเมือง การเยี่ยมชมสถาปัตยกรรม สัมผัสวัฒนธรรมของแต่ละประเทศจะลดน้อยลง ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวแบบสำรวจธรรมชาติก็จะได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะนี้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวไม่มากและเป็นพื้นที่โล่งจึงทำให้เกิดความเสี่ยลดน้อยลง **3) การท่องเที่ยวเสมือนจริง** เป็นพฤติกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นที่เปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการออกเดินทางเที่ยวเสมือนจริง เช่น การชมสวนสัตว์ออนไลน์ การชมวีดีโอสถานที่ท่องเที่ยวผ่านรายการท่องเที่ยวผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ การติดตามยูทูบเบอร์ด้านการท่องเที่ยว การอ่านบล็อกการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการกระตุ้นและทำให้นักท่องเที่ยววางแผนที่จะออกเดินทางเมื่อโอกาสมาถึง **4) เลือกสถานที่ท่องเที่ยวใกล้ตัว** เป็นอีกทางเลือกของนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนบรรยากาศเลือกเป็นสถานที่ใกล้ตัวและใกล้บ้าน เช่น สวนสาธารณะและแม่น้ำ เดินทางกลับบ้านในต่างจังหวัด สถานที่เที่ยวใกล้ฉัน และเส้นทางที่สามารถขับรถเดินทางท่องเที่ยวเองได้ **5) เลือกท่องเที่ยวกับครอบครัวและคนสนิท** เป็นการเลือกทำกิจกรรมที่พร้อมหน้า ทั้งการเลือกโรงแรมที่เป็นพื้นที่ส่วนบุคคลและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวกลางแจ้งและนอกจากนั้นยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและใส่ใจด้านสุขภาพมากขึ้น ทั้งเพื่อนตนเองและเพื่อครอบครัวโดยเฉพาะสมาชิกในครอบครัว **6) สเตเคชั่น (Staycation)** เป็นการพักผ่อนใช้บริการที่พักเป็นระยะเวลานานกว่าปกติโดยเฉลี่ย 11 วัน เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศในการออกมาใช้ชีวิตและนานๆได้ออกมาใช้ชีวิตและทำกิจกรรมนอกบ้านเมื่อออกมาแล้วจึงใช้เวลาในระยะเวลาสั้นกว่าเดิมและให้คุ้มค่ากับกระบวนการเตรียมตัวทั้งหมดก่อนเดินทาง (UNWTO [5]) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แสดงถึงที่มาของพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงได้จากผลการสำรวจของภูเก็ต

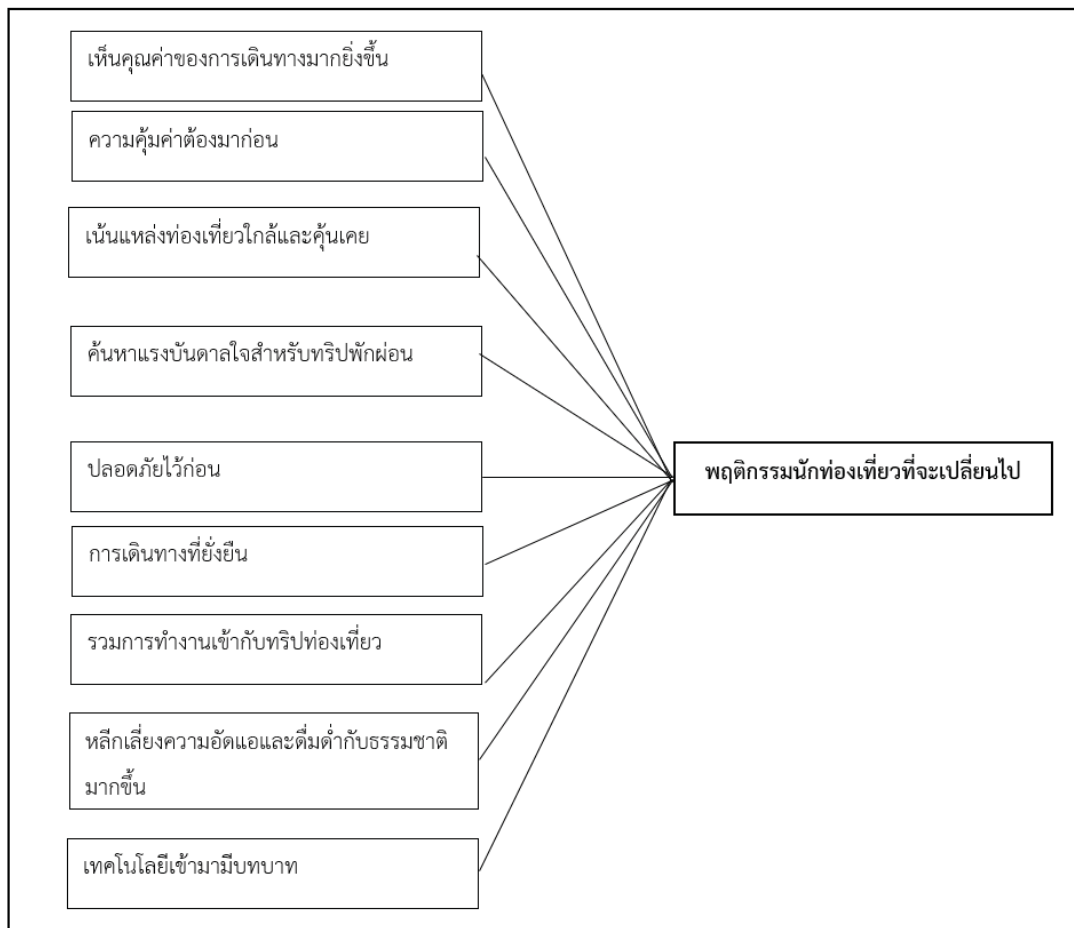
พฤติกรรมเทรนด์ด้านการท่องเที่ยว 1) **พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป** ภูเก็ตเซอร์ทที่เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสำหรับการหาข้อมูลที่ต้องการไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ริวิวโรงแรม ที่พัก เปรียบเทียบราคาสายการบินหรือยานพาหนะในการเดินทาง ด้วยการเข้าใช้งานค้นหาข้อมูลทางภูเก็ตได้รวบรวมข้อมูลช่วงต้นปี 2020 หลังจากเกิดสถานการณ์โควิด-19 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงจำนวนมาก ทำให้การท่องเที่ยวเปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิงทำให้ทุกกิจการที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับตัวครั้งใหญ่เพื่อความอยู่รอด โดยในปี 2020 เป็นปีแรกที่มีการค้นหาในเรื่องเกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวลดลง 15% ในทุกธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ในทางกลับกันการท่องเที่ยวแบบหรูหราหรือการท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่มได้รับผลกระทบน้อยกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งทำให้สะท้อนเห็นว่ากลุ่มธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆได้รับผลกระทบน้อยกว่า นอกจากนี้ยังพบว่าเว็บไซต์อื่นๆด้านการท่องเที่ยวมียอดเข้าชมลดลงประมาณ 40% ในปีที่ผ่านมาต่างจากเว็บไซต์การศึกษาและการค้าออนไลน์ที่มียอดเข้าชมสูงขึ้น (UNWTO [6]) 2) **พฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยว** การใช้ชีวิตประจำวันเปลี่ยนแปลงไปเช่นเดียวกับการอยู่บ้านมากยิ่งขึ้นและรวมไปถึงมาตรการกักบริเวณในบ้านและการเว้นระยะห่างทางสังคมจึงทำให้ผู้คนค้นหาเนื้อหาที่มีความหลากหลายทางยูทูป เพื่อศึกษาและหาข้อมูลที่น่าสนใจใหม่ๆให้เข้ากับการใช้ชีวิตและรูปแบบแนวคิดใหม่ๆของตนเอง ทั้งหมดจึงกลายเป็นโอกาสที่ดีให้ธุรกิจท่องเที่ยวเข้าถึงผู้บริโภคในบริบทใหม่ได้ทันที ดังนั้นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องทำการตลาดผลิตภัณฑ์วีดีโอที่ช่วยให้ตอบสนองความต้องการที่ใกล้เคียงกลุ่มผู้ที่เคยเดินทางท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวกับที่พัก ให้บริการด้านอาหาร สปาและการออกกำลังกายแล้วก็นำมาทำสื่อวีดีโอช่วยกลุ่มนักท่องเที่ยวทำอาหารทานที่บ้านหรือเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างทัศนคติต่อธุรกิจ ในเชิงบวกภายใต้วิกฤติการณ์ที่เกิดขึ้นได้และถือโอกาสช่วยประคองสถานะการตลาดของธุรกิจไปได้จนถึงเวลาที่สามารถกลับมาดำเนินการได้อีกครั้ง ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แสดงถึงที่มาของพฤติกรรมแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวจากผลการสำรวจของภูเก็ต

บุคกิ้งค์ ดอท คอม ปี.วี. [7] ได้เผยแพร่ผลการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่จะเปลี่ยนไปหลังโควิด-19 จากผลการสำรวจข้อมูลผู้เดินทาง 28 ประเทศทั่วโลกกรมไปตั้งประเทศไทยเป็นการสำรวจข้อมูลเชิงลึกของนักเดินทางบนแพลตฟอร์มแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังโควิด-19 ดังนี้ 1) **เห็นคุณค่าของการเดินทางมากขึ้น** จากการใช้เวลาอยู่ที่บ้านเป็นเวลานานยิ่งทำให้ผู้คนโหยหาการเดินทางมากขึ้นโดยเฉพาะในช่วงล็อกดาวน์หรือในช่วงต้องกักตัวในบริเวณจำกัด นักท่องเที่ยวจึงรู้สึกตื่นเต้นที่จะมีโอกาสได้กลับมาเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้ง ทำให้รู้สึกเห็นคุณค่าของการเดินทางมากขึ้นและจะไม่มองข้ามคุณค่าดังกล่าวอีก นอกจากนี้ 2 ใน 3 ของนักเดินทางคนไทย 65% ปรารถนาที่จะออกสำรวจโลกกว้างยิ่งขึ้นกว่าเดิม และอีก 60% ตั้งใจกลับมาเดินทางอีกครั้งในทริปการเดินทางที่เคยจองไว้และถูกยกเลิกไป 2) **ความคุ้มค่าต้องมาก่อน** จากผลการสำรวจทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้คนมองหาความคุ้มค่าในทุกการใช้จ่ายใช้สอยไม่เว้นแม้แต่ด้านการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความใส่ใจกับราคามากขึ้น และยังคงมองหาโปรโมชั่นและข้อเสนอพิเศษต่างๆ โดยพฤติกรรมแบบนี้ยังคงอยู่ไปอีกหลายปีแต่ขณะเดียวกันในแพลตฟอร์มการจองหรือเอเจนซี่การเดินทางต้องมีความชัดเจนของข้อมูล เช่น การยกเลิกการเดินทาง การคืนเงิน และประกันการเดินทาง โดยจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญข้อมูลตรงนี้มากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวชาวไทย 87% สนใจและสนับสนุนการฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และ 84% อยากให้การจองการเดินทางของกลุ่มตนเองช่วยเหลือชุมชนในการฟื้นตัว 3) **เน้นแหล่งท่องเที่ยวใกล้และคุ้นเคย** เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวยังใกล้ตัวในปัจจุบันการเดินทางใกล้เคียงและการท่องเที่ยวในประเทศจึงกลายเป็นตัวเลือกที่โดดเด่น เนื่องจากความสะดวก ปลอดภัย และช่วยส่งเสริมความยั่งยืนได้มากกว่า โดยนักเดินทางชาวไทย 61% วางแผนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 7-12 เดือนที่จะถึง และ 53% วางแผนท่องเที่ยวในระยะยาว และมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่วางแผนสำรวจจุดหมายใหม่ๆที่ไม่เคยไปที่อยู่ใกล้ภูมิลำเนาหรือในประเทศและใช้เวลาชื่นชมความงดงามของธรรมชาติในประเทศ 4) **ค้นหาแรงบันดาลใจสำหรับทริปพักผ่อน** โดยกลุ่มนักเดินทางมีการหาข้อมูลจุดหมายปลายทางของการเดินทางเที่ยวต่างๆบ่อยถึงสัปดาห์ละครั้งและมีการแชร์ภาพความทรงจำของการเดินทางเที่ยวที่เคยเดินทางไปเยือนมาซึ่งบ่งบอกถึงการหวนคิดถึงวันวานเมื่อเปิดดูภาพถ่ายเก่าๆจากการเดินทางครั้งก่อนๆจึงหาแรงบันดาลใจในการเดินทางครั้งต่อไป 5) **ปลอดภัยไว้ก่อน** ผลการสำรวจพบว่า 9 ใน 10 ของนักท่องเที่ยวจะเลือกให้ความสำคัญกับการระมัดระวังในการเดินทางแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด ปลอดภัย มีมาตรการดูแลต่างๆ เช่น การเว้นระยะห่าง และมีระบบมาตรการด้านสุขภาพและอนามัยไว้อย่างชัดเจนและยอมรับการตรวจสุขภาพเมื่อเดินทางถึงสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทาง 6) **การเดินทางที่ยั่งยืน** จากผลสำรวจพบว่า 2 ใน 3 ต้องการการเดินทางท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมากขึ้น คาดหวังการท่องเที่ยวนำเสนอตัวเลือกในการเดินทางที่ยั่งยืนและการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชน 7) **รวมการทำงานเข้ากับทริปท่องเที่ยว** การทำงานจากบ้านได้กลายเป็นพฤติกรรมกระแสหลักในช่วงของการแพร่ระบาด ทำให้สามารถวางแผนการเดินทางได้ยาวนานขึ้น การที่ผู้คนไม่จำเป็นต้องเข้าออฟฟิศ 5 วันต่อสัปดาห์อีกต่อไป ทำให้เราเห็นพฤติกรรมของนักเดินทางแบบ

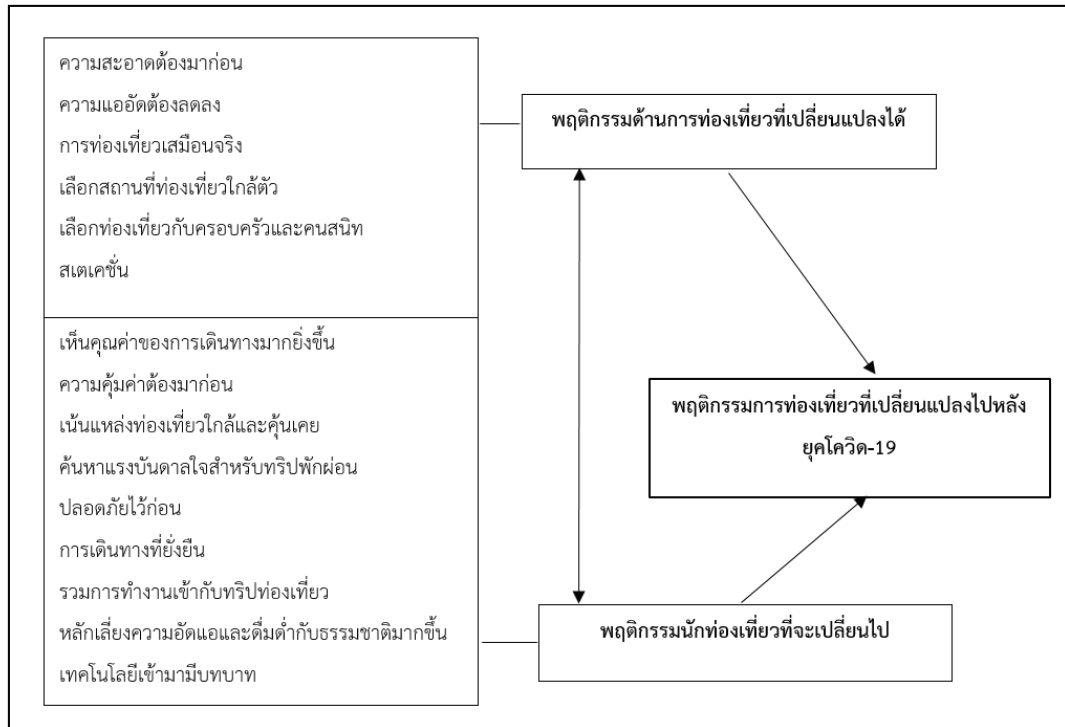
Workaction หรือเที่ยวไปทำงานไปเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน 8) **หลักเลียงความอดแอดและตี๋มด่ำกับธรรมชาติมากขึ้น** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีคนจำนวนน้อยและไม่แออัดและสามารถใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นได้เป็นระยะเวลาได๋มด่ำกับธรรมชาติและเป็นการท่องเที่ยวแบบเรียบง่ายและเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆที่ไม่เคยไปและเน้นความเป็นส่วนตัวมากที่สุด จากผลการสำรวจ 51% ทริปเดินทางเที่ยวทะเล 48% ท่องเที่ยวพักผ่อน 27% ทริปเที่ยวในเมือง แต่ยังคงเน้นความเป็นส่วนตัวและมีพื้นที่ของตัวเอง 9) **เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกระตุ้นการเดินทาง** ซึ่งมีนวัตกรรมใหม่ๆเข้ามามีบทบาทสำคัญสร้างความมั่นใจให้กับผู้เดินทางอีกครั้งซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญช่วยในการป้องกันความเสี่ยงด้านสุขภาพระหว่างเดินทาง นอกจากนี้ยังเห็นว่าที่พักโรงแรมต่างๆต้องประยุกต์ใช้เทคโนโลยีล่าสุดเพื่อสร้างความรู้สึกปลอดภัยให้แก่ผู้เดินทางเข้าพัก และรวมไปถึงการจองร้านอาหารแบบกระชั้นชิดได้ การลดการสัมผัสในการชำระเงิน การสั่งอาหาร รวมไปถึงการตื่นตัวของผู้ประกอบการที่ทำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกอื่นๆอีกมากมาย ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4 แสดงถึงที่มาของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่จะเปลี่ยนไปจากผลการสำรวจของบูคกิ้งค์ ดอท คอม ปี.วี.

ยุทธศักดิ์ สุภสร (ณัฐกฤติ นิธิประภา [8]) กล่าวว่า ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ไม่สามารถคาดการณ์อนาคตได้อย่างแม่นยำ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เชื่อว่าผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องปรับตัวหาแนวทางสร้างรายได้ที่แตกต่างจากในอดีต เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้แม้โควิด 19 จะยังดำเนินอยู่ ปีที่ผ่านมาเป็นปีที่

เป็นเรื่องของการปรับตัว ส่วนปี 2565 เป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลง สิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงคือ การลดจำนวนนักท่องเที่ยว แต่เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว เพื่อปรับภาพท่องเที่ยวไทยจากตลาดแมส (Mass Tourism) ให้เป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ สร้างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจนสามารถขายสินค้าท่องเที่ยวที่มีราคาดีแตกต่างจากที่ผ่านมา ในส่วนของการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวน่าจะสอดคล้องกับการฟื้นตัวของภาคเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศที่คาดว่าจะต้องใช้เวลาราว 2 ปี ในการฟื้นตัวเต็มที่ แต่การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวค่อนข้างยืดเยื้อกับปัจจัยหลายอย่างโดยเฉพาะการเปิดรับนักท่องเที่ยวจากตลาดต่างชาติ



ภาพที่ 5 แสดงถึงภาพรวมพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปหลังยุคโควิด-19 จากผลการสำรวจของภูเกิลและผลการสำรวจของบูคกิ้งค์ ดอท คอม ปี.วี.

จากการศึกษาประเด็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปหลังยุคโควิด-19 นั้นพบว่าจากผลการสำรวจของภูเกิลและผลการสำรวจของบูคกิ้งค์ ดอท คอม ปี.วี. ซึ่งเป็นธุรกิจผู้นำด้านการท่องเที่ยวระดับโลก ผลของการสำรวจมีความน่าสนใจเป็นอย่างมากและพบว่า ภาพรวมพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปหลังยุคโควิด-19 มีความสอดคล้องกันโดยพฤติกรรมรวมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดและความปลอดภัยต้องมาก่อน หลีกเลี่ยงพื้นที่คนเยอะและความแออัดต้องลดลง การท่องเที่ยวเสมือนจริง เลือกสถานที่ท่องเที่ยวใกล้ตัวเลือกท่องเที่ยวกับครอบครัวและคนสนิทและสเตเคชั่นใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นกว่าเดิม ในการออกเดินทางแต่ละครั้งก็จะเห็นคุณค่าของการเดินทางมากยิ่งขึ้นและนึกถึงความคุ้มค่าต้องมาก่อนเน้นแหล่งท่องเที่ยวใกล้และคุ้นเคย ค้นหาแรงบันดาลใจสำหรับทริปพักผ่อนรวมถึงการทำงานพร้อมกับการเดินทางท่องเที่ยวไปด้วยในเวลาเดียวกัน ใส่ใจการเดินทางแบบยั่งยืนรวมถึงการให้ความสำคัญในเรื่องของการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทาง ดังนั้นจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของ

นักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเองก็ต้องปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้ธุรกิจในการท่องเที่ยวกลับมาดำเนินกิจการต่อไปได้

อนาคตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พบว่าการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องใช้เวลาในการฟื้นตัวรวมไปพร้อมกับภาคของเศรษฐกิจแต่จากการสำรวจข้อมูลด้านพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปนั้นสามารถที่จะนำมาสรุปภาพรวมของการท่องเที่ยวในอนาคตอันใกล้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ที่เชื่อมโยงการพฤติกรรมเรื่องของการดูแลสุขภาพเพราะเนื่องจากพฤติกรรมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องของคุณภาพและปลอดภัยดังนั้นจุดนี้สามารถที่จะผลักดัน 1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สนับสนุนกระตุ้มการท่องเที่ยวในอนาคตได้ 2) การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการเดินทางเที่ยวโดยใช้เวลาท่องเที่ยวเป็นเวลานานและมีกำลังซื้อสูงส่งผลในเรื่องของเศรษฐกิจใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสนใจเรื่องราวทางสังคม 3) การท่องเที่ยวเมืองรอง สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวเมืองรองเพื่อลดความแออัดและเน้นความปลอดภัยรวมถึงสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจ 4) เส้นทางท่องเที่ยวแบบธุรกิจ กระตุ้มการเดินทางของนักลงทุน การจัดประชุมสัมมนา รวมถึงกลุ่ม Work from anywhere และผู้ติดตามเพราะกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพใช้จ่ายค่อนข้างสูงเพราะมีแนวโน้มที่จะอยู่นาน [9]

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเอกสารผู้วิจัยศึกษาและค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่ออนาคตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถนำไปปรับเพื่อพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลับมาเติบโตได้โดยเร็วและสามารถปรับตัวเพื่อเข้ากับพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงได้

ข้อเสนอแนะเพื่อนำการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่ออนาคตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และเป็นการศึกษาวิจัยเอกสารผ่านวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาในมิติอื่นโดยใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อพิสูจน์แนวคิดเชิงทฤษฎีต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถอธิบายปรากฏการณ์จริงในอนาคตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตามต้องมีการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนต่อไปให้ครบกระบวนการ ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณจากการพัฒนาและสร้างแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้รู้ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นจากงานวิจัยนี้เพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- [1] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). สรุปผลการสำรวจความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2564 (มกราคม-มีนาคม) ในสถานการณ์ Covid-19. กรุงเทพฯ : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. 2564.
- [2] ฌัญญุภุติ นิธิประภา. (2564). บทวิเคราะห์สถานการณ์ MSME สาขาธุรกิจท่องเที่ยว ปี 2564 และแนวโน้มปี 2565. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม, 2564.
- [3] พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. (2530). การวิจัยเชิงคุณภาพ : คุณลักษณะและแนวทฤษฎี. กรุงเทพฯ : ปิยสาส์นการพิมพ์.



- [4] Sandra Carvao. (2021). **The impact of COVID-19 on tourism: what was and what will be?**. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565 จาก World Tourism Organization : <https://www.unwto.org/event/the-impact-of-covid-19-on-tourism-what-was-and-what-will-be>.
- [5] World Tourism Organization (2021). **The impact of COVID-19 on tourism: what was and what will be?**. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565 จาก World Tourism Organization : <https://www.unwto.org/event/the-impact-of-covid-19-on-tourism-what-was-and-what-will-be>.
- [6] World Tourism Organization (2021). **The impact of COVID-19 on tourism: what was and what will be?**. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2565 จาก World Tourism Organization : <https://www.unwto.org/event/the-impact-of-covid-19-on-tourism-what-was-and-what-will-be>.
- [7] มิเชล เกา. (2564). ตลาดเลือก รักซ์โลก และปลอดภัยขึ้น แนวโน้มสำคัญเกี่ยวกับอนาคตการเดินทาง. ค้นเมื่อ 1 เมษายน พ.ศ. 2565 จาก <https://news.booking.com/th-th>.
- [8] ญัฎฐกฤติ นิธิประภา. (2564). บทวิเคราะห์สถานการณ์ MSME สาขาธุรกิจท่องเที่ยว ปี 2564 และแนวโน้มปี 2565. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม, 2564.
- [9] ญัฎฐกฤติ นิธิประภา. (2564). บทวิเคราะห์สถานการณ์ MSME สาขาธุรกิจท่องเที่ยว ปี 2564 และแนวโน้มปี 2565. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม, 2564.