

# การจัดการท่องเที่ยวไทยในยุค NEW NORMAL \*

## TOURISM MANAGEMENT IN THAILAND FOR THE NEW NORMAL ERA

จิตรกร วิจารณ์รงค์

Jittakorn Wijannarong

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

E-mail: Soda0.001@hotmail.com

### บทคัดย่อ

ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย ต้องหยุดชะงัก การจัดการท่องเที่ยวไทยในยุค New Normal จึงต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาจากแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวและพฤติกรรมของคนไทยหลังภาวะวิกฤติโควิดของไทย เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นมาตรการสำคัญที่ทุกภาคส่วน ผลการศึกษาพบว่าการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้รับบริการ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตามหลักการจัดการวิกฤติเศรษฐกิจของ บิลล์ กรอส ( Bill Gross) ควรมีการเปลี่ยนแปลงในแนวทางที่อิงกับการ "แก้ปัญหาและการวางแผนเพื่อลดความไม่แน่นอน" ไปสู่โลกที่มีการขับเคลื่อนอย่างรวดเร็ว ด้วย "การมีส่วนร่วม การพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง และรวดเร็วในการตัดสินใจ ตลอดจนการทำงานเชิงรุกของ ผู้นำในยุคดิจิทัลนี้จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลง (Change) และการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovation and Thinking different) เพื่อให้การทำงานสามารถรับมือกับสถานะการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** การจัดการท่องเที่ยวไทย; New Normal

### Abstract

The situation of the COVID-19 outbreak made tourism business in Thailand come to stop. Management of Thai tourism in the New Normal era must adapt to survive. By studying secondary data related to the tourism industry. Data were analyzed with descriptive statistics from tourism sources by analyzing the tourism management model of Thailand. The objective is to be a guideline for adaptation

---

\*Received May 24, 2021; Revised July 7, 2021; Accepted July 20, 2021

and behavior of Thai people after the COVID crisis in Thailand. as a guideline for tourism management as an important measure that all sectors. The results of the study revealed that tourism measures were categorized into 2 groups is a group of entrepreneurs and a group of service recipients and the tourism management model according to Bill Gross's economic crisis management principles should be changed in a way that is based on "Solving problems and planning to reduce uncertainty" to a fast-paced world with "participation Continuous development does not stand still and is quick to make decisions as well as the proactive work of Leaders in this digital age need to be aware of the importance of change and innovative thinking (Innovation and Thinking different) to enable work to cope with current changing conditions effectively.

**Keywords:** Tourism Management Thailand; New Normal

## บทนำ

สำหรับประเทศไทย ถือว่าเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสมบูรณ์และความหลากหลายทางทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย นอกเหนือไปจากจุดเด่นทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ สถานที่และแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นแล้ว ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ เช่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่และภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นต้นถือว่าเป็นสิ่งที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นำไปสู่ความสามารถสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้แก่ประเทศ (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ นับตั้งแต่ปลายปี 2019 ได้เกิดสถานการณ์โรคระบาด การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) ได้แพร่อย่างรวดเร็วและกว้างขวางไปหลายประเทศทั่วโลกซึ่งมีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก ประกอบกับองค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดของโรคโควิด 19 เป็นการระบาดใหญ่ (Pandemic) ประเทศไทยมีความเสี่ยงอย่างยิ่งที่จะเกิดการติดต่อของโรคโควิด 19 ที่มากับผู้เดินทางซึ่งมาจากกลุ่มประเทศที่มีพรมแดนติดกับประเทศไทยหรือประเทศที่มีพรมแดนติดกับกลุ่มประเทศดังกล่าวซึ่งมีสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 อย่างต่อเนื่อง จึงมีประกาศกำหนดให้ท้องถิ่นนอกราชอาณาจักรที่เกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นเขตติดโรคติดต่ออันตรายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เพิ่มเติม (ราชกิจจานุเบกษา, 2563) การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกชะลอตัวกว่าที่คาดไว้เดิมมาก ภาคการท่องเที่ยวและการส่งออกของไทยได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ประเทศที่ได้รับผลกระทบหนักจากการแพร่ระบาดเป็นวงกว้างของโควิด-19 นั้นยังไม่อาจคาดการณ์ได้ว่าจะสิ้นสุดเมื่อไหร่

(ธนาคารกรุงไทย, 2563) สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสสายพันธุ์ใหม่ ส่งผลกระทบต่อทั้งเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจไทย ทำให้จีดีพีไทยจะลดลงจากประมาณการเดิมโดยผลกระทบรุนแรง ในภาคการท่องเที่ยว ธุรกิจบันเทิง สันทนาการ และสิ่งทอ (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2563) ต้องเผชิญกับปัญหาจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เหนือความคาดหมาย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมาก ส่งผลกระทบรุนแรงต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวภาคการท่องเที่ยวเป็นการประกอบตัวเพื่อความอยู่รอดโดยจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือด้านสภาพคล่องจากทั้งภาครัฐและสถาบันการเงิน (บอสแม็กกาซีน, 2563)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่จะได้รับผลกระทบด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก เนื่องจากไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวในประเทศ และจากต่างชาติรวมกันมากเป็นอันดับ 2 ของโลก ทำให้มองว่าในกรณีของ Covid-19 ที่การแพร่ระบาดลุกลามจากจีนและเอเชีย และรุนแรงไปสหรัฐอเมริกา และยุโรป ผลกระทบจะรุนแรงกว่ากรณีซาร์สมาก โดยทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทยลดลงอย่างมาก (กอบสิทธิ์ ศิลปะชัย, 2563) ธุรกิจบางประเภท ได้รับผลกระทบมากกว่าธุรกิจอื่น โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีปริมาณมากในปัจจุบัน เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและที่พักร้านอาหารและภัตตาคาร ได้รับผลกระทบก่อนธุรกิจอื่น ๆ ความไม่มั่นใจในนโยบายทางเศรษฐกิจ และการเลิกจ้างงานจากการปิดกิจการชั่วคราว (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) อันส่งผลต่อรายได้และการใช้จ่ายของผู้บริโภค การซื้อสินค้าและบริการที่มีภาระผูกพันระยะยาว เช่น อสังหาริมทรัพย์ หรือสินค้าทุน มีการชะลอการลงทุนของธุรกิจจนกว่าจะมั่นใจ ผลกระทบย้อนกลับมาหาปริมาณการผลิตสินค้าและบริการ จากการลดลงของความต้องการในข้อ ธุรกิจปรับตัวลดกำลังการผลิตตามความต้องการที่ลดลง จนกระทั่งบางธุรกิจต้องปิดกิจการลดภาระค่าใช้จ่ายเพื่อรักษาสภาพคล่องไว้รอให้สภาพเศรษฐกิจกลับมาฟื้นตัว ผลกระทบย้อนกลับมาหาความต้องการในสินค้าและบริการ จากการปิดกิจการของธุรกิจ ผู้บริโภคตกงานหรือถูกลดเงินเดือน ทำให้ผู้บริโภคชะลอการบริโภค ความต้องการลดลง (คมน์ พันธรัักษ์, 2563) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและยังคงมีอีกหลายมิติที่จะปรับเปลี่ยนไป เช่น มิติทางด้านสิ่งแวดล้อมมิติทางด้านความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศเพื่อสร้างความแตกต่าง/หลากหลาย ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ฯลฯ ที่จะต้องร่วมกันกำหนดมาตรการรองรับ (โพสต์ทูเดย์, 2563) และผู้ประกอบการควรปรับตัวและนำมาปรับใช้ คือ ต้องหาจุดเด่นของธุรกิจ ทำให้ธุรกิจมีความ Unique เช่น ธุรกิจโรงแรมจับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่ชอบ Eco-Friendly ชอบประสบการณ์ใหม่ ๆ การพบเจอกับคนท้องถิ่น ติดตามนโยบายภาครัฐอย่างต่อเนื่อง (นครินทร์ วนกิจไพบูลย์, 2563)

จากความเป็นมาและปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้เขียนจึงทำการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยุค New Normal เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวและพฤติกรรมของคนไทยหลังภาวะวิกฤติโควิดของไทย เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นมาตรการสำคัญกับทุกภาคส่วน

## ยุควิถีปกติใหม่ (New Normal)

คำว่า New Normal หรือ New Norm ถือว่าเป็นคำที่บัญญัติขึ้นมาใหม่ หมายถึง “ความปกติใหม่” หรือ “ฐานชีวิตใหม่” คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ ที่แตกต่างจากการดำเนินชีวิตแบบเดิมในอดีต เนื่องจากว่ามีบางสิ่งมากระทบการดำรงชีวิต ซึ่งการปรับตัวทั้งการดำรงชีวิตประจำวัน การออกไปข้างนอก นอกจากทุกคนต้องปรับตัวแล้ว สิ่งที่ยากขึ้นคือธุรกิจต่าง ๆ ก็ต้องปรับตัวครั้งยิ่งใหญ่เช่นกัน การใช้ชีวิตแบบ “Social Distancing” ก็ถือว่าเป็นการใช้ชีวิตแบบ “New Normal” ซึ่งเป็นแนวทางที่หลากหลาย ๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนชุดพฤติกรรม ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้เราต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก จากที่เราเคยออกจากบ้าน เพื่อไปทำงาน ไปโรงเรียน เราต้องหันมาทำทุกอย่างที่บ้าน หากมีความจำเป็นต้องออกจากบ้าน หรือแม้กระทั่งไปพบแพทย์ ต้องใส่หน้ากากเพื่อป้องกันโรค ต้องเว้นระยะห่างสำหรับบุคคล ล้างมือบ่อยๆ นาน 20 วินาที เช็ดมือด้วยแอลกอฮอล์ ฯ รวมถึงการปรับเปลี่ยนทางด้านธุรกิจและบริการต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน จึงต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การเปิดระบบลงทะเบียนออนไลน์ การใช้ระบบซื้อขายและบริการทางออนไลน์ สิ่งนี้ เกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อจำต้องปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความพอใจ ในที่สุดทั้งหมดนี้ก็ได้กลายเป็น New Normal ในสังคม (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563)

ดังนั้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิม ๆ โดยสร้างเสริมปรับหาวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อควบคู่ไปกับการพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจ นำไปสู่การสรรค์สร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์ วิธีการจัดการ ตลอดจนพฤติกรรมที่เคยทำมาเป็นกิจวัตร เกิดการป่วยเบนออกจากความคุ้นเคยอันเป็นปกติมาแต่เดิมในหลายมิติ ทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย การรักษาสุขอนามัย การศึกษาเล่าเรียน การสื่อสาร การทำธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งสิ่งใหม่เหล่านี้ได้กลายเป็นความปกติใหม่ ๆ จนในที่สุด เมื่อเวลาผ่านไปจนทำให้เกิดความคุ้นชินก็จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคม

## การจัดการท่องเที่ยวในยุค New Normal

การจัดการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด New normal ของบิลล์ กรอส (Bill Gross, 2019) ที่กำหนดองค์ประกอบในการจัดการเศรษฐกิจในยุค New normal พบว่า

1. การปรับตัวของบริษัทและองค์กรต่าง ๆ ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือ (Digital transformation) การปรับตัวของบริษัทและองค์กรต่างๆ ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในการติดต่อสื่อสารกับคนในองค์กร หรือการ

สื่อสารกับลูกค้า การส่งสินค้า การรับส่งออเดอร์ผ่าน Digital, Social media ต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากปีที่แล้ว ที่มี Disruptive Technology มาเป็นตัวเร่ง หลายองค์กรที่เคยวางแผนที่จะนำเทคโนโลยี และระบบการทำงานแบบใหม่ๆ มา ก็ได้นำมาปรับใช้อย่างรวดเร็วในช่วงนี้

2. พฤติกรรมมนุษย์ (Human Behavior) ที่เปลี่ยนไปในชีวิตประจำวัน ซึ่งส่วนใหญ่เราจะเห็นว่า เทคโนโลยีใหม่ๆ หรือบริการที่เพิ่มความสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็น Grab, line, การประชุม สัมมนา ผ่าน zoom และ Application ต่างๆ ที่มักจะแพร่หลายกันในหมู่ gen Y แต่ตอนนี้ไม่ว่า Gen BB, X ก็ใช้กันเป็นปกติแบบใหม่

3. การเตรียมตัวให้พร้อม และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Work from Home) จากเดิมที่องค์กรต่างๆ ทำงานที่ทำงาน เพิ่มตึก เพิ่ม ออฟฟิศ เมื่อมีพนักงานใหม่ แต่เมื่อวิกฤติโควิดมา ทำให้การทำงานที่บ้าน Work from home เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หลังจากนี้หลายๆคนวางแผนมานานว่า จะทำให้มีการ Work from home แต่ตอนนี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

4. การปรับเปลี่ยนและพัฒนาตัวเอง (Mindset) ของคนที่เปลี่ยนไป หลายคนได้เกิด Growth Mindset หลายคนออกจาก Comfort Zone มาสู่ Growth Zone ได้ด้วยวิกฤตินี้เอง ไม่ว่าจะเป็น Mindset เกี่ยวกับเรื่องงาน ที่เคยคิดว่าตัวเองมีความสามารถแค่ไม่กี่อย่าง แต่หลายคนสามารถที่จะทำงานที่ 1,2,3,4 .... ได้เพื่อเลี้ยงชีพ

สอดคล้องกับหลักแนวความคิดการเปลี่ยนแปลงตามสภาวะ "VUCA world" ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จนเหมือนเป็นเรื่องธรรมดาๆ บางครั้ง หรือเรียกว่า "The New Normal หรือ ความเป็นปกติแบบใหม่" จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่หัวหน้าและผู้นำในองค์กรต้องสามารถเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง สร้างศักยภาพ ความสามารถ และพัฒนาพนักงานให้มีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงตลอดจนการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ภายใต้สภาวะ The New Normal หรือ ความเป็นปกติแบบใหม่ในเปลี่ยนแปลงแนวทางที่อิงกับการ "แก้ปัญหาและการวางแผนเพื่อลดความไม่แน่นอน" ไปสู่ โลกที่มีการขับเคลื่อนอย่างรวดเร็ว ด้วย "การมีส่วนร่วม การพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง และรวดเร็วในการตัดสินใจ ตลอดจนการทำงานเชิงรุก" ผู้นำในยุคดิจิทัลนี้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลง (Change) การคิดเชิงนวัตกรรม (Innovation and Thinking different) เพื่อให้การทำงานสามารถรับมือกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพพบว่า

1. วิสัยทัศน์ (Vision) ผู้นำทางธุรกิจ ต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และทันต่อเหตุการณ์ เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และตอบสนองได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนอย่างรวดเร็ว โดยการสื่อสาร (COMMUNICATE) กับทีมงาน และคนในองค์กร การสื่อสารที่ชัดเจน และทำให้ทุกคนเห็นเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กรให้เป็นภาพเดียวกัน และรู้ว่าจะก้าวเดินไปในทิศทางใด โดยเชื่อมั่น (Trust) เชื่อมั่นและไว้วางใจในตัวเองและผู้อื่น และให้การสนับสนุนการเติบโตทั้งทางความคิด (Growth Mindset) และการทำงานสไตล์ใหม่ๆ

ในทางเดียวกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งเราจะเห็นว่าในการทำงาน แบบ Work from home ในตอนนี้ ทั้งผู้นำ และทีมงานเองต้องมีความเชื่อมั่น เชื่อใจซึ่งกันและกันเป็นอย่างมากในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ เหมือนกับการทำงานในออฟฟิศ เพื่อให้ได้ผลปฏิบัติงานที่ดีและเต็มที่ต่อองค์กรได้ มุ่งมั่น (Focus) มุ่งมั่นและมั่นใจว่าทีมของคุณมีความสามารถและก้าวไปด้วยกัน กับทิศทางขององค์กร ทำงานเชิงรุก (Proactive) ทั้งด้านการวางแผนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในกรณีที่ดีที่สุด และในกรณีที่แย่ที่สุด เหมือนเช่นในตอนนี้ที่มีวิกฤติโควิด หลังจากนั้นคงต้องมีการวางแผนใหม่ให้กับองค์กรด้วย

2. การปรับเปลี่ยนมุมมองและยืดหยุ่น (Change and Flexible) ทำความเข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อนขององค์กร ชัดความสามารถและกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อปรับเปลี่ยนทั้งมุมมอง แนวคิด แนวทางในพัฒนาองค์กร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคน ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร ตลอดจนแนวทางที่ต้องการจะก้าวไปถึง ทั้งนี้ ผู้นำจำเป็นต้องเข้าไปมีส่วนร่วมร่วมกับพนักงาน ลูกค้า และ stakeholder เพื่อรับฟังข้อมูลและความคิดเห็นที่เสริมสร้างมุมมองใหม่เพื่อสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ ซึ่งเป็นความเป็นปกติแบบใหม่ ประกอบด้วย อยากรู้อยากเห็น (CURIOSITY) - เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ใช้คำถามปลายเปิด หรือคำถามแบบโค้ช เปิดใจ stakeholder เพื่อให้ได้ข้อมูลใหม่ๆ มาพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ในองค์กร เอาใจใส่ (EMPATHY) - ใส่ใจกับทีมงาน เพื่อให้ได้ใจ และการร่วมมือร่วมใจอย่างต่อเนื่อง และเปิดใจ (OPEN MIND) เปิดใจเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อได้ไอเดียเชิงสร้างสรรค์มาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3. ชัดเจนกระจ่าง (Clarify) ในยุคที่ระบบและองค์กร สภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อนที่มากขึ้นเรื่อย ๆ มีปัจจัยมากมายและซับซ้อนต่อการตัดสินใจ (Multiple key decision factors) การสร้างเสริมความชัดเจนในนโยบายและกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง เพื่อให้การตัดสินใจของผู้นำทันต่อเหตุการณ์ โดย การจัดระบบให้เรียบง่าย (SIMPLIFY) - ลดความซับซ้อนของระบบ และเน้นประเด็นหลักๆ ที่เป็นแก่นขององค์กรจริงๆ ไม่เสียเวลากับระบบหรือขั้นตอนที่ไม่สร้างคุณค่าให้กับองค์กร ตระหนักรู้ (Awareness) - ใช้สัญชาตญาณ และประสบการณ์ในการทำงาน และตัดสินใจ การคิดเชิงระบบ (SYSTEMS THINKING) เพื่อให้ได้มุมมองแบบองค์รวม แล้วแยกย่อยออกมาเป็นส่วนต่างๆ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจน

4. ความว่องไว (Agility) ต่อการเปลี่ยนแปลง ผู้นำที่ยืดหยุ่นและมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะสามารถรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินได้ โดยที่ยังคงเป้าหมายและวิสัยทัศน์ขององค์กรยังอยู่ โดยการตัดสินใจ (DECISIVENESS) - ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและตัดสินใจด้วยความมั่นใจการพัฒนานวัตกรรม (innovation) เรียนรู้ปัญหาของลูกค้า ใส่ใจกับผู้คน แล้วพัฒนานวัตกรรมใหม่ออกมาเพื่อแก้ปัญหาเหล่านั้น การให้อำนาจ (EMPOWER) การทำงานสร้างเครือข่าย การทำงานร่วมกัน และการสนับสนุนทำให้ผู้อื่นสามารถทำงานได้อย่างยอดเยี่ยม ไม่ว่าจะทำงานที่บ้าน

## การบริหารจัดการจัดการท่องเที่ยวประเทศไทย ยุค New Normal

การจัดการท่องเที่ยวประเทศไทยได้กำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ ขององค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทยในการช่วยให้ประเทศไทยสามารถรับมือกับโรคระบาดครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) จำกัดการแพร่เชื้อจากคนสู่คน รวมถึงลดการติดเชื้อทุติยภูมิ ในกลุ่มบุคคลที่สัมผัสใกล้ชิดกัน และผู้ปฏิบัติงานด้านสุขภาพ การป้องกันการลู่ลาม การแพร่เชื้อ และป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อทั้งในและนอกประเทศไทย 2) ระบุแยก และดูแลผู้ป่วยในระยะเริ่มต้น รวมถึงการให้การดูแลที่ดีที่สุด สำหรับผู้ป่วยติดเชื้อ 3) ให้ความกระจ่างในประเด็นที่ยังคลุมเครือ เช่น ความรุนแรงของโรคต่อผู้ป่วย ขอบเขตของการแพร่เชื้อ และการติดตาม แนวทางต่างๆ ในการรักษา และเร่งพัฒนาการวินิจฉัย การรักษา และวัคซีน 4) สื่อสารไปยังชุมชน เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงที่สำคัญและเหตุการณ์ต่าง ๆ และ 5) ลดผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจ ให้เหลือน้อยที่สุดผ่านการร่วมมือกับหลายภาคส่วน โดยมีการกำหนดมาตรการด้านการท่องเที่ยวไว้ 2 กลุ่ม (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การกำหนดมาตรการด้านการท่องเที่ยวยุค New Normal

| ผู้ประกอบการ/ผู้ให้บริการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | นักท่องเที่ยว/ผู้รับบริการ                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย<br>2.บันทึกประวัติผู้ให้บริการและผู้รับบริการ หรือนักท่องเที่ยว<br>3.สวมใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือตลอดเวลา<br>4.จัดให้มีสถานที่ล้างมือและจุดบริการแอลกอฮอล์<br>5.มีระบบจัดการขยะ และของเสียที่ถูกสุขอนามัย<br>6.เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร<br>7.กำหนดแนวเส้นการใช้บริการอย่างชัดเจน<br>8.เพิ่มความถี่ในการทำความสะอาด | 1.ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย<br>2.สวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา<br>3.เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร<br>4.ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์บ่อยครั้ง<br>5.เปลี่ยนการชำระเงินด้วยเงินสดเป็นระบบโอนเงิน พร้อมเพย์ e Wallet |

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวก่อนยุค New Normal และในยุค New Normal จะมีการเปลี่ยนแปลง 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. การจัดการด้านการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขภาพของทุกคน บุคลากรด้านการท่องเที่ยวต้องมีความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวยุค New Normal ตามมาตรฐาน SHA ของกระทรวงสาธารณสุข

2. ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางเองโดยส่วนตัว ไปแบบครอบครัว สถานที่พัก ร้านอาหาร ก็เลือกแบบที่ได้รับมาตรฐาน SHA ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยว จะคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขภาพเป็นสำคัญ

3. ด้านราคา ด้วยการคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสาธารณสุขเป็นสำคัญ มีการเว้นระยะห่าง เป็นการเดินทางแบบครอบครัวปริมาณนักท่องเที่ยวจำนวนไม่มาก ทำให้ต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยวสูงขึ้น

ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบการจัดการท่องเที่ยวก่อน และยุค New Normal

| ก่อน New Normal                                                                                                                                                                                           | New Normal                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>การจัดการด้านการท่องเที่ยว</b><br>บุคลากรด้านการจัดการ การท่องเที่ยว ต้องมีความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยว                                                                                              | <b>การจัดการด้านการท่องเที่ยว</b><br>บุคลากรด้านการจัดการ การท่องเที่ยว ต้องศึกษาอบรมและมีความรู้ด้านความปลอดภัยตามมาตรฐาน SHA ของกระทรวงสาธารณสุข                                                                                                                                                                    |
| <b>ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว</b><br>นักท่องเที่ยว ใช้พาหนะรถตู้ , รถบัส นั่งเต็มที่นั่งตามปกติ , โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ก็เลือกโรงแรมที่ตอบสนองความต้องการโดยเฉพาะด้านนันทนาการ เป็นหลัก | <b>ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว</b><br>นักท่องเที่ยวเปลี่ยนมาเดินทางเองโดยใช้รถส่วนตัว ไปกันแบบครอบครัว เป็นกลุ่มเล็ก ๆ หากไปแบบรถบัสก็จะนั่งแบบรักษาระยะห่าง โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร จะยึดมาตรฐาน SHA เป็นหลัก ส่วนกิจกรรมท่องเที่ยว จะเน้นพักผ่อน หรือ สถานที่ ที่ไม่แออัด มีการบริหารจัดการด้านสาธารณสุขที่ดี เป็นต้น |
| <b>ด้านราคา</b><br>การเดินทาง จะเดินทางเป็นหมู่คณะ เดินทางโดยพาหนะคันเดียวกัน และเดินทางแต่ละครั้งจำนวนมาก เป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้มีค่าใช้จ่ายต่ำ                                                       | <b>ด้านราคา</b><br>ด้วยการเดินทางเป็นแบบ ครอบครัว กลุ่มเล็ก ๆ บวกการบริหารจัดการด้วยความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ส่งผลให้ต้นทุนค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ สูงขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวต้องมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น                                                                                                   |

## สรุป

การจัดการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ต้องมีการเตรียมการวางแผนเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการปรับตัวเข้าสู่วิถีชีวิตใหม่การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน

ชุมชน และนักท่องเที่ยว ต้องใช้การมีส่วนร่วมและความร่วมมือร่วมใจกันดำเนินการท่องเที่ยวตามมาตรการการท่องเที่ยวยุค New Normal ที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

1. ภาครัฐจะต้องมีการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนเกี่ยวกับมาตรการการท่องเที่ยวยุค New Normal
2. ภาคเอกชน ปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด ร่วมจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และให้องค์ความรู้การจัดการท่องเที่ยว
3. ชุมชน ร่วมจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและพัฒนาตนเองในการรองรับนักท่องเที่ยวยุค New Normal
4. นักท่องเที่ยว ปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุค New Normal



**ภาพที่ 1** การจัดการท่องเที่ยวไทยในยุค New Normal

เมื่อภาครัฐกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวยุค New Normal ต้องทำตามมาตรฐานต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด เพื่อให้ทุกคนปลอดภัยแลการท่องเที่ยวเดินทางต่อไปได้ ส่งผลให้เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวกลับเข้าสู่ประเทศไทย เมื่อใดที่สถานการณ์ปลอดภัยรัฐบาลอนุญาตให้ปลดล็อกการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องผ่านการฉีดวัคซีนจึงจะสามารถเดินทางได้ โดยมีใบอนุญาตจากแพทย์การเดินทางยังต้องอยู่ในการควบคุมเพื่อป้องกันการระบาดซ้ำ พฤติกรรมการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไป ชุมชนต้องปรับการจัดการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนโยบายการป้องกันโรคระบาด และภาคเอกชนต้องเข้ามามีการร่วมหารือเพื่อหาวิธีการฟื้นฟูภาคท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น สายการบิน โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทท่องเที่ยวและอื่น ๆ รวมถึงต้องมีกลยุทธ์ในการบูรณาการส่งเสริม ป้องกันสุขภาพจิตเชิงรุกและควบคุมปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพจิต

ในสถานการณ์ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พัฒนาคุณภาพระบบบริการสุขภาพจิตและจิตเวชในสถานการณ์ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พัฒนาระบบการสื่อสารความเสี่ยงด้านสุขภาพจิต และสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพจิต พัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงาน พัฒนาระบบส่งเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ พัฒนาและติดตั้งวัคซีนใจให้บุคคล ครอบครัว ชุมชนเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ชีวิตวิถีใหม่ และปรับตัวรองรับวิถีชีวิตใหม่ที่จะกลายเป็นรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวทั่วโลกด้วย

## เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *ประชุมรัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียนสมัยพิเศษว่าด้วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*. สืบค้น 10 เมษายน 2564, จาก <https://www.mots.go.th/index.php>.
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2563). *New Normal*. สืบค้น 7 เมษายน 2564, จาก <http://www.tosh.or.th/covid-19/index.php/new-normal>.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่*. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2564, จาก <https://www.ddc.moph.go.th>.
- กอบสิทธิ์ ศิลปชัย. (2563). *แนวโน้มเศรษฐกิจ*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกสิกรไทย.
- คมน์ พันธรักษ์. (2563). *การบริหารธุรกิจ SMEs ในช่วงวิกฤต ของโรคระบาด COVID-19*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารกรุงไทย. (2563). *แนวโน้มธุรกิจท่องเที่ยวใน ปี 2020*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกรุงไทย.
- นครินทร์ วงกิจไพบูลย์. (2563). *ท่องเที่ยวไทย2562 ยังไหวไหม ธุรกิจไทยควรปรับตัวอย่างไร*. สืบค้น 2 มีนาคม 2564, จาก <https://youtu.be/sTzVLA6lmMU>.
- บอสแม็กกาซีน. (2563). *ทิศทางเศรษฐกิจไทย ปี 2563*. *วารสารบอสแม็กกาซีน*, 1, 5.
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ท้องที่นอกราชอาณาจักรที่เป็นเขตติดโรคติดต่ออันตรายกรณีโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)). (2563, 15 พฤษภาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 137 ตอนพิเศษ 114 ง. หน้า 21.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2563). *ประเทศไทยกับการรับมือ และสื่อสารภาวะวิกฤติจากผลกระทบของไวรัสสายพันธุ์ใหม่*. กรุงเทพฯ: EXPERT COMMUNICATIONS.
- โพสต์ทูเดย์. (2563). *อุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ไทย) จากนั้นไปจะเป็นอย่างไร?* . สืบค้น 2 มีนาคม 2564, จาก <https://posttoday.com/finance-stock/columnist/621408>