

โอกาสการพัฒนาจังหวัดชายฝั่งภาคทะเลตะวันออกสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูงตามแนวคิด โมเดลอารมณ์ดีมีความสุข

The Opportunity to Develop East Coast Tourism towards High-Value Tourism According to Happy Model

◆ อมราวดี ไชโย

ผู้จัดการหลักสูตรการจัดการโรงแรม คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา
Ammarawadee Chaiyo

B.B.A. Hotel Management Program Manager, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani
College (Pattaya Campus), Email: Ammarawadee.ch@dtc.ac.th

◆ ทศพร สุขะ

ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการโรงแรม คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี
Tosaporn Sukha

B.B.A. Hotel Management Program Director, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani
College, Email: Tosaporn.su@dtc.ac.th

Received: April 2, 2022; Revised: June 27, 2022; Accepted: July 20, 2022

Abstract

East coast tourism continues to be affected by the economic recovery from the Covid-19 pandemic situation. Therefore, it is a new type of challenge for rehabilitating the tourism industry that focusing on adding value and differentiated tourism experience. This article aims to provide impact of the Covid-19 crisis in Thailand's tourism industry, high-value tourism, happy model, and the opportunity to develop east coast tourism towards high-value tourism to be a mechanism for the development of tourism products and services in the area and upgrade to high-quality products and services. By using related concepts and theories as a framework for determining management guidelines. This would be a policy and spatial benefit for promoting and developing in the east coast provinces towards high-value tourism and sustainable in terms of happy model.

Keywords : High-value tourism, East coast provinces, Covid-19, Happy model

บทคัดย่อ

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกยังคงได้รับผลกระทบต่อเนื่องของการฟื้นตัวด้านเศรษฐกิจจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จึงเป็นความท้าทายรูปแบบใหม่ในการคืนสภาพเดิมของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเพิ่มคุณค่าและสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างทางการท่องเที่ยว บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลกระทบวิกฤตการณ์โควิด-19 กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย การท่องเที่ยวมูลค่าสูง โมเดลอารมณ์ดีมีความสุข และโอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูง เพื่อเป็นกลไกพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ในการยกระดับเป็นสินค้าและบริการคุณภาพสูง โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบกำหนดแนวทางการพัฒนาอันจะเป็นประโยชน์เชิงนโยบายและเชิงพื้นที่สำหรับส่งเสริมและพัฒนากลุ่มจังหวัดชายฝั่งภาคทะเลตะวันออกสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูงตามโมเดลอารมณ์ดีมีความสุขที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวคุณภาพสูง, กลุ่มจังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันออก, โควิด-19, โมเดลอารมณ์ดีมีความสุข

บทนำ

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด เป็นเขตพื้นที่ท่องเที่ยวหลักอันดับต้น ๆ ของประเทศไทยที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากตามเมืองหลักที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ เช่น เมืองพัทยา เกาะเสม็ด และเกาะช้าง ทั้งยังมีจุดหมายปลายทางอื่นที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยภาพรวมปี พ.ศ. 2562-2564 พบว่ามีแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภาคตะวันออกลดลงจาก 38,295,084 คน เป็น 16,450,985 คน และ 7,094,520 คน ตามลำดับ รายได้การท่องเที่ยวลดลงจาก 361,556.46 ล้านบาท เป็น 97,238.53 ล้านบาท และ 24,693.95 ล้านบาท ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายจังหวัดพบว่าในปี พ.ศ. 2564 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงจากปี พ.ศ. 2562-2563 โดยจังหวัดชลบุรีมีนักท่องเที่ยวมากที่สุดจำนวน 2,813,743 คน รองลงมาคือ ระยอง จำนวน 1,360,078 คน ตราด จำนวน 704,634 คน และจันทบุรี จำนวน 700,236 คน ตามลำดับ รายได้จากท่องเที่ยวลดลงทุกจังหวัด โดยจังหวัดชลบุรีลดลงสูงสุด 80.91 ล้านบาท รองลงมาคือ ระยอง 68.77 ล้านบาท ตราด 55.68 ล้านบาท และจันทบุรี 53.62 ล้านบาท ตามลำดับ (Ministry of Tourism and Sports, 2021) อันเนื่องมาจากการเติบโตของเศรษฐกิจโลกลดลงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 กระทบต่อธุรกิจวงกว้างหลายมิติ ทำให้ต้องเปลี่ยนแปลงระบบสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี ภายใต้การบังคับใช้มาตรการทางสังคมเพื่อป้องกันและระงับกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาด อย่างไรก็ตามการแพร่ระบาดยังส่งผลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับโควิด-19 เพิ่มขึ้น ทำให้แนวโน้มการท่องเที่ยวหลังจากนี้แบ่งได้ 2 กลุ่ม (World Travel & Tourism Council, 2021) คือ 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน การท่องเที่ยวเน้นความสะอาดปลอดภัย

การท่องเที่ยวในประเทศ และ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่จากพฤติกรรมท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป เช่น กลุ่มธุรกิจบริการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล กลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้และหาประสบการณ์ และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เกิดการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนเร่งยกระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โมเดลขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยหลังโควิด หรือ BCG Economy Model เป็นแนวคิดที่รัฐบาลให้ความสำคัญและนำมาเป็นกรอบพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ มี 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว ภาคการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์เป้าหมายที่เร่งขับเคลื่อนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2565 กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และเชิงสุขภาพ (Medical and Wellness Tourism) เนื่องจากเป็นตลาดสำคัญของโลกที่มีมูลค่าเติบโตสูงและต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 12.5 ล้านคนครั้ง สร้างรายได้ 409,200 ล้านบาท มีการจ้างงาน 530,000 คน (Royal Thai Government Gazette, 2021) จากการเข้าสู่วิถีใหม่ในทุกมิติภาคการท่องเที่ยวมุ่งสร้างประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพตลาดต่างประเทศมากขึ้น และเน้นสร้างประสบการณ์ใหม่ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวในกระแสนิยมที่เจาะกลุ่มและหลากหลาย เพื่อให้ทันต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูงโดยเน้นกลุ่มที่ใส่ใจสุขภาพผ่านการนำโมเดลอารมณดีมีความสุข (Happy Model) เป็นกลไกพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับเป็นสินค้าและบริการคุณภาพสูง คือ กินดี (Eat Well) อยู่ดี (Live Well) ออกกำลังกายดี (Fit Well) และแบ่งปันสิ่งดี ๆ (Give Well) จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยขับเคลื่อนการเป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์และสุขภาพของประเทศ (Sarasin, 2020) นอกจากนี้จะสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวยังเป็นการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายใต้การแพร่ระบาดของโควิด-19 เกิดการสร้างงานสร้างรายได้สู่ท้องถิ่น ตลอดจนบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนในมิติต่าง ๆ ทั้งความมั่นคงทางอาหาร สาธารณสุข พลังงาน การมีงานทำ และความยั่งยืนของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ด้วยเหตุนี้ จึงนำมาซึ่งการศึกษาโอกาสการพัฒนาจังหวัดชายฝั่งภาคทะเลตะวันออกสู่เส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพสูงตามแนวคิดโมเดลอารมณดีมีความสุข มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อนำเสนอผลกระทบวิกฤตการณ์โควิด-19 กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย 2) เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวมูลค่าสูง 3) เพื่อศึกษาโมเดลอารมณดีมีความสุข และ 4) เพื่อนำเสนอโอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูง ซึ่งจะเป็นกลไกสำหรับพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ในการยกระดับเป็นสินค้าและบริการคุณภาพสูง โดยใช้แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบกำหนดแนวทางการพัฒนา อันจะ

ประโยชน์เชิงนโยบายและเชิงพื้นที่สำหรับส่งเสริมและพัฒนา กลุ่มจังหวัดชายฝั่งภาคทะเลตะวันออกสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูงตามโมเดลอารมณดีมีความสุขที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

ผลกระทบวิกฤตการณ์โควิด-19 กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ซึ่งอย่างเป็นทางการ คือ โควิด-ไนท์ทิน หรือ COVID-19 เป็นโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรงที่ติดต่อจากมนุษย์สู่มนุษย์ได้ง่าย มีการแพร่กระจายไปทุกภูมิภาคทั่วโลก องค์การอนามัยโลกประกาศเป็นการแพร่ระบาดใหญ่ (Pandemic) ปัจจุบันยังไม่สามารถคาดการณ์การสิ้นสุดของวิกฤตการณ์นี้ได้ จำนวนผู้ติดเชื้อทั่วโลกและภายในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การแพร่ระบาดดังกล่าวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ ชีวิตและสุขภาพของประชาชนทุกสาขาอาชีพ ในปี พ.ศ. 2563 เศรษฐกิจของประเทศไทยหดตัวรุนแรงที่สุดในรอบ 23 ปี ถึงร้อยละ 6.1 ซึ่งไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2563 หดตัวมากที่สุดถึงร้อยละ 12 โดยภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการหดตัวมากที่สุด ในสาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร ร้อยละ 50 รองลงมาคือ สาขาการขนส่ง ร้อยละ 39 การขายส่งขายปลีก ร้อยละ 10 และสาขาอื่นนอกภาคบริการ ได้แก่ ภาคอุตสาหกรรมการผลิตและภาคเกษตรกรรม ตามลำดับ (Program Management Unit Competitiveness: PMUC, 2021) เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดที่กระจายอย่างรวดเร็ว ทำให้ประเทศไทยบังคับใช้มาตรการต่าง ๆ เพื่อระงับกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาด ทั้งจำกัดการเคลื่อนที่ของกลุ่มคน ลดการสัมผัสใกล้ชิด การปิดประเทศ และห้ามการเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศภายหลังเกิดการระบาด ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย ลดลงจาก 40 ล้านคน ในปี 2562 เป็น 6.7 ล้านคน ในปี 2563 ซึ่งคิดเป็นการลดลงกว่าร้อยละ 83 (TAT Review, 2020) ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะของผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ออกเป็น 2 ด้าน คือ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ และผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม ดังนี้

1. ผลกระทบด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2563 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงสุด ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร และชลบุรี อัตราการเติบโตของจังหวัดเกิดจากการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงถึงร้อยละ 89.65 และ 72 ตามลำดับ (PMUC, 2021) รายงานสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 โดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทยผ่านโครงการ Test & Go ในรูปแบบไม่ต้องกักตัว รวมถึงโครงการ Sandbox และโครงการ Alternative Quarantine มีจำนวน 91,255 คน ขยายตัวร้อยละ 35.15 เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมตั้งแต่เดือนมกราคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 มีจำนวน 197,372 คน ลดลงร้อยละ 97.05 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี พ.ศ. 2563 เป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของของไวรัสโคโรนา (Covid-19) และมาตรการควบคุมการเดินทางที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Paul & David (2020) พบว่าการบังคับใช้มาตรการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา เช่น การปิดประเทศ ปิดการคมนาคม การระงับธุรกิจชั่วคราว ส่งผลต่อความเสียหายระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวและภาคการส่งออก

เมื่อพิจารณาจำแนกตามลักษณะธุรกิจ พบว่า ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบสูงสุด คือ ธุรกิจนันทนาการ รองลงมา คือ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ธุรกิจที่พักแรม และธุรกิจการขนส่ง (PMUC, 2021) สอดคล้องกับงานวิจัยของ McKibbin & Fernando (2020) พบว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เนื่องจากธุรกิจไม่สามารถขยายการลงทุนได้ เพราะเสี่ยงต่อการขาดทุนและส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจ ในขณะที่ผลกระทบต่อแรงงานพบว่าแรงงานมากกว่าครึ่งรายได้ลดลง ร้อยละ 33 มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 14 มีหนี้สินในระบบเพิ่มขึ้น ร้อยละ 14.5 ตกงาน/เลิกจ้าง และร้อยละ 69.7 ได้รับผลกระทบด้านอาชีพและการจ้างงาน (Department of Disease Control of Thailand, 2021) ในภาคการท่องเที่ยวตามกลุ่มธุรกิจ พบว่าธุรกิจนันทนาการได้รับผลกระทบด้านการถูกลดค่าจ้าง/ค่าตอบแทน และถูกลดเวลาทำงานสูงสุดร้อยละ 95.1 รองลงมาคือ ธุรกิจนำเที่ยวร้อยละ 90.9 ธุรกิจขนส่งร้อยละ 88.7 ธุรกิจของที่ระลึกร้อยละ 87.6 ธุรกิจที่พักแรมร้อยละ 83.9 และธุรกิจอาหารเครื่องดื่มร้อยละ 81 ตามลำดับ (PMUC, 2021) ส่งผลทำให้พนักงานขาดรายได้และเกิดความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ (Vulnerable Families) ดังเช่นกับงานวิจัยของ Huynh et al. (2021) พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวอยู่ในสภาวะล้มละลาย มีการปิดกิจการถาวรจากปัญหาจำนวนลูกค้าที่ลดลง ส่งผลให้รายได้ลดลง สิ่งอำนวยความสะดวกการบริการและการลงทุนลดลง จึงต้องปรับลดจำนวนพนักงานและค่าตอบแทนตามแต่ละระดับธุรกิจ โดยเฉพาะในธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจที่พักแรมที่ได้รับผลกระทบสูงสุด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจควรวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานให้สามารถรองรับสภาพเศรษฐกิจและรูปแบบการบริการที่จะเปลี่ยนไปเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนำมาซึ่งความอยู่รอดและบรรลุเป้าหมายขององค์กร

2. ผลกระทบด้านสังคม สืบเนื่องจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจทั้งการสูญเสียรายได้ การถูกเลิกจ้าง และงานน้อยลง ส่งผลกระทบต่อเป็นอย่างมากไปยังคุณภาพชีวิตที่ลดลงในระบบสังคม ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และกลุ่มเปราะบางอื่น ๆ ได้แก่ เด็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และคนเจ็บป่วย ซึ่งไม่สามารถเข้าถึงการบริการสาธารณสุขหรือการศึกษาได้อย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลสะท้อนมาจากการมีต้นทุนทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้บุคคลเกิดความเครียดสะสม และนำไปสู่ปัญหาสุขภาพจิตได้ ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย และองค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ หรือยูนิเซฟประเทศไทย พบว่าประชาชนกว่าร้อยละ 50.2 ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดและมาตรการควบคุมโรคของรัฐบาลในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะปัญหาด้านการเดินทางสูงสุดร้อยละ 84.7 รองลงมาคือ การซื้อสินอุปโภค/บริโภค ร้อยละ 75.7 การดูแลตนเอง ร้อยละ 74.8 และการรับบริการทางการแพทย์ ร้อยละ 73.9 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีความกังวลระดับมากถึงมากที่สุดด้านการเข้าถึงบุคลากรทางการแพทย์และการบริการสาธารณสุข ร้อยละ 85.2 ซึ่งคาดว่าอาจเกิดจากหลายสาเหตุ เช่น หวั่นเกรงความเสี่ยงหากเดินทางออกนอกที่พำนักอาศัย ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากรถโดยสารรับจ้างแทนรถสาธารณะ หรือแม้แต่การปิดให้บริการของสถานพยาบาลแห่งที่รองรับผู้ติดเชื้อไวรัสโค

โรนา เป็นต้น โดยประชาชนมีวิธีการบรรเทาความวิตกกังวลด้วยการท่องโลกอินเทอร์เน็ต/เล่นสื่อสังคมออนไลน์สูงถึงร้อยละ 69.6 (National Statistical Office of Thailand, 2021) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sijja, Yilin, Jia, Nan, & Tingshao (2020) พบว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ประชาชนมีอารมณ์เชิงลบเพิ่มขึ้นจากความวิตกกังวล ซึมเศร้า และความเสี่ยงทางสังคม ในขณะที่อารมณ์เชิงบวก เช่น ความสุข และความพึงพอใจในชีวิตลดลง เนื่องจากมีความกังวลด้านสุขภาพ ครอบครัว ภาวะเครียดจากการไม่ได้ท่องเที่ยวและพบปะสังคมเพื่อน ดังนั้นจะเห็นว่าผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากนโยบายและมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของภาครัฐ คือ กลุ่มลูกจ้าง แรงงานอิสระ โดยเฉพาะกลุ่มคนมีรายได้น้อยที่ตกงานแต่ไม่ได้รับความช่วยเหลืออย่างทั่วถึง รวมทั้งผู้ประกอบการรายย่อยที่ได้รับผลกระทบรุนแรงเช่นกัน อีกหนึ่งผลกระทบด้านสังคมที่เห็นได้ชัด คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เปลี่ยนไปของคนในสังคม โดยจะให้ความสำคัญด้านวางแผนการเงิน ใส่ใจสุขภาพ ความปลอดภัย ความสะอาด และเน้นใช้จ่ายเงินผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น McKinsey & Company (2020) สำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดความปกติใหม่ (New Normal) พบว่ามี 3 รูปแบบ คือ 1) ท่องเที่ยวในประเทศเป็นตัวเลือกแรก 2) ท่องเที่ยวระยะใกล้ เดินทางสะดวกรวดเร็ว และ 3) ท่องเที่ยวในสถานที่ Unseen โดยให้ความสำคัญอย่างมากกับการเลือกใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยเพื่อการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ กล่าวคือมีมูลค่าการท่องเที่ยวสูงด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในปริมาณนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมเจาะกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการทำงานเพื่อสร้างรายได้ที่มีเสถียรภาพและกระจายตัวอย่างสมดุลผ่านการนำระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์ ดังนั้นภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเพื่อออกแบบสินค้าและบริการที่ได้คุณภาพ มีมาตรฐาน สามารถตอบสนองต่อความรูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปได้

สรุปได้ว่า จากผลกระทบด้านเศรษฐกิจและผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องปรับตัว หาแนวทางการสร้างรายได้ที่แตกต่างจากในอดีต เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ภายใต้ความท้าทายที่เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน

แนวคิดการท่องเที่ยวมูลค่าสูง

การท่องเที่ยวมูลค่าสูง (High Value Tourism) เป็นแนวคิดที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาใช้เป็นทิศทางขับเคลื่อนพัฒนาการท่องเที่ยวจากนโยบาย Thailand 4.0 มุ่งเน้นขับเคลื่อนเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในเชื่อมโยงประเทศไทยสู่ระดับโลก ภายใต้แนวคิดพัฒนาเศรษฐกิจแบบ Bio-Circular-Green Economy (BCG Model) และ Sustainable Development Goal (SDGs) เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเกิดเพิ่มมูลค่าบนพื้นฐานของความยั่งยืนตอบสนองต่อการท่องเที่ยวอย่างมี

ความรับผิดชอบ และสามารถจัดการอุปทานส่วนเกินอย่างมีประสิทธิภาพภายหลังวิกฤตการณ์โควิด-19 ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม 3 มิติ (ภาพที่ 1) คือ เศรษฐกิจชีวภาพ คือ ระบบเศรษฐกิจชีวภาพที่มุ่งเน้นใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงเชื่อมโยงเศรษฐกิจหมุนเวียน คือ คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุดภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว คือ การพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน

ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบด้านการมีความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมสูง การนำทรัพยากรมาใช้ประโยชน์จึงคำนึงถึงการหมุนเวียนก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและความคุ้มค่า เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงต้องพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ สามารถแข่งขันได้ด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งช่วยให้การพัฒนาเศรษฐกิจแบบ BCG Model เติบโตขึ้นในระดับโลก นำมาซึ่งการกระจายรายได้สู่ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ตลอดจนมีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิด BCG Model การท่องเที่ยวได้สร้างรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความปลอดภัยและการบริการที่มีคุณภาพสูง (Service Quality) เจาะกลุ่มกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีศักยภาพสูง ด้วยภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก จะเห็นว่าในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 12.5 ล้านคนครั้ง สร้างรายได้ 409,200 ล้านบาท เกิดการจ้างงาน 530,000 คน (Royal Thai Government Gazette, 2021) ฉะนั้นแนวทางการตลาดที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายควรเน้นที่การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการบริการจัดการคุณภาพการบริการและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า โดยนำความรู้ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาต่อยอดความเข้มแข็งจากฐานเดิม ประยุกต์เป็นการตลาดแบบสร้างเรื่องเล่า (Story Telling) พิเศษเฉพาะขึ้นมา เพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ยกระดับการท่องเที่ยว สร้างรายได้และขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ตลอดจนยังรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน การสร้างรากฐานมูลค่าการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มุ่งเน้นการคืนสภาพเดิมของธุรกิจการท่องเที่ยวหลังจากการฟื้นตัวของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มุ่งทำการตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดการใช้จ่ายต่อหัวเพิ่มขึ้นจากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและแตกต่าง ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวคุณภาพ รายได้เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว และการนำเทคโนโลยีทำการตลาดเน้นรูปแบบการขายสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ชัดเจน โดยการออกแบบสินค้าและบริการทางท่องเที่ยวมูลค่าสูง กำหนดเป็น NFX X (Experience Thai Tourism) มุ่งเน้น 3 รูปแบบ คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Nature to Keep) การปกป้องและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food to Explore) พัฒนาต่อยอดอาหารไทยสู่ระดับสากล และ 3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Thainess to Discover) การใส่ใจดูแลรักษาสุขภาพและสุขภาพใจ เพื่อใช้เป็นทิศทางให้ภาคการท่องเที่ยวสามารถรักษาสถานภาพในความเป็นอุตสาหกรรมหลักในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศต่อไปได้



ภาพที่ 1 โมเดลขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในโลกหลังโควิด (BCG Economy Model)

สรุปได้ว่า แนวคิดการท่องเที่ยวมูลค่าสูง (High Value Tourism) เป็นการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทยแบบใหม่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขัน สร้างรายได้เพื่อพลิกฟื้นเศรษฐกิจของประเทศ พร้อมทั้งกระจายความมั่งคั่งสู่ท้องถิ่น สร้างความสมดุล ในเกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ รวมถึงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ฉะนั้นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ อย่างสร้างสรรค์จึงนับเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถช่วยยกระดับการท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูงได้

แนวคิดโมเดลอารมณ์ดีมีความสุข (Happy Model)

โมเดลอารมณ์ดีมีความสุข หรือ Happy Model เป็นโมเดลหนึ่งในโครงการไทยเทที่พัฒนาเป็น Wellness Tourism Platform เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการให้แก่พื้นที่แต่ละจังหวัดด้วยนวัตกรรมและ ความคิดสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทยตามกลไกขับเคลื่อนแผนปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจเรื่อง การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูงภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทยปี พ.ศ. 2565 โดยเน้นตลาดในประเทศและเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อสูงจากตลาด ต่างประเทศ เพื่อเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและสร้างประสบการณ์บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่าง รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูงจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่ง คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น สร้างงานสร้างรายได้ให้ชุมชนผ่านกลไกขับเคลื่อนของโมเดลอารมณ์ดีมี ความสุข (Happy Model) ซึ่งเป็นกลไกในการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับเป็น สินค้าและบริการคุณภาพสูง โดยมีองค์ประกอบ 4 ด้านดังนี้ (Sarasin, 2020)



ภาพที่ 2 โมเดลอารมณ์ดีมีความสุข (Happy Model)

1. กินดี (Eat Well) คือ อาหารอร่อย สะอาด มีประโยชน์ และปลอดภัย เน้นอาหารท้องถิ่นและสมุนไพรท้องถิ่นที่มีประโยชน์ปลอดภัยหรือปลอดสารพิษ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) การมีเรื่องราวและแตกต่าง หมายถึง เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมด้านการกิน และการประกอบอาหาร เช่น การสอนทำอาหาร สอนปลูกข้าว ปลูกผัก จับปลา 2) ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หมายถึง วัตถุดิบท้องถิ่นที่มีเฉพาะในท้องถิ่นนั้น นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้ เช่น อาหาร ข้าว พืชผัก สมุนไพร ผลไม้ เครื่องดื่มน้ำสมุนไพร และของฝากหรือสินค้าแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ 3) อร่อย หมายถึง อาหารรสชาติอร่อยที่มีชื่อเสียงหรือเป็นอาหารขึ้นชื่อในแต่ละท้องถิ่น 4) สะอาด หมายถึง มีมาตรฐานตั้งแต่การใช้วัตถุดิบที่ปลูกแบบปลอดสารพิษจนถึงกระบวนการจัดเตรียม การปรุง การบริการที่ถูกต้องอนามัย 5) ช่วยเหลือท้องถิ่น หมายถึง สิ่งดี ๆ ที่ท้องถิ่นได้รับการท่องเที่ยว เช่น เกิดการจ้างงานสร้างรายได้ การอนุรักษ์อาหารท้องถิ่น การนำเสนอวัตถุดิบท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น 6) มีประโยชน์ หมายถึง สรรพคุณหรือคุณค่าทางโภชนาการต่าง ๆ การทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง และเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ (Functional food) ได้แก่ อาหารประเภทเสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกัน ส่งเสริมการทำงานของร่างกาย บรรเทาอาการของโรค ชะลอการเสื่อมของร่างกาย และสร้างสุขนิสัย เช่น แงงเลี้ยงช่วยเรื่องน้ำหนัก ปลาเล็กปลาน้อยช่วยเสริมแคลเซียม เป็นต้น

2. อยู่ดี (Live Well) คือ ที่พักได้มาตรฐาน ดูแลสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ น้ำเสีย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สัญญาณอินเทอร์เน็ต และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพกายและใจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) ความสะดวกสบาย หมายถึง การเดินทางเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินทางสะดวก มีบริการรถรับ-ส่ง อยู่ใกล้ร้านสะดวกซื้อร้านอาหาร 2) ที่พักได้มาตรฐาน สะอาด และปลอดภัย หมายถึง มาตรฐานสุขลักษณะด้านที่พักสีเขียว/ที่พักเพื่อสุขภาพ (Green/Wellness) การออกแบบตามหลักการสถาปัตยกรรม (Universal design) หรือการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล (Tourism for all) จัดอยู่ในพื้นที่มีสิ่งแวดล้อมดี สวยงาม เช่น ปราศจากหมอกควัน และบริหารจัดการน้ำเสียและขยะถูกต้องได้มาตรฐาน มีการสร้างเครือข่ายที่พักร่วมกันสร้างมาตรฐาน ประเมินแบบ Self-monitoring แบ่งระดับมาตรฐาน ตลอดจนเสริมความทันสมัยด้วยการนำความปลอดภัยและสุขภาพบูรณาการกับ Internet of Things หรือ Digital Platform เช่น ปุ่ม SOS และ Track การนอน 3) การบริการที่ดีและสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม หมายถึง การบริการที่เป็น

มิตรอัธยาศัยดี มีจิตใจบริการ (Service mind) กิจกรรมสนับสนุน เช่น นวดไทย สปา นุ่งสมาธิ และสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม เช่น ห้องออกกำลังกาย ชาวน่า มีอินเทอร์เน็ตรองรับกลุ่มลูกค้าที่ทำงานอยู่ที่บ้าน เป็นต้น

3. ออกกำลังกายดี (Fit Well) คือ กิจกรรมการเล่นกีฬาและการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในสถานที่และอุปกรณ์สะอาด ปลอดภัย และได้มาตรฐาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) สถานที่และอุปกรณ์ สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน หมายถึง ความพร้อมด้านสถานที่และอุปกรณ์เพื่อทำกิจกรรม เช่น มีเส้นทางวิ่ง ปั่นจักรยาน เดินเขา พายเรือ เส้นทางชัดเจนและอุปกรณ์ปลอดภัย มีมีคณาจารย์ด้านกีฬา/ออกกำลังกาย ค่ายสอนกีฬา เช่น ค่ายมวย Thanyapura Sports & Health Resort 2) กิจกรรมและกีฬา หมายถึง กิจกรรมเกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดี ได้แก่ (1) กิจกรรมท้องถิ่น เช่น ปั่นเขา ดำน้ำ (2) กิจกรรมผสมผสาน เช่น โยคะในน้ำ เดินในสวน (3) กิจกรรมเพื่อประโยชน์เฉพาะทาง เช่น การรักษาโรคหรือกึ่งกายภาพบำบัด กีฬา เช่น วัยน้ำ กอล์ฟ มวยไทย และ (4) กิจกรรมอีเว้นท์ เช่น แข่งไตรกีฬา 3) การได้ประโยชน์ หมายถึง ประโยชน์ที่ได้จากกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ความสนุกสนาน สุขภาพร่างกายแข็งแรง และการได้สังคมเพื่อนใหม่ ๆ เป็นต้น

4. แบ่งปันสิ่งดี ๆ (Give Well) คือ การแบ่งปันความรู้ทั้งสองทางระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นผ่านการแนะนำสินค้าท้องถิ่น หรือสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก (Unseen) การทำกิจกรรมกับชุมชนอาสาสมัคร และเรียนรู้จากปราชญ์ชาวบ้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวและท้องถิ่นได้เรียนรู้ร่วมกัน หมายถึง การแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ทั้งสองทาง (Two-Way) ระหว่างนักท่องเที่ยวและท้องถิ่น เช่น แนะนำสินค้า OTOP สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ความรู้เฉพาะท้องถิ่น รวมถึงการทำกิจกรรมหรือประเพณีในท้องถิ่น เช่น อาบน้ำช้าง แห่เทียนพรรษา เรียนรู้จากปราชญ์ชาวบ้าน 2) ทำสิ่งดี ๆ ให้สังคม หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่า เก็บขยะ บริเวณชายหาด เป็นต้น การช่วยประชาสัมพันธ์สิ่งดี ๆ ของท้องถิ่น รวมถึงการให้โอกาสเด็กและผู้สูงอายุมาเป็นอาสาสมัคร มีคณาจารย์น้อยและเจ้าบ้านอาสา เพื่อช่วยสร้างรายได้เสริม สร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่น และส่งต่อความรู้ความรักถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น 3) ได้ประโยชน์ หมายถึง ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น สุขสบายใจ การได้สังคมเพื่อนใหม่ และลดความเหลื่อมล้ำ 4) การให้ หมายถึง การแบ่งปันความรู้ทั่วไป เช่น การสอนหนังสือ สอนสิ่งที่ตนเองเชี่ยวชาญให้กับท้องถิ่น และการช่วยเหลือท้องถิ่น เช่น แนะนำเรื่องธุรกิจการคิดต่อยอดให้ชุมชน หาช่องทางขายของ พัฒนาพื้นที่ ออกแบบสถานที่ เป็นต้น

สรุปได้ว่า โมเดลอารมณ์ดีมีความสุข (Happy Model) จึงเป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูงเพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพตามเป้าหมายที่จะยกระดับการท่องเที่ยวไทยสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูงผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว 4 ด้าน คือ ด้านกินดี (Eat well) ด้านอยู่ดี (Live well) ด้านออกกำลังกายดี (Fit well) และด้านแบ่งปันสิ่งดี ๆ (Give well) เพื่อตอบสนองสุขภาพกายและใจของนักท่องเที่ยวให้ดีขึ้น รวมทั้งชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน ภายใต้หลักการ 1) การสร้างรายได้ (Revenue) คือ การเปลี่ยนแนวคิดจากการมองเป็นต้นทุน (Cost) ในการดูแลธรรมชาติและวัฒนธรรมเป็นการสร้างรายได้ (Revenue) จากวัฒนธรรมและธรรมชาติ 2) การสร้างคุณค่า (Value) คือ เน้นการ

ท่องเที่ยวคุณภาพมากกว่าปริมาณ (Volume) นักท่องเที่ยวสร้างรายได้จากคุณค่าประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว 3) เมืองน่าอยู่ คือ ยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งในส่วน của นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่พัฒนาจากเมืองน่าเที่ยวเป็นเมืองน่าอยู่ 4) ความสุข (Happy) คือ เน้นการกระจายรายได้เป็นกลไกสร้างความร่วมมือ ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างให้ชุมชนรักและภูมิใจในถิ่นที่เกิด

ดังนั้น ด้วยผลกระทบจากวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำให้ระบบการท่องเที่ยวไทยต้องปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมใหม่ เพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวและรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยเริ่มจากการต่อยอดกิจกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเดิม ควบคู่กับการสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ ที่คาดว่าจะมีความต้องการเพิ่มขึ้นภายใต้การนำแนวคิดการท่องเที่ยวมูลค่าสูง (High Value Tourism) และโมเดลอารมณ์ดีมีความสุข (Happy Model) มาเป็นกลไกขับเคลื่อนการปรับโครงสร้างระบบให้เกิดการเชื่อมโยงกิจกรรมในทุกพื้นที่ ทำให้เกิดการกระจายแหล่งที่มาของรายได้ให้พียงพาดตลาดนักท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้น มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น นำมาซึ่งเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการช่วยรองรับความเสี่ยงในอนาคต ตลอดจนการท่องเที่ยวไม่สร้างต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมมากเหมือนในอดีต จึงเป็นโอกาสที่จะทบทวนโครงสร้างภาคการท่องเที่ยวไทยเพื่อให้กลับมาเติบโตขับเคลื่อนได้อย่างยั่งยืนหลังการแพร่ระบาดของ Covid-19

โอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูง

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด ตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย เนื้อที่ทั้งหมด 17,072 ตารางกิโลเมตร หรือ 10,670,000 ไร่ เป็นเขตพื้นที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงอันดับต้น ๆ ของประเทศไทยที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยี่ยมเยือนเป็นจำนวนมากตามเมืองหลักที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ เช่น เมืองพัทยา เกาะเสม็ด และเกาะช้าง เป็นต้น ตลอดจนยังมีจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 38,295,084 คน ซึ่งจังหวัดชลบุรีมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดจำนวน 18,602,920 คน รองลงมาคือระยอง จำนวน 7,877,379 คน จันทบุรี จำนวน 2,484,480 คน และตราด จำนวน 2,278,251 คน ตามลำดับ การใช้จ่ายเพื่อท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันต่อคนอยู่ที่ 4,167.96 บาท สร้างรายได้จำนวน 361,556.46 ล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports, 2022) แต่เนื่องจากผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี พ.ศ. 2563-2564 ทำให้ภาพรวมการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก มีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและการสร้างรายได้ลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562 โดยแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก พ.ศ. 2563-2565 ถูกนำมาใช้เป็นกรอบทิศทางพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติและแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยช่วงปี พ.ศ. 2564-2565 เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนและเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในเชื่อมโยงสู่ระดับโลกโดยสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวเดิมที่มีศักยภาพตามแต่ละพื้นที่ เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพและยกระดับการท่องเที่ยวไทยสู่ความ

มั่นคงและยั่งยืน ซึ่งบทบาทและทิศทางขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีดังนี้

1. จังหวัดชลบุรี จุดเด่นเป็นพื้นที่หลักที่มีศักยภาพสูงสุดทางความหลากหลายของจำนวนแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพลักษณ์เป็นเมืองท่องเที่ยวที่หาดทราย ชายทะเลมีสีสันทัน และมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวมวลชล ทั้งแหล่งท่องเที่ยวแบบกิจกรรมและความสนใจพิเศษ แหล่งธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมทั้งแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวตามกิจกรรม เช่น เมืองท่องเที่ยวชายทะเล (พัทยา) กิจกรรมชายหาด (หาดบางแสน พัทยา จอมเทียน ตาแหวน) กิจกรรมกีฬาทางน้ำ (หาดจอมเทียน หาดตาแหวน) แหล่งดำน้ำ (หมู่เกาะสีชัง หมู่เกาะไม่ หมู่เกาะคราม หมู่เกาะแสมสาร) แหล่งตกปลา (แหลมแม่พัน หมู่เกาะสีชัง หาดบางเสร่) และแหล่งท่องเที่ยวตามรูปแบบการท่องเที่ยว เช่น เซิงนิเวศ (ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนตำบลเสม็ด ศูนย์อนุรักษ์พันธ์เต่าทะเล อุทยานใต้ทะเลเกาะขาม) เซิงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิต (พระจุฬาราชูราชฐานที่เกาะสีชัง หมู่บ้านชาวประมงช่องแสมสาร) ท่องเที่ยวชุมชน (ชุมชนซากแก้ว ตะเคียนเตี้ย) ด้วยจังหวัดชลบุรีมีความผสมผสานที่หลากหลายระหว่างความทันสมัยและความเป็นท้องถิ่น จึงมุ่งเน้นเป็นเมืองท่องเที่ยวรองรับกลุ่มเชิงธุรกิจ เชิงสุขภาพ และนันทนาการ ส่งเสริมเป็นศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติที่นำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาประยุกต์ร่วมกับการฐานทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Pleerux & Nakpathom, 2020)

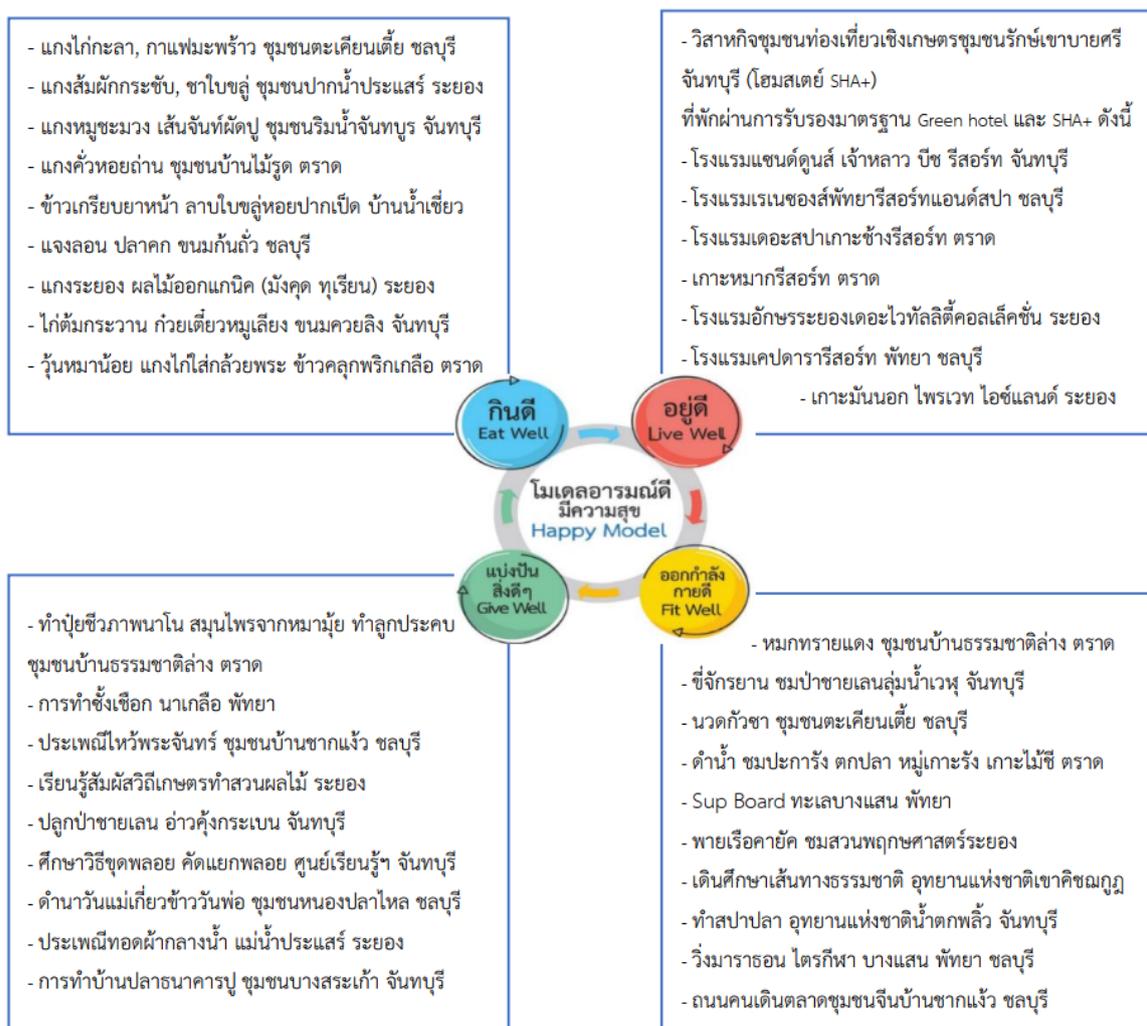
2. จังหวัดระยอง จุดเด่นเป็นเมืองที่ท่องเที่ยวที่นอกจากจะมีเกาะและชายทะเลสวยงาม เงียบสงบ เหมาะกับการพักผ่อนหย่อนใจ อุดมสมบูรณ์ด้วยอาหารทะเลแล้ว ยังมีสวนผลไม้จำนวนมากเหมาะกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวตามกิจกรรม เช่น กิจกรรมชายหาด (หาดแหลมแม่พิมพ์ ทรายแก้ว) แหล่งดำน้ำ (หมู่เกาะเสม็ด หมู่เกาะมัน) แหล่งตกปลา (หาดน้ำริน สะพานปลาปลา ปากแม่น้ำระยอง หมู่เกาะเสม็ด ปากแม่น้ำประแสร์) และแหล่งท่องเที่ยวตามรูปแบบการท่องเที่ยว เช่น เซิงนิเวศ (หมู่เกาะมัน ชุมชนปากแม่น้ำประแสร์ อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง) ท่องเที่ยวชุมชน (ชุมชนปากน้ำประแสร์) เซิงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิต (วัดในเมือง แกลง บ้านค่าย วงจันทร์) เซิงเกษตร (สวนผลไม้ในอำเภอเมือง บ้านค่าย วงจันทร์ แกลง) ด้วยลักษณะทางกายภาพพื้นที่ที่โดดเด่นเหมาะสมต่อการเพาะปลูก ทำให้มีผลไม้เศรษฐกิจจำนวนมาก เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด สับปะรด เป็นต้น จึงได้รับการส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวสวนผลไม้ ภายใต้มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารและสินค้าเกษตร

3. จังหวัดจันทบุรี นอกจากจะโดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่นที่ผสมผสานด้วยเรื่องราวของกลุ่มชาติพันธุ์ ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Pranee, Kortana, Wongjunya & Suchookorn, 2020) มีชายทะเลและเกาะสวยงาม รวมทั้งเป็นแหล่งปลูกผลไม้ขึ้นชื่อ ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวตามกิจกรรม เช่น กิจกรรมชายหาด (หาดเจ้าหลาว คู้งวิมาน แหลมสิงห์ แหลมเสด็จ) แหล่งดำน้ำ (เกาะกวาง เกาะนมสาว หินลอย-หินจม) แหล่งตกปลา (สะพานแหลมสิงห์ สะพานสุดขอบฟ้า หมายหินใหม่บังراد) และแหล่งท่องเที่ยวตามรูปแบบการท่องเที่ยว เช่น เซิงนิเวศ (อุทยาน

แห่งชาติเขาคิชฌกูฏ ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน ศูนย์เรียนรู้เชิงนิเวศป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ) เชียงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิต (โบราณสถานค่ายเนินวง ศูนย์อพยพบ้านเกาะเปริด ถนนอัญมณี รอยพระพุทธรูปบาทหลวง) เชียงสุขภาพ (อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว) เชียงเกษตร (ชุมชนรักษ์เขาบายศรี ไรซ์จรวงศ์) แหล่งท่องเที่ยวชุมชน (หมู่บ้านไร่แผ่นดิน ชุมชนริมน้ำจันทบูร ชุมชนขนมแปกลิ่มคลองหนองบัว) ด้วยความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยเฉพาะวิถีชีวิตเรียบง่ายและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดจันทบุรีจึงได้รับการส่งเสริมเป็นเมืองรองสามารถตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวหลากหลายได้

3. จังหวัดตราด เป็นเมืองท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีชายทะเลและหมู่เกาะที่สวยงามจำนวน 52 หมู่เกาะควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชน และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดนเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวตามกิจกรรม เช่น กิจกรรมชายหาด (หาดคลองพร้าว ทรายขาว ไก่แบ้ ทำน้ำ น้ำตกคลองพุง) แหล่งดำน้ำ (เกาะไม้ซี้ เกาะช้าง เกาะกูด หมู่เกาะรัง เกาะหวาย เกาะขาม) แหล่งตกปลา (เกาะกูด เกาะช้าง) และแหล่งท่องเที่ยวตามรูปแบบการท่องเที่ยว เช่น เิงนิเวศ (เกาะหมาก บ้านไม้รูด อ่าวสลักเพชร อุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองแก้ว) เชียงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิต (โบราณสถานเรลิดังกัมปอร์ต ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง วัดบุปผาราม) เชียงเกษตร (สวนคุณปู่สวนไม้ผลเขาสมิงการเกษตร) เชียงสุขภาพ (เกาะดาด ศูนย์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติหาดทรายดำและป่าชายเลน) แหล่งท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดพลอย บ้านน้ำเชี่ยว บ้านธรรมชาติล่าง อ่าวบางเบ้าหมู่บ้านชาวประมง) ด้วยศักยภาพของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม จึงได้รับการพัฒนาส่งเสริมให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ สามารถจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับฐานทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีอยู่ได้ (Pleerux & Nakpathom, 2020) รวมทั้งที่ตั้งภูมิศาสตร์ติดประเทศกัมพูชาและเวียดนาม เพื่อนบ้านสามารถมาท่องเที่ยวและใช้บริการทางการแพทย์ในพื้นที่ จึงเป็นโอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชื่อมโยงภูมิภาคอาเซียนได้

ตัวอย่างเส้นทางการท่องเที่ยวคุณภาพสูงในจังหวัดชายฝั่งภาคทะเลตะวันออกตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดีมีความสุข



บทสรุป

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงได้รับผลกระทบต่อเนื่องของการฟื้นตัวด้านเศรษฐกิจจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จึงเป็นความท้าทายรูปแบบใหม่ของภาคธุรกิจต่าง ๆ ภายใต้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ต้องปรับตัวให้สอดคล้องในการคืนสภาพเดิมของธุรกิจบนหลักการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด เป็นเขตพื้นที่ท่องเที่ยวหลักอันดับต้น ๆ ของประเทศไทยที่มีความโดดเด่นทางความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากในเมืองหลักที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ และจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอื่น ๆ การศึกษาผลกระทบวิกฤตการณ์ Covid-19 กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ทั้งผลกระทบด้านเศรษฐกิจและผลกระทบด้านสังคม โดยนำแนวคิดการ

ท่องเที่ยวมูลค่าสูง (High value Tourism) ภายใต้การพัฒนาเศรษฐกิจแบบ Bio-Circular-Green Economy (BCG Model) และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน Sustainable Development Goal (SDGs) เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเกิดเพิ่มมูลค่าบนพื้นฐานของความยั่งยืนอย่างมีความรับผิดชอบต่อและจัดการอุปทานส่วนเกิน ตลอดจนการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวคุณภาพสูงในกลุ่มจังหวัดฝั่งทะเลตะวันออก ผ่านการนำโมเดลอารมณ์ดีมีความสุข (Happy Model) เป็นกลไกพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับเป็นสินค้าและบริการคุณภาพสูง คือ กินดี (Eat Well) อยู่ดี (Live Well) ออกกำลังกายดี (Fit Well) และแบ่งปันสิ่งดี ๆ (Give Well) จึงช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวให้เกิดการผสมผสานภูมิปัญญาของท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้สู่ท้องถิ่น ตลอดจนยังเป็นการบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกับการส่งเสริมภาคธุรกิจการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนในมิติต่าง ๆ ทั้งความมั่นคงทางอาหาร สาธารณสุข พลังงาน การมีงานทำ และความยั่งยืนของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและภาคธุรกิจบริการการท่องเที่ยวควรร่วมมือกันส่งเสริมการลงทุนและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่องภายใต้วิกฤตการณ์โควิด-19 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคม
2. ผู้ประกอบการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกนำผลการวิเคราะห์โอกาสการพัฒนาไปออกแบบเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยวคุณภาพสูงตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดีมีความสุขอย่างเป็นรูปธรรม
3. ส่งเสริม พัฒนาสินค้าและบริการของชุมชน โดยมุ่งเน้นเชิงสุขภาพมากขึ้นเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง
4. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันพัฒนาระดับระบบสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป

เอกสารอ้างอิง

Department of Disease Control of Thailand. (2021). *The economic and social impact of the COVID-19 outbreak globally and in Thailand*. Retrieved on February 26, 2022 from <https://ddc.moph.go.th/uploads/publish/1177420210915075055.pdf>.

- Huynh D.V., Truong T.T.K., Duong L.H., Nguyen N.T., Dao G.V.H., and Dao C.N. (2021). The COVID-19 Pandemic and Its Impacts on Tourism Business in a Developing City: Insight from Vietnam, *Economies*. 9(4), 1-17.
- McKibbin, W. J. and Fernando, R. (2020). The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios). *Centre for Applied Macroeconomic Analysis*. (March, 2020). 19, 1-43.
- Mckinsey & Company. (2020). *COVID-19 tourism spend recovery in numbers*. Retrieved on 26 February 2022, from <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/covid-19-tourism-spend-recovery-in-numbers>
- Ministry of Tourism and Sports. (2022). *Tourism statistics in 2021*. Retrieved on February 22, 2022 from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- National Statistical Office of Thailand. (2021). *The social impact of the COVID-19 epidemic*. Retrieved on February 26, 2022 from http://ittdashboard.nso.go.th/covid19_report_social.php
- Paul, W. and David, R. M. (2020). COVID-19: towards controlling of a pandemic. *The lancet*. (March, 2020). 395, 1015-1018.
- Pleerux, N. and Nakpathom, P. (2020). Potential of Experience Tourism Destinations in Chon Buri, Rayong, Chanthaburi and Trat. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*. 15(2), 77-91.
- Pranee, S., Kortana, T., Wongjunya, N., and Suchookorn, P. (2020). The potential and strategy on tourism promotion and development in the Eastern Economic Corridor: A case study of the Eastern Province Cluster 2, Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(2), 1-8.
- Program Management Unit Competitiveness. (2020). *COVID-19 on the Thai tourism sector Effects and solutions*. Retrieved on February 27, 2022 from https://www.mots.go.th/download/BannerLink/PBVol01Covid_DigitalEd.pdf
- Royal Thai Government Gazette. (2021). *Announcing national reform plans (Revised Edition)*. Retrieved on February 22, 2022 from http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2564/E/044/T_0001.PDF
- Sarasin, K. (2020). *Opportunities and Challenges: Adapting to the Future, Trade, Investment and Services of Thailand*. Retrieved on February 23, 2022 from <https://www.oic.or.th/>

sites/default/files/institute/course/91189/public/13-11-63_opportunities_or_threats_2.khunklinthr.pdf

Sijia, L., Yilin, W., Jia, X., Nan, Z. & Tingshao, Z. (2020). The Impact of COVID-19 Epidemic Declaration on Psychological Consequences: A Study on Active Weibo Users.

International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(2032), 1-9.

TAT Review. (2020). *Forecast the trend of the tourism situation*. Retrieved on February 25, 2022 from <https://www.tatreviewmagazine.com/article/คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์/>

World Travel & Tourism Council. (2021). *Global Economic Impact and Trends 2021*. Retrieved on 22 February 2022, from <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf>



Ammarawadee Chaiyo, M.M. (Integrated Tourism and Hospitality Management), National Institute of Development Administration (NIDA)
B.B.A. Hotel Management Program Manager, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani College (Pattaya Campus)



Tosaporn Sukha, M.B.A (Marketing), Ramkhamhang University
B.B.A. Hotel Management Program Director, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani College