



รายงานการศึกษากลุ่ม
(Group Project)

เรื่อง การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ และฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19

จัดทำโดย กลุ่มที่ 9 รุ่นที่ 94

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 94
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.
ประจำปี 2564
ลิขสิทธิ์ของสำนักงาน ก.พ.



รายงานการศึกษากลุ่ม (Group Project)

เรื่อง การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ และฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19

จัดทำโดย กลุ่มที่ 9 รุ่นที่ 94

- | | |
|------------------|-----------------|
| 1. นายสุรพล | ศรีเฮือง |
| 2. นางสาวสิมาลัย | สังข์นุช |
| 3. นางปราณี | ประทุมมา |
| 4. นายพงศ์ไท | ไทย์อิน |
| 5. นางพรพิณี | บุญบันดาล |
| 6. นายธีรพล | ศรีโมรา |
| 7. นายธนู | สุวรรณโน |
| 8. นางสาวพัชชา | วุฒิพันธ์ุ์ |
| 9. นายพินิจ | ผุดไชตุ |
| 10. นายวิทยา | วัฒนเรืองโกวิท |
| 11. นางสาวนิลกุล | รังษีธรรมานุกูล |

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 94
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.
ประจำปี 2564
สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน



(หน้าอนุมัติ)
สำนักงาน ก.พ.

เอกสารรายงานการศึกษากลุ่มนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตร
นักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรมของสำนักงาน ก.พ.

ดร. วัชรวิชญ์ กীরตดุสิตโรจน์
อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร. ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร
อาจารย์ที่ปรึกษา

นายสุรพันธ์ ปุสสเด็จ
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปผู้บริหาร

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมากโดยในปี 2562 ธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยมีมูลค่าสูงถึง 3.015 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.84 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศแต่จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด 19) ในปี 2563 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงเป็นจำนวนมาก โดยในไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงเหลือ 6.7 ล้านคน จากจำนวน 10.4 ล้านคนในไตรมาสก่อนหน้า และลดลงจนเป็นศูนย์ในไตรมาสที่ 2 ก่อนที่จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เข้ามาในประเทศเพียงเล็กน้อยในไตรมาสที่ 3 และไตรมาสที่ 4 ส่งผลให้ตลอดทั้งปี 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศรวมทั้งสิ้นเพียง 6.7 ล้านคน ลดลงร้อยละ 83.2 จากจำนวน 39.8 ล้านคนในปีก่อนหน้า ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยในปี 2563 มีมูลค่าเพียง 792,534.21 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 70.95 จากปี 2562 ซึ่งมีมูลค่า 2,727,903.84 ล้านบาท และคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2564 ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 2.3 ต่อปี โดยสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) และสถาบันวิจัยต่าง ๆ ได้ออกมาคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวทั่วโลกจะสามารถฟื้นตัวในปี 2567 โดยจีนน่าจะฟื้นก่อนในช่วงปี 2566 และอาจจะเริ่มมีการเปิดการเดินทางท่องเที่ยวแบบจับคู่ประเทศหรือกลุ่มประเทศ (bubble travel) ซึ่งจะสามารถดำเนินการได้ระหว่างประเทศที่มีประชากรได้รับฉีควัคซีนในสัดส่วนสูง

จากรายงานของ United Nation คาดว่าภายในปี ค.ศ 2050 หนึ่งในหกของประชากรโลกจะมีอายุมากกว่า 65 ปี โดยมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 16 ของประชากรโลก เพิ่มขึ้นจากหนึ่งในสิบเอ็ดหรือร้อยละ 9 ในปี ค.ศ. 2019 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุโรป และอเมริกาเหนือ ซึ่งจะมีสัดส่วนของประชากรสูงวัยมากถึง 1 ใน 4 ทำให้ในระยะ 10 ปีข้างหน้า การดูแลสุขภาพและการรักษาพยาบาลมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงสู่การดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Care) มากขึ้น คณะผู้จัดทำรายงานจึงได้ร่วมกันกำหนดข้อเสนอในเชิงนโยบาย ภายใต้ชื่อ การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยเพื่อสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19 โดยมีเป้าหมายหลักในปี 2566 – 2570 คือ **“การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยของประเทศไทย ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และสามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ”** ภายใต้ตัวชี้วัด รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากผู้สูงวัยเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ต่อปี และอันดับด้านรายได้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของประเทศไทยโดย Global Wellness Institute ดีขึ้นมาอยู่ลำดับที่ 10 โดยมีเป้าหมายรอง 4 ด้าน ได้แก่ **เป้าหมายรองที่ 1** โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และบุคลากรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยในแหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างครบถ้วนและทั่วถึง ประกอบด้วยกิจกรรมการจัดการด้านอารยสถาปัตย์ เพื่อการพัฒนาอาคารสถานที่ แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ คนพิการ และคนทุพพลภาพ และกิจกรรมที่ 2 การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และส่งเสริมภาคเอกชนในการพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุโดยเฉพาะ (elderly user friendly) **เป้าหมายรองที่ 2** เชื่อมโยงภาคการเกษตรและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงวัย ประกอบด้วยกิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์ กิจกรรมการเชื่อมโยงตลาดเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย และกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีผลิตภัณฑ์จากหม่อนไหมเป็นสินค้าแชมเปียน (Product Champion) และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ **เป้าหมายรองที่ 3** บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายในการให้บริการทั้งด้านการแพทย์และด้านจิตใจ เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงวัย ประกอบด้วยกิจกรรมการให้บริการคำปรึกษาทางการแพทย์ กิจกรรมการฟื้นฟูสุขภาพ

ด้วยการแพทย์และการแพทย์แผนไทย และกิจกรรมการดูแลร่างกายและจิตใจ เช่น การนวดแผนไทย นั้งสมาธิ การทำบุญ และเป้าหมายรองที่ 4 นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยคุณภาพดีเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น มีการใช้จ่ายและมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้น ประกอบด้วยกิจกรรมการทำตลาดเชิงรุกเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย

โดยมีข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy advocacy) ประกอบด้วย การเพิ่มจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสูงวัยอยากมาสัมผัส โดยกำหนดให้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มีการดำเนินงานปรับสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุในการเดินทางท่องเที่ยว มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการแบบโฮมสเตย์ที่มีกิจกรรมตาม Life Style รองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีการพัฒนาอารยสถาปัตยกรรม Universal Design) แบบมีส่วนร่วมโดยเปิดโอกาสให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม มีส่วนร่วมในการลงทุน (PPP) อำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวสูงอายุให้เข้าถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีการให้คำปรึกษาทางการแพทย์แบบทางไกล (Tele-Medicine) เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาอีกครั้งในปีต่อไป มีการจัดทำข้อมูลราคามาตรฐานการให้บริการควบคู่กับการพัฒนาระบบการชำระเงินผ่านทางระบบ Electronics มีการจัดทำบัตรสะสมคะแนน เพื่อมอบสิทธิพิเศษให้กับนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีการดึงเอกลักษณ์และจุดเด่นความเป็นไทยที่ไม่เหมือนชาติใดในโลก สร้างจุดขาย เช่น อาหารท้องถิ่นไทยเชื่อมโยงวิถีชีวิตทางการเกษตร อาหารสุขภาพและอาหารสมุนไพรเชื่อมโยงกับวิถีอาหาร Organics / Herbs และกลุ่ม Vegetarian การนำภูมิปัญญา วัฒนธรรม และประเพณีเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางศาสนา เพื่อสร้างการเรียนรู้ใหม่ให้นักท่องเที่ยวผู้สูงวัย ในวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของไทย และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและสถานที่ Unseen Thailand ให้นักท่องเที่ยวสูงวัยเดินทางเข้าถึงได้สะดวก

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษากลุ่มฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับสูง ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 94 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ของวิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ. ซึ่งการจัดทำรายงานกลุ่มฉบับนี้จะไม่สำเร็จลุล่วงไปได้ หากปราศจากความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจากวิทยากรประจำหลักสูตรทุกท่าน และที่สำคัญคือ การได้รับความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก อาจารย์วัชรวิชัย กิรติคุสติโรจน์ อาจารย์ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร และอาจารย์สุรพันธ์ อูสเสด็จ อาจารย์ที่ปรึกษาในการให้คำแนะนำ ตรวจสอบและชี้แนะแนวทางการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมทั้งติดตามความก้าวหน้าของการจัดทำรายงานกลุ่มอย่างใกล้ชิด ส่งผลให้รายงานกลุ่มฉบับนี้มีความสมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยวของประเทศต่อไป

นอกจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษาและท่านวิทยากรแล้ว คณะผู้ศึกษาขอขอบคุณผู้บริหารของสถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ. ที่ให้คณะผู้ศึกษาได้มีโอกาสพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ และเป็นบันไดสู่ความก้าวหน้าในหน้าที่ราชการในอนาคต รวมถึงคณะทำงานของสำนักงาน ก.พ. ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการอบรม และผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 94 ทุกคนที่แข่งขันประสบการณ์และแนวคิดในระหว่างการอบรม ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดทำรายงานฉบับนี้

ท้ายที่สุดคณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำเสนอต่อไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุต่อไป

คณะผู้จัดทำ กลุ่มที่ 9

กันยายน 2564

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง-จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญแผนภาพ	ซ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญแผนภูมิ	ญ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ฎ
1. สภาพทั่วไปของปัญหา	1
2. การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต	5
3. แนวทางแก้ปัญห และ/หรือ การพัฒนา	11
4. การนำแนวทางบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ	27
5. สรุปในภาพรวม	33
บรรณานุกรม	37
คณะผู้จัดทำ	38

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ประเทศที่มีอัตราการฉีดวัคซีนต่อประชากรรวมสูงสุด	5
ตารางที่ 2	ความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายหลักกับ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ และกรอบร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13	14
ตารางที่ 3	การบูรณาการระหว่างกระทรวงการต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	23
ตารางที่ 4	แผนปฏิบัติการแปลงแผนสู่การปฏิบัติ	27
ตารางที่ 5	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	29
ตารางที่ 6	ความเสี่ยงและแนวทางบริหารจัดการความเสี่ยง	30

สารบัญภาพ

แผนภาพที่ 1	ตัวอย่างสินค้ากรรมหม่อนไหมที่จะส่งเสริมให้เป็นสินค้าแชมป์เยี่ยม	20
แผนภาพที่ 2	ภาพตัวอย่างกลุ่มเน็ตไอดอล “แกลม-มาร์ส” ในจีน	24
แผนภาพที่ 3	ขั้นตอนได้การเปลี่ยนแปลงและการเติบโตแบบก้าวกระโดดที่มั่นคง ของกิจกรรมต่าง ๆ	24

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1	ค่าใช้จ่ายต่อทริปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาไทยเพิ่มขึ้น/ ลดลงมากที่สุด 5 กลุ่มประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2562	2
แผนภูมิที่ 2	จำนวนและรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายไตรมาสและรายปี และประมาณการ	6
แผนภูมิที่ 3	ระยะเวลาที่แต่ละประเทศใช้ในการเปลี่ยนแปลงจากสังคมสูงวัย ไปสู่สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์	7
แผนภูมิที่ 4	คาดการณ์อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก IMF ในปี 2564	8
แผนภูมิที่ 5	กลุ่มจำนวนประชากรสูงวัยในภูมิภาคต่าง ๆ เปรียบเทียบระดับรายได้ประชาชาติ	9

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

สัญลักษณ์และคำย่อ	คำอธิบาย
GDP	Gross Domestic Products (ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ)
สภาพัฒน์	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ)
รพท.	ธนาคารแห่งประเทศไทย
UN	United Nation (องค์การสหประชาชาติ)
IMF	International Monetary Fund (กองทุนการเงินระหว่างประเทศ)
BCG	Bio Economy – Circular Economy – Green Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว)
อารยสถาปัตย์	การออกแบบและการจัดการให้มีสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างความเหมาะสมและปลอดภัยสำหรับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ โดยการคำนึงถึงลักษณะการเปลี่ยนแปลง ทางสภาพร่างกาย เช่น กระดูกเสื่อม หลังโค้งงอ หรือความบกพร่องทางร่างกายบางส่วน เช่น การมองเห็น (สายตารั่วมัว) การเคลื่อนไหว และการได้ยิน เป็นต้น ซึ่งส่งผลต่อการใช้ชีวิตด้วยตนเองของผู้สูงอายุ การจัดสภาพแวดล้อม หรือจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในสภาพแวดล้อมที่คุ้นเคย เช่น บ้าน ที่อยู่อาศัย อาคาร สถานที่ที่ผู้สูงอายุดำเนินกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น ทั้งในพื้นที่สาธารณะ เช่น ทางเดิน ระบบการคมนาคม ขนส่งมวลชน วัด ตลาด ศูนย์รวมผู้สูงอายุ สถานที่ในชุมชน หรือสถานที่ท่องเที่ยวทางสุขภาพ จะช่วยให้การใช้ชีวิตของผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้น

1. สภาพทั่วไปของปัญหา

1.1 ปัญหาและความท้าทาย

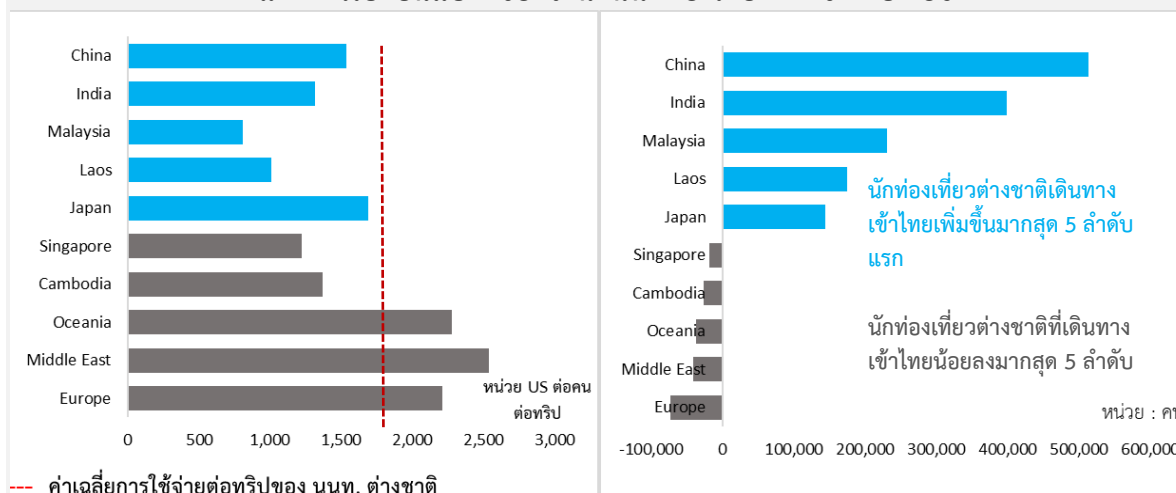
- การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทยอย่างมากโดยในปี 2562 ธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยมีมูลค่าสูงถึง 3.015 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.84 ของ GDP (สภาพัฒน์) โดยแบ่งเป็นรายรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมูลค่า 1.082 ล้านล้านบาท และรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมูลค่า 1.933 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.4 และร้อยละ 11.44 ต่อ GDP ตามลำดับ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีย้อนหลัง (2558 – 2562) เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10.1 ต่อปี โดยในปี 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งสิ้น 39.92 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 จากปี 2561 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

- การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด 19) ในปี 2563 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงอย่างมาก ในไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงเหลือ 6.7 ล้านคน จากจำนวน 10.4 ล้านคน ในไตรมาสก่อนหน้า และลดลงเป็นศูนย์ในไตรมาสที่ 2 ก่อนที่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพียงเล็กน้อยในไตรมาสที่ 3 และ 4 ส่งผลให้ตลอดทั้งปี 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศรวมเพียง 6.7 ล้านคน ลดลงร้อยละ 83.2 จาก 39.8 ล้านคนในปีก่อนหน้า รายได้จากการท่องเที่ยวของไทยในปี 2563 มีมูลค่าเพียง 792,534.21 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 70.95 จากปี 2562 ซึ่งมีมูลค่า 2,727,903.84 ล้านบาท และคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อขยายตัว GDP ในปี 2564 เหลือเพียงร้อยละ 2.3 ต่อปี และทำให้สัดส่วนรายรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงเหลือร้อยละ 2.11 ของ GDP ซึ่งทำให้ไทยขาดรายได้การท่องเที่ยว ประชาชนมีรายได้ลดลง ส่งผลกระทบต่อความอยู่ดีกินดีและความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม

- ไม่เพียงสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งเป็นปัญหาระยะสั้นที่ไทยประสบเท่านั้น แต่ภาคการท่องเที่ยวของไทยยังมีสัญญาณของปัญหาในเชิงโครงสร้างที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข อันเนื่องมาจากการขยายตัวของค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เติบโตในอัตราที่ต่ำกว่าการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว จากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า การเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยพึ่งพาจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าด้านราคา โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวร้อยละ 8 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวขยายตัวเพียงร้อยละ 2 ต่อปี นอกจากนี้ UNWTO ยังได้คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลกมีแนวโน้มขยายตัวชะลอลง และภาคการท่องเที่ยวโลกจะมีการแข่งขันรุนแรงขึ้น ภาคการท่องเที่ยวของไทยจึงไม่สามารถพึ่งพาเฉพาะการเติบโตในเชิงปริมาณเหมือนในอดีต และจำเป็นต้องมีการสร้างมูลค่าเพิ่มรวมทั้งความแตกต่างจากคู่แข่ง

- จากข้อมูลของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าในปี 2562 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยที่มีการลดลงมากที่สุดมากที่สุด 5 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากยุโรป ตะวันออกกลาง โอเชียเนีย กัมพูชา และสิงคโปร์ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางและยุโรปซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อทริปสูงกว่าค่าเฉลี่ยมาก หรืออยู่ที่ประมาณ 2,500 และ 2,200 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อทริป ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่เดินทางเข้ามาในไทยประกอบด้วย จีน อินเดีย มาเลเซีย ลาว และญี่ปุ่น ซึ่งรวมแล้วคิดเป็นสัดส่วนเกือบร้อยละ 55 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด ส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายต่อทริปต่ำกว่าค่าเฉลี่ยหรืออยู่ที่ประมาณคนละ 1,500 เหรียญสหรัฐ มีเพียงนักท่องเที่ยวจีนและญี่ปุ่นที่ยังเติบโตดีทั้งแง่ของจำนวนผู้เดินทางเข้ามา โดยมีการใช้จ่ายการท่องเที่ยวต่อทริปใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ย (ดังแสดงในแผนภูมิที่ 1)

แผนภูมิที่ 1 ค่าใช้จ่ายต่อทริปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาไทยเพิ่มขึ้น/ลดลงมากที่สุด 5 กลุ่มประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2562



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กราฟิก: นบส. รุ่น 94 กลุ่ม 9 (GP09)

1.2 ผลกระทบของปัญหา

- แรงงานในภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทุกระดับ เห็นได้จากผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ไตรมาสที่ 1 ของปี 2564 มีผู้ว่างงานทั้งสิ้นจำนวน 758,093 คน เป็นผู้ว่างงานที่เคยทำงานในภาคการท่องเที่ยวจำนวน 101,760 คน เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ในปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่มีผู้ว่างงานทั้งประเทศจำนวน 351,157 คน และเป็นผู้ว่างงานที่เคยทำงานในภาคการท่องเที่ยวจำนวน 22,360 คน ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยจึงจำเป็นต้องได้รับการฟื้นฟูโดยเร่งด่วนหลังวิกฤตโควิด

ทั้งนี้ ผลการประเมินของสำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้มีแรงงานถูกเลิกจ้าง โดยแรงงานในภาคการท่องเที่ยว ซึ่งมีประมาณ 3.9 ล้านคน (ไม่รวมสาขาการค้าส่งและการค้าปลีก) ได้รับผลกระทบจากการลดลงของนักท่องเที่ยวต่างชาติและการท่องเที่ยวในประเทศ ประมาณ 2.5 ล้านคน นอกจากนี้ ยังมีเด็กจบใหม่อีก 5.2 แสนคน ที่มีความเสี่ยงตกงาน ซึ่งสภาพพัฒนาฯ เผยว่าผลกระทบของภัยแล้งและโควิด-19 ต่อแรงงานจะเห็นผลชัดเจนในช่วงครึ่งปีหลัง โดยคาดว่าในปี 2563 อัตราการว่างงานจะอยู่ในช่วงร้อยละ 3-4 หรือตลอดทั้งปีมีผู้ว่างงานไม่เกิน 2 ล้านคน

- กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิดรุนแรง ประกอบด้วย ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และร้านอาหาร โดยธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร (เฉพาะวิสาหกิจที่จดทะเบียน) มีจำนวนรวมมากกว่า 22,000 บริษัท (ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า) ที่ได้รับผลกระทบ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศต่ำกว่าร้อยละ 30 ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนต้องเลิกหรือขายกิจการ ส่วนที่เหลือก็พยายามปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เช่น ลดราคาห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการโดยหารายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น เปิดให้บริการ Work From Hotel แทนการ Work From Home การให้บริการอาหาร ผ่านทางออนไลน์หรือแอปพลิเคชันสั่งอาหาร หรือให้บริการใช้เป็นที่กักตัว (Alternative State Quarantine: ASQ)

1.3 ผลกระทบของปัญหา

- แรงงานในภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทุกระดับ เห็นได้จากผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ไตรมาสที่ 1 ของปี 2564 มีผู้ว่างงานทั้งสิ้นจำนวน 758,093 คน เป็นผู้ว่างงานที่เคยทำงานในภาคการท่องเที่ยวจำนวน 101,760 คน เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ในปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่มีผู้ว่างงานทั้งประเทศจำนวน 351,157 คน และเป็นผู้ว่างงานที่เคยทำงานในภาคการท่องเที่ยวจำนวน 22,360 คน ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยจึงจำเป็นต้องได้รับการฟื้นฟูโดยเร่งด่วนหลังวิกฤตโควิด

ทั้งนี้ ผลการประเมินของสำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้มีแรงงานถูกเลิกจ้าง โดยแรงงานในภาคการท่องเที่ยว ซึ่งมีประมาณ 3.9 ล้านคน (ไม่รวมสาขาการค้าส่งและการค้าปลีก) ได้รับผลกระทบจากการลดลงของนักท่องเที่ยวต่างชาติและการท่องเที่ยวในประเทศ ประมาณ 2.5 ล้านคน นอกจากนี้ ยังมีเด็กจบใหม่อีก 5.2 แสนคน ที่มีความเสี่ยงตกงาน ซึ่งสภาพัฒนาฯ เผยว่าผลกระทบของภัยแล้งและโควิด-19 ต่อแรงงานจะเห็นผลชัดเจนในช่วงครึ่งปีหลัง โดยคาดว่าในปี 2563 อัตราการว่างงานจะอยู่ในช่วงร้อยละ 3-4 หรือตลอดทั้งปีมีผู้ว่างงานไม่เกิน 2 ล้านคน

- กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิดรุนแรง ประกอบด้วย ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และร้านอาหาร เฉพาะธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร (วิสาหกิจที่จดทะเบียน) มีจำนวนรวมมากกว่า 22,000 บริษัท (ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า) ที่ได้รับผลกระทบ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศต่ำกว่าร้อยละ 30 ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนต้องเลิกหรือขายกิจการ ส่วนที่เหลือก็พยายามปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เช่น ลดราคาห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการโดยหารายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น เปิดให้บริการ Work From Hotel แทนการ Work From Home การให้บริการอาหาร ผ่านทางออนไลน์หรือแอปพลิเคชันสั่งอาหาร หรือให้บริการใช้เป็นที่กักตัว (Alternative State Quarantine: ASQ)

1.4 การดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.4.1 มาตรการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวที่ผ่านมา

- การดำเนินการช่วงก่อนโควิด ที่ผ่านมามีส่วนใหญเป็นการดำเนินการโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหลัก ซึ่งตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ปี 2560-2564) การดำเนินงานของกระทรวงการท่องเที่ยวฯ มุ่งเน้น (1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในด้านมาตรฐาน และความยั่งยืน (สิ่งแวดล้อม อัตลักษณ์ไทย) รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ (เมืองรอง) เชิงเวลา/ฤดูกาล (สร้างเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่างๆ) และรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (2) การยกระดับมาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ส่วนกระทรวงคมนาคมเป็นเจ้าภาพรับผิดชอบการพัฒนากระบวนโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์เพื่อรองรับการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือเป็นส่วนหนึ่งของแผนดังกล่าวภายใต้ยุทธศาสตร์การสร้างสมดุลผ่านการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม อย่างไรก็ตาม การเจาะตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนว่านักท่องเที่ยวดังกล่าวเป็น “ใคร” ให้การทำการตลาดของกระทรวงการท่องเที่ยวฯ บางส่วนมีการดำเนินการกับกลุ่มที่อาจไม่ได้มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น กลุ่มคนรุ่นใหม่หรือกลุ่มมิลเลนเนียล ซึ่งมักจะมีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นมากกว่า ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งอาจจะ

เนื่องมาจากการขาดระบบการจัดเก็บฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวในเชิงลึก เช่น ช่วงอายุ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ความต้องการตลาดได้

- **มาตรการช่วงโควิด** เน้นความพยายามบรรเทาสถานการณ์/ผลกระทบ โดยเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาแบบจำกัดพื้นที่ อาทิ โครงการภูเก็ต Sandbox ซึ่งเป็นการบูรณาการของหลายภาคส่วน

- **มาตรการหลังโควิด** กระทรวงการท่องเที่ยวฯ มีแผนจะขยายโมเดลภูเก็ต Sandbox สู่อื่นๆ เช่น สมุยพลัส กระบี่ พังงา พัทยา เชียงใหม่ และเกาะต่างๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่สามารถควบคุมได้ และการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศก่อนโดยเป็นโครงการความร่วมมือกับกระทรวงการคลัง เช่น โครงการทัวร์เที่ยวไทยซึ่งรัฐจะสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวหัวละ 5,000 บาท รวมทั้งโครงการมาตรฐานความปลอดภัยโควิดหรือ SHA (Amazing Thailand Safety & Health Administration)

1.4.2 ผลสำเร็จของการดำเนินการ

- จากข้อมูลที่สามารถหาได้ล่าสุดจาก Global Wellness Institute ซึ่งมีการจัดทำรายงานการจัดลำดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก ปี 2561 พบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดับ 5 ของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี จีน ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น ส่วนประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 13 ของโลก หากเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาค ไทยยังตลาหลังประเทศจีน ญี่ปุ่น และอินเดีย จึงถือว่าไทยยังมีช่องทางที่จะสามารถพัฒนาต่อยอดเพื่อเลื่อนลำดับสูงขึ้นไปได้ ทั้งในด้านการเพิ่มจำนวนทริปและค่าใช้จ่ายเฉลี่ย

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยมีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับ 4 รองจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคิดเป็นประมาณร้อยละ 15.6 ของรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวม และมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูงหรือประมาณร้อยละ 7.5 ต่อปี การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ซึ่งประเทศไทยครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในภูมิภาคเดียวกัน โดยคิดเป็นประมาณร้อยละ 38 ด้วยความได้เปรียบทางด้านค่ารักษาพยาบาลที่ยังถือว่าไม่สูง แต่มีบริการทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐานระดับสากล โดยมีโรงพยาบาลที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) แล้วกว่า 40 แห่ง และภาครัฐยังให้การสนับสนุนโดยผลักดันนโยบายให้ประเทศไทยเป็น Medical Hub ของเอเชียอีกด้วย (ธรรมทช ทองอราม, 2559) นอกจากนี้ การบริการของไทยที่ดูแลคนไข้ดูญาติมิตรรวมทั้งการรอคิวเพื่อรับการรักษาที่ไม่นานก็ยิ่งทำให้ชาวต่างชาติจำนวนมากสนใจที่จะเดินทางเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย ทั้งนี้ ในการพัฒนาต่อยอดจุดแข็งดังกล่าวเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น ไทยควรเน้นสร้างความชำนาญเฉพาะทางในการรักษา หรือมุ่งสู่การเป็น medical tourism hub ในกลุ่มโรคที่ไทยมีศักยภาพมากกว่าที่เน้นแข่งขันในทุกกลุ่มโรค หรือศัลยกรรมความงามเฉพาะทาง

1.5 สรุปปัญหาและความพยายามในอดีตที่ผ่านมา

การท่องเที่ยวถือเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ และช่วยสร้างการจ้างงานได้เป็นจำนวนมาก แต่ปัจจุบันได้ประสบวิกฤตอันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในปี 2563 มีจำนวนรวมเพียง 6.7 ล้านคน ลดลงร้อยละ 83.2 โรงแรม ร้านอาหาร/และสถานบริการต่างๆ ต้องปิดตัวลง ส่งผลให้แรงงานที่อยู่ในภาคการท่องเที่ยวประสบภาวะว่างงานจำนวนมาก ประกอบกับปัญหาในเชิงโครงสร้างของภาคการท่องเที่ยวไทยซึ่งที่ผ่านมาไทยพึ่งพาการเติบโตของการท่องเที่ยวจากการขยายตัวเชิงปริมาณหรือจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าการเพิ่มขึ้นในเชิงมูลค่า

แม้ว่าที่ผ่านมารัฐบาลจะให้ความสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและมีนโยบายให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่การดำเนินงานที่ผ่านมาไม่ได้มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดหรือตลาดใด ทำให้การดำเนินกิจกรรมบางส่วนไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวยังถูกขับเคลื่อนโดยท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหลัก แต่ยังคงขาดการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะด้านความเชื่อมโยงกับภาคการเกษตรซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ขาดระบบฐานข้อมูลที่จะใช้วางแผนและกำหนดตัวชี้วัดเนื่องจากปัจจุบันไม่มีการเก็บสถิติในเชิงลึกด้านกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ขาดการกำหนดพื้นที่เป้าหมายเพื่อให้เกิดการพัฒนา/ขับเคลื่อนระหว่างหน่วยงานในพื้นที่ โดยเฉพาะการพัฒนาอารยสถาปัตย์ ระบบคมนาคมขนส่ง และสถานบริการด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งยังขาดการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชัดเจนและการพัฒนากิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องและมีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนมาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงวัยโดยเฉพาะ อีกทั้งยังขาดความชัดเจนในการแก้ปัญหา (pain point) ของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะผู้สูงวัย อาทิ การหลงทาง และอุบัติเหตุ และที่สำคัญคือแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหลังโควิดยังขาดการมองโอกาสในระยะยาวซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวและโครงสร้างกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสร้างมูลค่าเพิ่ม/ความแตกต่างจากคู่แข่ง นอกเหนือไปจากเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยที่ประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญจำเป็นต้องดำเนินการ (necessity) เหมือนๆ กัน

2. การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต

2.1 ทิศทางในอนาคตของปัญหาและแนวโน้ม

2.1.1 คาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวหลังโควิด-19

- สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ได้คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวทั่วโลกจะฟื้นตัวได้ในปี 2567 โดยจีนน่าจะฟื้นก่อนในช่วงปี 2566 และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนจะมาก่อนการเดินทางแบบธุรกิจ ขณะที่การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยจะเป็นไปอย่างช้าๆ ส่วนธุรกิจสายการบินจะฟื้นตัวได้ในปี 2569 ตามด้วยธุรกิจโรงแรมที่พักที่จะฟื้นตัวประมาณปี 2571 และธุรกิจทัวร์จะฟื้นตัวได้ในปี 2573 (www.prachachat.net, พฤษภาคม 2564)

- ธุรกิจท่องเที่ยวยังคงต้องอยู่กับไวรัสโควิด-19 ไปอีกระยะและอาจจะเริ่มมีการเปิดให้เดินทางท่องเที่ยวแบบจับคู่ (bubble travel) ซึ่งจะสามารถดำเนินการได้ระหว่างประเทศที่มีประชากรได้รับฉีดวัคซีนในสัดส่วนสูง และมีกรยอมรับชนิดของวัคซีนที่ฉีดร่วมกัน นอกจากนี้ ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่อทริปจะยาวนานขึ้นจากมาตรการกักตัว ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อทริปเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ไทยจึงมีโอกาสที่จะเริ่มเปิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบพำนักระยะยาวกับประเทศที่มีการฉีดวัคซีนในระดับสูงและเคยเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มสำคัญของไทยอยู่เดิม อาทิ สหรัฐอเมริกา เอมิเรตส์ สิงคโปร์ บาห์เรน กาตาร์ เดนมาร์ค อิสราเอล แคนาดา เบลเยียม จีน เป็นต้น (ดูตารางที่ 1) แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับมาตรการของประเทศต้นทางในการจำกัดการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนหรือการแจ้งเตือนเดินทางไปยังต่างประเทศด้วย

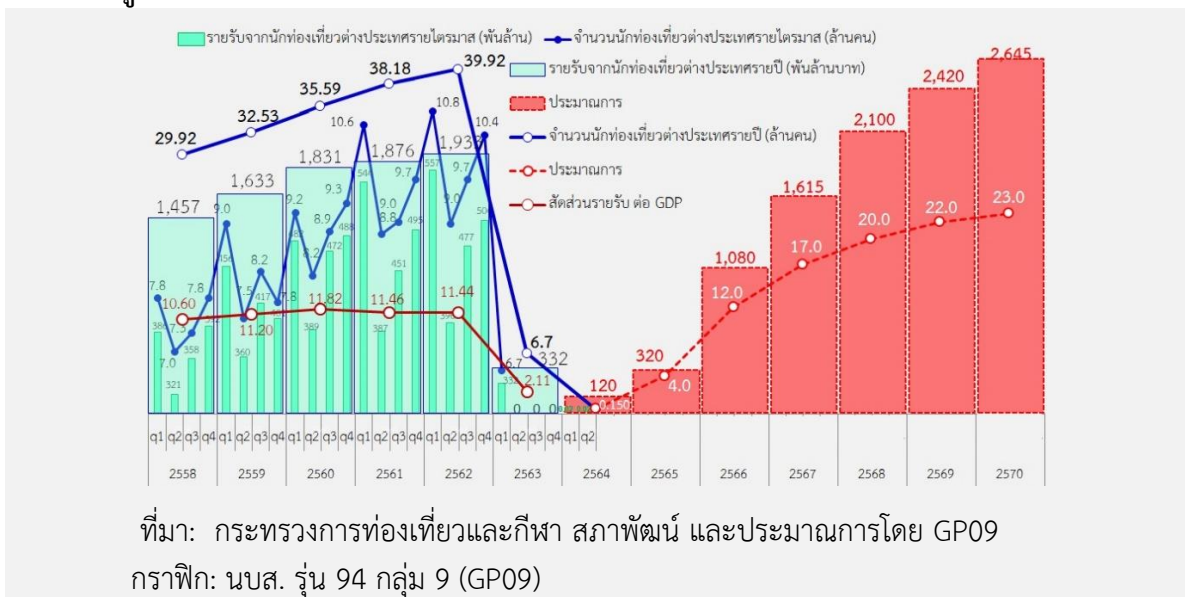
ตารางที่ 1 ประเทศที่มีอัตราการฉีดวัคซีนต่อประชากรรวมสูงสุด

	Doses administered		Pct. of population	
	▼ Per 100 people	Total	Vaccinated	Fully vaccinated
World	64	4,875,556,106	-	-
U.A.E.	180	17,566,410	85%	75%
Malta	157	788,292	81%	81%
Uruguay	151	5,228,992	76%	71%
Singapore	150	8,547,113	79%	73%
Bahrain	149	2,438,316	69%	65%
Qatar	148	4,202,478	80%	69%
Chile	146	27,626,715	75%	69%
Denmark	142	8,248,309	75%	68%
Israel	139	12,584,839	65%	60%
Canada	139	52,074,770	73%	65%
Belgium	137	15,733,985	72%	68%
Mainland China	137	1,912,419,000	-	56%
Bhutan	136	1,035,510	74%	62%
Portugal	135	13,870,686	78%	67%

ที่มา : <https://www.nytimes.com>, สิงหาคม 2564

- สภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศภายใน 3 – 4 ปีข้างหน้าว่าจะอยู่ในช่วง 10 – 20 ล้านคนต่อปี หรืออย่างมากที่สุดไม่เกิน 30 ล้านคนต่อปี โดยเน้นไปให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายต่อคนที่สูงขึ้น กลุ่ม GP09 จึงได้ทำการประมาณการจำนวนและรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยความร่วมมือและข้อมูลจากสภาพัฒน์ (ตั้งแผนภูมิที่ 2) โดยมีสมมุติฐานว่า (1) สามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ในภายในปี 2565 และค่อย ๆ กลายเป็นโรคประจำถิ่นไปในที่สุดในปีต่อ ๆ ไป และ (2) นโยบายของรัฐที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงมูลค่าแทนการเน้นปริมาณ ผลการประมาณการเป็นไปตามแผนภูมิที่ 3 ซึ่งคาดว่า ณ สิ้นปี 2564 จะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 1.5 แสนคน สร้างรายรับได้เป็นมูลค่า 1.2 แสนล้านบาท และจากข้อมูลล่าสุดในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามา 2 หมื่นคน แบ่งเป็นสหภาพยุโรป 6 พันคน สหรัฐอเมริกา 3 พันคน และสหราชอาณาจักร 2 พันคน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง ในขณะที่ประเทศที่เคยเป็นนักท่องเที่ยวอันดับต้นๆ เช่น จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น รัสเซีย และเกาหลีใต้ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเพียงประเทศละ 1 พันคน โดยมีค่าใช้จ่ายต่อหัวค่อนข้างต่ำ ยกเว้นญี่ปุ่น จึงเห็นได้ว่าโครงสร้างนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยได้เปลี่ยนแปลงไป ผลการประมาณการหลังการจำกัดการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในระดับที่ควบคุมได้แล้ว คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 4 ล้านคนในปี 2565 และ 12 ล้านคนในปี 2566 และจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปี 2570 โดยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 23 ล้านคน สร้างรายได้ให้ประเทศประมาณ 2.64 ล้านล้านบาท ถือเป็น Next Normal ที่รายได้ที่เกิดขึ้นจากการเน้นการท่องเที่ยวเชิงมูลค่า โดยจำนวนนักท่องเที่ยวอีก 5 – 6 ปีข้างหน้าจะมีจำนวนน้อยกว่าอดีตที่ผ่านมา แต่ได้เปลี่ยนไปเป็นจากประเทศรายได้สูงเป็นหลักที่สร้างรายได้มากกว่า สร้างงานสร้างเศรษฐกิจและสร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

แผนภูมิที่ 2 จำนวนและรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายไตรมาส/รายปีและประมาณการ

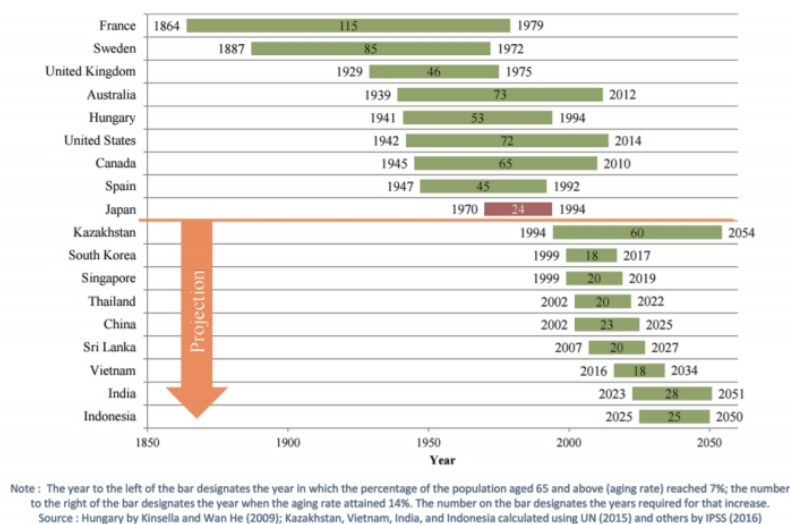


2.1.2 ทิศทางในอนาคตจากแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงสำคัญของโลก (Mega Trends)

(1) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกรวมทั้งประเทศไทย

จากการคาดการณ์ของ UN ภายในปี ค.ศ 2050 หนึ่งในหกของประชากรโลกจะมีอายุมากกว่า 65 ปี หรือมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 16 ของประชากรโลก เพิ่มขึ้นจากหนึ่งในสิบเอ็ดหรือร้อยละ 9 ในปี ค.ศ. 2019 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุโรป และอเมริกาเหนือ ซึ่งจะมีสัดส่วนของประชากรสูงวัยมากถึง 1 ใน 4 และด้วยความก้าวหน้าด้านการแพทย์สมัยใหม่ อายุเฉลี่ยของประชากรโลกก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกด้วย โดยคาดว่าในปี ค.ศ. 2050 โลกจะมีประชากรที่มีอายุมากกว่า 80 ปีมากถึง 426 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 3 เท่าจากปี 2019 ซึ่งอยู่ที่ 143 ล้านคน (ดังแผนภูมิที่ 3 สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันมีประชากรสูงอายุ 11.82 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.9 ของประชากรทั้งหมด (ข้อมูลจากกรมการปกครอง, ปี 2564) และในปี ค.ศ. 2050 คาดว่าไทยจะมีประชากรสูงอายุ 20 ล้านคนหรือร้อยละ 35.8 ของประชากร (ข้อมูลจาก agingasia.org)

แผนภูมิที่ 3 ระยะเวลาที่แต่ละประเทศใช้ในการเปลี่ยนแปลงจากสังคมสูงวัยไปสู่สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์



ที่มา : <https://www.bot.or.th>

(2) การดูแลรักษาสุขภาพและการรักษาพยาบาล

ในระยะ 10 ปีข้างหน้า การดูแลรักษาสุขภาพและการรักษาพยาบาลมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงสู่การดูแลสุขภาพในเชิงป้องกัน (Preventive Care) มากขึ้น โดยมีปัจจัยเชื่อมโยงมาจากโครงสร้างประชากรโลกที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะต้องการพึ่งพาตนเองหรือมีสุขภาพแข็งแรง/ กระฉับกระเฉง (active senior) อีกทั้งไม่ต้องการมีภาระค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาล ซึ่งนับวันจะมีแนวโน้มค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ในขณะที่ผู้สูงอายุต้องบริหารรายจ่ายให้เพียงพอกับเงินออม/เงินบำนาญที่มีอยู่ จึงมีแนวโน้มที่จะใส่ใจต่อการดูแลสุขภาพตั้งแต่การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และการทำกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการท่องเที่ยว ปัจจัยกระตุ้นความตระหนักเรื่องสุขภาพอีกประการคือ แนวโน้มของปัญหาสุขภาพแวดล้อมหรือมลพิษที่เกิดขึ้นตามการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การเกิดโรคระบาดต่างๆ ที่พบได้ถี่และรุนแรงมากขึ้น เช่นไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบัน ประกอบกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตและการบริโภคของคนในสังคมเมืองที่ขยายตัว ทำให้ประชากรทั่วโลกมีแนวโน้มป่วยเป็นโรคเรื้อรัง อาทิ โรคหัวใจ มะเร็ง เบาหวาน รวมทั้งมีปัญหสุขภาพจิตเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะโรคซึมเศร้า ปัจจัยเหล่านี้ล้วนสร้างความวิตกและกระแสความตระหนักในการดูแลสุขภาพในเชิงป้องกัน ซึ่งเป็นผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย

(3) ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี

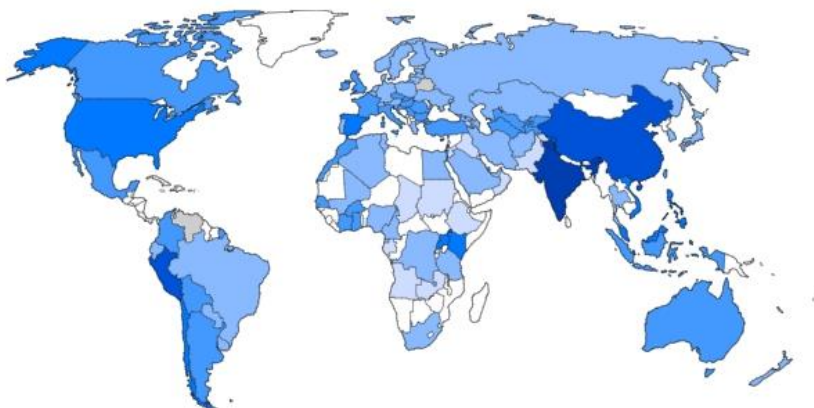
วิกฤตโควิดทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณทั้งในชีวิตประจำวันและการทำงานรวมทั้งการท่องเที่ยว แต่ในความเป็นจริงเทคโนโลยีดิจิทัลได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในภาคการท่องเที่ยวตั้งแต่หลังยุคอินเทอร์เน็ตในช่วงทศวรรษที่ 90 แล้ว ในปี ค.ศ. 1994 มีการพัฒนาระบบการจอง/ออกตั๋วทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นครั้งแรก (www.altexsoft.com, 2021) จนในปัจจุบันการจองโรงแรมและบัตรโดยสารเครื่องบินผ่านช่องทางออนไลน์กลายเป็นเรื่องปรกติ อีกทั้งยังมีระบบชำระเงินที่พัฒนาไปอย่างมากสู่สังคมไร้เงินสด ทั้งอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งและอีวอลเล็ตผ่านเทคโนโลยีบล็อกเชน นอกจากนี้ เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ธุรกิจโรงแรมหรือธุรกิจต่อเนื่องขนาดเล็กสามารถเข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยวได้ในต้นทุนที่ต่ำลงผ่านช่องทางออนไลน์และทำให้สามารถนำข้อมูลลูกค้าที่จัดเก็บในระบบมาวิเคราะห์เพื่อต่อยอดทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Big Data Analytics) นอกจากนี้ ความก้าวหน้าในการพัฒนาระบบปัญญาประดิษฐ์อาจสามารถทดแทนการทำงานของมนุษย์ในงานบางประเภทได้เพิ่มขึ้น เช่น อาจจะมีการนำหุ่นยนต์มาเป็นไกด์นำเที่ยวสถานที่ต่างๆ

(4) การเปลี่ยนแปลงอำนาจทางเศรษฐกิจสู่ภูมิภาคเอเชีย (Asia Rising)

ในช่วงทศวรรษข้างหน้าเอเชียจะเป็นภูมิภาคหลักในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของโลก (New World Order) ในระยะสั้นคือปี 2564 IMF ได้คาดการณ์ว่าจีนและอินเดียจะมีอัตราการเจริญเติบโตของ GDP มากกว่าร้อยละ 8 ซึ่งสูงกว่าภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลก (ดังแผนภูมิที่ 4) โดยเฉพาะจีนซึ่งมีการรับมือกับสถานการณ์โควิด 19 ได้อย่างดี ประกอบกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีจากกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชีย ส่วนในระยะยาว บรูมเบิร์กยังได้คาดการณ์ว่าจีนจะมีส่วนในการผลักดันการขยายตัวของ GDP โลกมากกว่า 1 ใน 5 ในช่วงอีก 5 ปีข้างหน้า สอดคล้องกับการวิเคราะห์ของบริษัท PWC ที่ได้คาดการณ์เศรษฐกิจโลกในปี ค.ศ. 2050 ว่าจีนจะมีเศรษฐกิจคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของโลก ตามด้วยเศรษฐกิจอินเดียโดยจะมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่กว่าสหรัฐอเมริกา ในขณะที่มหาอำนาจทางเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันอย่างสหภาพยุโรป (ไม่รวมสหราชอาณาจักร) จะมีสัดส่วนต่อ GDP โลกเพียงร้อยละ 9

แผนภูมิที่ 4 คาดการณ์อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกของ IMF ในปี 2564

■ 2021 GDP forecast: 0%-2% ■ 2%-4% ■ 4%-6% ■ 6%-8% ■ 8%-10% ■ Above 10%
■ Below 0%

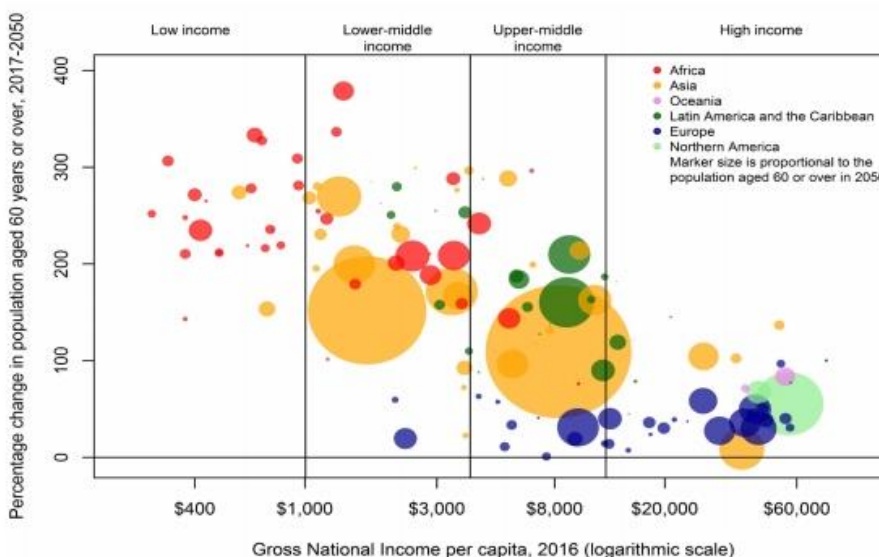


ที่มา : <https://www.bloomberg.com>

2.1 โอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ (Potential Demand)

2.2.1 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะทำให้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุมีมากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ทั้งเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว (Long Stay) และอำนาจในการใช้จ่าย (Purchasing Power) ผู้สูงอายุจึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในอนาคตอันใกล้นี้ โดยองค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปจะมีจำนวน 1.5 พันล้านคน ภายในปี 2593 และส่งผลให้สัดส่วนประชากรวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลงในเกือบทุกประเทศ โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน ส่วนภูมิภาคยุโรปและอเมริกาเหนือเป็นภูมิภาคที่มีประชากรสูงอายุในสัดส่วนสูงและมีรายได้ประชาชาติสูง (ดังแผนภูมิที่ 5)

แผนภูมิที่ 5 กลุ่มจำนวนประชากรสูงอายุในภูมิภาคต่างๆ เปรียบเทียบระดับรายได้ประชาชาติ



ที่มาของข้อมูล : United Nation

2.2.2 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีทัศนียภาพสวยงาม อากาศดี มีผลต่อสุขภาพกายและสุขภาพใจ ด้วยการสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรูปแบบใหม่บนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีศักยภาพในการบำบัด ฟันฟู รักษาสุขภาพ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทยในการให้บริการ การสร้างความหลากหลายของกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากลและเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น บ่อน้ำพุร้อน สวนดอกไม้ หรือการทำบุญ นั่งสมาธิ จะเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญที่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวของผู้สูงวัย ดังนั้นการพัฒนาภูมิสถาปัตยกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวสูงวัย จำเป็นต้องเร่งดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสูงวัยเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้

2.2.3 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 15.6 ของรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวม มีอัตราการขยายตัวระหว่าง ปี 2558 - 2563 ร้อยละ 7.5 ต่อปี โดยมีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับ 4 รองจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการเข้ามาท่องเที่ยวของผู้สูงวัยนั้น สามารถเชื่อมโยงกับภาคการเกษตรในส่วนของการผลิตอาหารปลอดภัย ที่มีผลดีต่อสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตรอินทรีย์ จะตอบสนองความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงวัย ที่ต้องการบริโภคอาหารที่มีผลดีต่อสุขภาพในระหว่างการท่องเที่ยว

2.2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น สมุนไพร เวชสำอางค์ สำหรับใช้เองของนักท่องเที่ยวสูงวัย หรือวางจำหน่ายสำหรับเป็นของฝากเป็นช่องทางสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร และประชาชนในชุมชนท้องถิ่น

2.2.5 การให้บริการตรวจสุขภาพและให้ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพที่ถูกต้อง (Health Literacy) และการรักษาความงาม จะเป็นบริการที่สามารถจัดให้อยู่ในโปรแกรมการท่องเที่ยวของผู้สูงวัย ซึ่งที่ผ่านมาการท่องเที่ยวพร้อมตรวจสุขภาพ/ศัลยกรรมเสริมสวย มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 35,721.86 บาท/คน/ทริป

2.2.6 การให้บริการผ่อนคลายด้านร่างกายและจิตใจ เช่น การมีโปรแกรม พาไปทำบุญ ฟังธรรม หรือการนั่งสมาธิ เพื่อผ่อนคลายทางอารมณ์และสัมผัสกับวัฒนธรรมไทยผ่านการปฏิบัติศาสนกิจ ซึ่งวัดจะต้องมีความพร้อมในการถ่ายทอดธรรมะเป็นภาษาอังกฤษ รวมถึงการให้บริการนวดแผนไทย สปา และโยคะ เป็นกิจกรรมเสริมในการผ่อนคลายให้นักท่องเที่ยวผู้สูงวัย โดยสปาและนวดแผนไทยเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมสูงถึงร้อยละ 43.84 เนื่องจากความโดดเด่นของสปาไทยและนวดแผนไทย คือ การมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่นำเสนอภูมิปัญญาไทยด้านการดูแลสุขภาพแบบดั้งเดิม

2.2.7 การเตรียมความพร้อมของบุคลากรและแรงงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับผู้สูงวัย จำเป็นต้องฝึกฝนให้มีทักษะในด้านการให้บริการด้วยความเต็มใจ (service mind) การต้อนรับด้วยหัวใจ (Hospitality) และมีทักษะความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

2.2.8 เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรม เช่น Internet of Thing (IOT) การควบคุมและสั่งการอุปกรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้าด้วยเสียงหรือจากรีโมทคอนโทรล จะช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการเมื่อผู้สูงวัยเข้าที่พักหรือใช้บริการต่างๆ รวมถึง Robotics ที่สามารถพูดโต้ตอบให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงวัย และการพัฒนาแอปพลิเคชันท่องเที่ยวหนึ่งเดียวแบบครบวงจรของท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดทั้งหมด เช่น จอรรถ จอกร้านอาหาร จอกรสถานที่ท่องเที่ยว หรือจองเวลาเพื่อพบแพทย์

2.2.9 การเชื่อมการค้ามาคมโดยประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง จะทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยมากขึ้น เนื่องจากสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวกภายในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย เช่น การเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟความเร็วสูงจีน - ลาว - ไทย

2.2 สรุปการคาดการณ์ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

การดูแลสุขภาพในเชิงป้องกันจะกลายเป็นกระแสความต้องการหลักของสังคมโลกในอนาคต เนื่องจากความก้าวหน้าด้านการรักษาพยาบาลที่ทำให้ประชากรโลกมีอายุเฉลี่ยเพิ่มขึ้น อัตราการเกิดของประชากรที่อยู่ในระดับต่ำทำให้หลายประเทศก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ในขณะที่ความเจริญทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการขยายตัวของสังคมเมือง ผู้คนมีการบริโภคที่เป็นโทษต่อสุขภาพ และมีวิถีชีวิตที่รีบเร่งเคร่งเครียด ประชากรทั่วโลกมีแนวโน้มป่วยเป็นโรคเรื้อรังและประสบปัญหาทางจิตมากขึ้น ประกอบกับวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ยิ่งตอกย้ำถึงความตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลสุขภาพมากขึ้น ปัจจัยดังกล่าวล้วนเป็นโอกาสสำหรับประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะตลาดผู้สูงอายุซึ่งจะกลายเป็นตลาดขนาดใหญ่ในอนาคตข้างหน้า หนึ่งในหกของประชากรโลกจะมีอายุมากกว่า 65 ปีภายในปี 2593 นอกเหนือจากกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศพัฒนาแล้วซึ่งมีระดับรายได้หรือมีเงินบำนาญโดยเฉลี่ยสูง ประชากรผู้สูงอายุในเอเชียซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีผู้สูงอายุจำนวนมากและกำลังมีระดับรายได้เพิ่มขึ้นจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงกว่าประเทศตะวันตกจะเป็นตลาดสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวรวมทั้งตลาดสำหรับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ โดยประเทศไทยสามารถใช้จุดแข็งของประเทศเพื่อต่อยอดในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภูมิภาค รวมทั้งพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวต่างๆ ตั้งแต่การพัฒนาการเกษตรและอาหารสุขภาพ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การยกระดับมาตรฐานการให้บริการทางการแพทย์ ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือที่จะช่วยพัฒนาภาคการท่องเที่ยว อาทิ การเข้าถึงตลาดผู้สูงอายุกลุ่มเป้าหมาย และการพัฒนาบริการหรืออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังต้องเผชิญกับการแข่งขันจากประเทศคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค จึงถือเป็นความท้าทายที่จะต้องหาแนวทางการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวการสร้างความแตกต่างให้แก่ภาคการท่องเที่ยวของไทยในระยะยาว เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน และที่สำคัญคือรวมทั้งการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยให้มากขึ้น

3. แนวทางแก้ปัญหาและการพัฒนา

3.1 สรุปการเชื่อมโยงอดีต ทิศทาง Potential Demand สู่ประเด็นท้าทายในอนาคต

จากความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจไทยที่ผ่านมา ประกอบกับโครงสร้างประชากรโลกเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับ Potential Demand ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะเป็นโอกาสสำคัญในการช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจประเทศ หลังโควิด 19 โดยมีประเด็นท้าทายที่สำคัญ ทำอย่างไรที่จะต่อยอดภาคการท่องเที่ยวของไทยตามศักยภาพที่มีอยู่เดิมไปสู่การพัฒนาให้มีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น จากการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมา รวมถึงปัญหา อุปสรรค โอกาส และความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย เพื่อเป็น “Center of Global for Elderly Wellness Tourism” ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จะเน้นความสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนร่างกาย เน้นความสำราญเพลิดเพลิน (Recreational tourists) มุ่งหาประสบการณ์ (The experiential tourists) จึงควรเน้นประวัติศาสตร์ผนวกกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเชื่อและคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการได้รับข้อมูลความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวที่ละเอียดมากกว่าปกติ เช่น

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความต้องการการเพิ่มพูนความรู้และต้องการค้นหาความแปลกใหม่จากการมาท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการเดินทาง มีอาหารที่ปลอดภัยและรักษาสุขภาพ (ลัดดา และคณะ, 2561) ซึ่งประเทศไทยมีพื้นฐานและความพร้อมในทุกด้านที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในระดับโลก

มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ด้วยการเตรียมความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เนื่องจากสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุจะมีเพิ่มมากขึ้น ตามโครงสร้างช่วงอายุของประชากรโลกและของประเทศไทยที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เช่น จากข้อมูลสถิติสัดส่วนโครงสร้างประชากรไทยระหว่างปี พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010) – พ.ศ. 2583 (ค.ศ. 2040) สัดส่วนของประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 13.20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010) เป็นร้อยละ 32.10 ในปีพ.ศ. 2583 (ค.ศ. 2040) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอีก 5 ปีข้างหน้า ประชากรในกลุ่ม Generation X ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2509 – 2523 (สถาบันอาหาร, 2563) จะเริ่มเข้าสู่อายุ 60 ปี (เกษียณอายุ) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เติบโตมากับเทคโนโลยีแบบ Analog แต่ได้เล่าเรียนศึกษาและทำงานในยุคเทคโนโลยีแบบ Digital สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่พัฒนาขึ้นสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุดังกล่าว เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) สามารถท่องเที่ยวโดยใช้ระยะเวลาสั้น คือ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 5 วัน (นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ, 2559) หรืออยู่แบบ Long Stay และมีการพาครอบครัวและกลุ่มเพื่อนมาร่วมท่องเที่ยวด้วย ซึ่งจะเป็นการช่วยเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย นำมาสู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และการสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19 เพื่อให้ประเทศไทย มีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

3.2 เป้าหมายหลักที่ต้องบรรลุเป้าหมายในปี 2566 – 2570

3.2.1 เป้าหมายหลัก (ปี 2566 – 2570)

“การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุของประเทศไทย ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และสามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ”

ตัวชี้วัดคือ 1.รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ต่อปี

2.อันดับด้านรายได้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของประเทศไทยโดย Global Wellness Institute ดีขึ้นมาอยู่ลำดับที่ 10

3.2.2 ข้อมูลและเหตุผลเพื่อสนับสนุนความเหมาะสมของเป้าหมายหลัก

โดยมีแนวคิดและหลักการในการกำหนดเป้าหมายหลักดังกล่าว มาจาก 10 ประเด็นท้าทายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) การเพิ่มจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวครั้งหนึ่งในชีวิต (Once in a Lifetime) จากเดิมที่นักท่องเที่ยวจะต้องเยี่ยมชมพระบรมมหาราชวัง วัดพระแก้ว และโบราณสถานที่เป็นมรดกโลกของไทย มาเชื่อมโยงเพิ่มเติมกับการไหว้สักการะพระบรมสารีริกธาตุ วัด หรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ตรงกับวันเกิด ปีเกิด หรือราศีเกิดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อเสริมสร้างความสุขและพลังทางจิตใจ หรือการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต้องได้สัมผัสประสบการณ์การนวดแผนไทย ตามตำรับวัดโพธิ์ เป็นต้น

(2) พัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ความปลอดภัย สะดวกสบาย และสุขลักษณะ (Security & Smart & Sanitary) ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมอัจฉริยะ เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองได้อย่างปลอดภัยและสะดวกสบาย

(3) การให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้สัมผัสความเป็นสยามเมืองยิ้ม (Land of Smile) ผู้คนเป็นมิตร วิถีชุมชน นำสัมพันธ์ (Friendly of people and nice community) ด้วยการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนและท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และท่องเที่ยวเชิงเกษตร

(4) นำแนวคิดการออกแบบอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ

(5) การจัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอากาศดี และบริสุทธิ์ (Good Weather and Good Ozone) และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

(6) มาตรฐานทางการแพทย์ของไทย (Standard of Medical) ที่เป็นที่ยอมรับ และมีจุดแข็งในด้านการบริการ (Hospitality) จึงต้องเร่งเพิ่มการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเกี่ยวกับภาพลักษณ์การให้บริการทางการแพทย์ของไทย และยกระดับโรงพยาบาลชุมชน (อำเภอ) ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่

(7) การมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่เหมาะสม (Cost of Living) ซึ่งที่ผ่านมายังขาดคู่มือการกำหนดราคามาตรฐานในการใช้บริการด้านการท่องเที่ยว จึงควรพัฒนาให้มีข้อมูลราคามาตรฐานอ้างอิง กำหนดให้ต้องมีการแสดงราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน หรือมีข้อมูลทางเลือกค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวตามระดับการให้บริการ เป็นต้น

(8) การให้บริการแบบพิเศษ สร้างความประทับใจ (Special Excellence Service) ซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยเคยมีสิทธิพิเศษให้กับนักท่องเที่ยว VIP เช่น Elite card แต่ยังคงขาดการเชื่อมโยงให้มีบัตรสะสมคะแนนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือการพัฒนาให้มีที่พักแบบระยะยาวที่ดูแลนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (wellness residence) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุแบบ Long Stay

(9) วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ดีมีเอกลักษณ์ (Good Culture and way of life) ที่ผ่านมายังไม่ได้นำการรักษาสุขภาพใจมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยระดับท้องถิ่นยังมีจำกัด ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุสามารถที่จะเชื่อมโยงกิจกรรมทางศาสนา เช่น การนั่งสมาธิ การปฏิบัติธรรมและศาสนกิจ และเชื่อมโยงวิถีชีวิตเกษตร อาหารสุขภาพสมุนไพร เพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว

(10) สวรรค์ทางธรรมชาติ (Paradise of Nature) ซึ่งการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่ผ่านมามีประสบการณ์ปัญหาระหว่างการพัฒนาสิ่งก่อสร้างกับแนวคิดการอนุรักษ์ ดังนั้นการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว Unseen Thailand ที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเข้าถึงได้ จะต้องทำให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการพัฒนาด้วย

3.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายหลักและยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)

สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นบริการท่องเที่ยวแห่งอนาคต และยังสอดคล้องกับแผนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้กับทุกภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

ที่มีหมุดหมาย (Milestones) ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืน เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง

3.2.3 ความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายหลัก “การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ และฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19” กับ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ และกรอบร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

โดยเป้าหมายหลักดังกล่าว มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นบริการท่องเที่ยวแห่งอนาคต และยังสอดคล้องกับแผนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้กับทุกภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่มีหมุดหมาย (Milestones) ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืน เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580)	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนปฏิรูปประเทศ	ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 13
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน</p> <p>ประเด็นที่ 3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว</p> <p>หัวข้อที่ 1) ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม</p> <p>หัวข้อที่ 3) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย</p>	<p>แผนแม่บทที่ 4 ด้านอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต</p> <ul style="list-style-type: none"> - อุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์ครบวงจร <p>แผนแม่บทที่ 5 ด้านการท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย <p>แผนแม่บทที่ 11 ด้านการพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - การส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุ <p>แผนแม่บทที่ 14 ด้านการเป็นพลังทางสังคม</p> <ul style="list-style-type: none"> - การรองรับสังคมสูงวัยเชิงรุก 	<p>ด้านที่ 5 แผนปฏิรูปด้านเศรษฐกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปฏิรูปด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้กับทุกภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ <p>ด้านที่ 9 แผนปฏิรูปด้านสังคม</p> <ul style="list-style-type: none"> - การปฏิรูปการสร้างการมีส่วนร่วมและพลังทางสังคม - การเสริมสร้างพลังทางสังคมที่มุ่งเน้นรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ 	<p>หมุดหมายที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้จุดเด่น/ความสร้างสรรค์พลิกฟื้นฟูรูปแบบการท่องเที่ยวไทยสู่ท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง/มีเอกลักษณ์ <p>หมุดหมายที่ 4 ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต่อยอดองค์ความรู้และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อยกระดับบริการทางการแพทย์/การส่งเสริมสุขภาพขั้นสูงอย่างต่อเนื่อง <p>หมุดหมายที่ 7 ไทยมี SMEs ที่เข้มแข็ง/มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - เร่งพัฒนาศักยภาพของ SMEs ในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจตลอดกระบวนการ

3.3 การกำหนดเป้าหมายรองเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายหลัก

3.3.1 เป้าหมายรองที่ 1 : โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และบุคลากรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาอย่างครบถ้วนและทั่วถึง

- (1) สถานบริการและแหล่งท่องเที่ยวที่มีอารยสถาปัตย์มีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี
- (2) มีคู่มือการดำเนินงานด้านการจัดการสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ให้กับบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ องค์กร หน่วยงาน ผู้เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชมรมผู้สูงอายุ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง
- (3) มีระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและเป้าหมายตัวชี้วัดเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ
- (4) อบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุปีละ 10,000 คน

3.3.2 เป้าหมายรองที่ 2 : เชื่อมโยงภาคการเกษตรและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

(1) จำนวนเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นปีละ 5,000 คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตรเพื่อการบริโภค เช่น ข้าวอินทรีย์ พืชผักและผลไม้อินทรีย์ สามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ โดยยกระดับเกษตรอินทรีย์ไทยให้มีมาตรฐานเทียบเคียงกับเกษตรอินทรีย์ในต่างประเทศ ซึ่งจากรายงาน Australian Organic Market Report 2021 ระบุว่า พื้นที่เกษตรอินทรีย์ในตลาดโลกมี จำนวน 72.3 ล้านเฮกตาร์ หรือคิดเป็นร้อยละ 1.5 ของพื้นที่การเกษตรทั่วโลก โดยประเทศออสเตรเลียมีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานออร์แกนิกมากที่สุดในโลก ซึ่งในปี 2563 พื้นที่เกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองในออสเตรเลียเพิ่มขึ้นร้อยละ 38 จากปี 2554

(2) มีการเชื่อมโยงผลผลิตเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปกับตลาดออนไลน์และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นปีละ 20 กลุ่ม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพความปลอดภัย และสุขลักษณะ และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยปี 2563 ประเทศออสเตรเลียมีผู้ประกอบการสินค้าออร์แกนิกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Certified Operator) จำนวน 4,233 ราย โดยเป็นเกษตรกร/ผู้ผลิต (Producers) 1,748 ราย หรือร้อยละ 41 และผู้แปรรูป (Processors) 1,600 ราย หรือร้อยละ 38 ซึ่งผลผลิตเกษตรอินทรีย์ของประเทศออสเตรเลียส่วนใหญ่จะบริโภคภายในประเทศ โดยผู้บริโภคนิยมซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าสินค้าเพื่อสุขภาพมากที่สุด เนื่องจากเป็นแหล่งรวมสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสินค้าออร์แกนิกจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ โดยเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าออร์แกนิก Australian Certified Organic (ACO) เป็นเครื่องหมายมาตรฐานสินค้าออร์แกนิกที่ชาวออสเตรเลียรู้จักและไว้วางใจมากที่สุด

(3) การเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุได้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10 ผลิตภัณฑ์ต่อปี โดยมีจำนวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแปรรูปสินค้าและผลิตภัณฑ์หมอนไหมสามารถนำมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและภาคบริการ

(4) ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้าและผลิตภัณฑ์หมอนไหม มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(5) ชุมชนมีรายได้ต่อเนื่องควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเผยแพร่อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของประเทศ

3.3.4 เป้าหมายรองที่ 3 : บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายในการให้บริการ และการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

(1) มีการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาและผลักดันให้มีการจัดการด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้นแบบของประเทศและอาเซียนในระยะต่อไป

(2) มีการเชื่อมโยงกิจกรรมทางศาสนาเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกจังหวัด

3.3.5 เป้าหมายรองที่ 4 : นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุคุณภาพดีเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น มีการใช้จ่ายและมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้น

(1) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุคุณภาพดีเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ต่อปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริปสูงขึ้นร้อยละ 20 และมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 7 วันต่อทริป

(2) มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ตลาดจีน ญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์ ตะวันออกกลาง อเมริกาเหนือ และยุโรปเหนือ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงไม่น้อยกว่า 10 ล้านคน

3.4 แนวทางบรรลุเป้าหมายรอง และความเชื่อมโยงตามระบบ Value Chain

3.4.1 เป้าหมายรองที่ 1 : โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และบุคลากรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างครบถ้วนและทั่วถึง

แนวทางการบรรลุเป้าหมายรอง :

กิจกรรมที่ 1 การจัดการด้านอารยสถาปัตย์ เพื่อการพัฒนาอาคารสถานที่ แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ คนพิการ และคนทุพพลภาพ

(1) สร้างความตระหนักรู้และเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการจัดการสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุให้กับผู้เกี่ยวข้อง ทั้งส่วนผู้กำกับเชิงนโยบายด้านบริหาร หรือผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งชุมชน โดยจัดฝึกอบรม/สัมมนา และจัดทำคู่มือการดำเนินงานด้านการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกอาคารให้เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุเพื่อให้เกิดความเข้าใจแนวทางพื้นฐานในการออกแบบที่คำนึงถึงผู้สูงอายุ อาทิ ป้ายเตือนให้คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุในสถานที่ต่างๆ การออกแบบทางสัญจร/ทางเท้า/ทางลาด/ทางข้ามถนน และที่จอดรถ โดยปราศจากสิ่งกีดขวาง การให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้สูงอายุ ห้องน้ำและห้องสุขาที่มีแสงสว่างเพียงพอ มีอุปกรณ์เพื่อช่วยเหลือหรือพยุงตัว ปูกระเบื้องไม่ลื่น ระบายพื้นที่เชื่อมต่อห้องน้ำกับภายนอกเป็นแนวเดียวกัน และมีสุขภัณฑ์ให้เหมาะสม การติดตั้งกริ่งสัญญาณขอความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉินสำหรับผู้สูงอายุ ประตูบานเลื่อนหรือบานเปิดออกด้านนอกซึ่งมีตำแหน่ง/ขนาดความกว้างเหมาะสมสำหรับรถเข็น และมีอุปกรณ์ประกอบประตูที่เหมาะสม ตลอดจนการตกแต่งภายในอื่นๆ เช่น การเลือกใช้โต๊ะ/เก้าอี้ให้มีระยะนั่งที่เหมาะสม มีแขนเก้าอี้เพื่อช่วยการลุกนั่ง และลุกยืน และการติดตั้งลิฟท์โดยสาร/ลิฟท์แทนยก (ที่มา : กรมกิจการผู้สูงอายุ)

ทั้งนี้ โดยอาจจะพิจารณาด้านแบบในการพัฒนาในประเทศไทย เช่น สวางคินเวศ สภาอากาศไทย โครงการ Jin Well Being Country ปทุมธานี (เมืองแห่งการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ) หรือในต่างประเทศ เช่น เมืองทยามะ: Compact City แห่งอนาคตที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ*

(2) จัดสรรงบประมาณให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ต้นแบบเพื่อการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอารยสถาปัตย์ในแหล่งท่องเที่ยวและระบบคมนาคมขนส่งสาธารณะ เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงการท่องเที่ยวและระบบคมนาคมขนส่ง สาธารณะ เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ เทศบาล องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น โดยเสนอโครงการผ่านกลไกการเสนอของบประมาณภายใต้ “แผนงานบูรณาการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย” ซึ่งสำนักงบประมาณ และสภาพัฒน์ฯ กำหนดให้กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมกิจการผู้สูงอายุ เป็นเจ้าภาพหลักของแผนดังกล่าวดำเนินการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(3) กำหนดมาตรการจูงใจเพื่อให้เจ้าของอาคาร สถานที่ ยานพาหนะ บริการขนส่ง หรือผู้ให้บริการสาธารณะอื่น มีการลงทุนในการปรับปรุงสถานที่ หรือจัดหาอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยได้รับสิทธิได้รับการลดหย่อนภาษีหรือยกเว้นภาษีเป็นร้อยละของจำนวนเงินค่าใช้จ่าย

(4) มาตรการภาษี แรงจูงใจการดำเนินกิจการ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้สูงอายุ ปัจจุบันประมวลรัษฎากร เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามมาตรา 81(2)(ค) ที่กำหนดให้การนำเข้าอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับคนพิการมาจากต่างประเทศ เป็นสินค้าที่จำแนกไว้ในภาคว่าด้วยของที่ได้รับการยกเว้นภาษีอากรตามกฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร พ.ศ. 2530 ประเภทที่ 16 ภาค 4 ได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มจากการนำเข้าสินค้า (ไม่ทำและไม่ค้าขายทุกชนิด รถเข็น อุปกรณ์รองรับอุจจาระหรือปัสสาวะ เครื่องช่วยเดิน ทางลาดสำหรับรถเข็น นาฬิกาบอกเวลา นาฬิกาแบบสั่น เป็นต้น) และมีอุปกรณ์บางอย่างที่ใช้เฉพาะคนสูงอายุแต่ไม่ใช่ของใช้ที่อยู่ในรายการสินค้าคนพิการ ที่ไม่ได้รับการยกเว้นอากรการนำเข้า ทำให้ผู้ประกอบการต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม และผู้นำเข้าจะต้องเป็นองค์การสาธารณกุศลตามบัญชีท้ายประกาศและการขายสินค้าที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทย ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าจะต้องเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากผู้บริโภคในอัตราร้อยละ 7

(5) ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม การนำเข้าและการขายสินค้าภายในประเทศ สินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับสูงอายุบางอย่างแต่ไม่ใช่ของใช้ที่อยู่ในรายการสินค้าของคนพิการ สินค้าเวชภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้สูงอายุต้องใช้ในการดำรงชีวิต เช่น แก้วเลื่อนขึ้นบันได เบาะอาบน้ำ ลิฟท์อาบน้ำ เครื่องวัดความดัน เครื่องตรวจน้ำตาลในเลือด ราวพุงตัว เทปกันลื่น สมาร์ทโฮม เป็นต้น ควรเพิ่มรายการยกเว้นของหรือสินค้านำเข้าที่ไว้ใช้กับผู้สูงอายุเช่นเดียวกับคนพิการด้วย และควรยกเว้นให้ผู้ให้นำเข้าสินค้าสำหรับผู้สูงอายุทุกอายุคนโดยไม่จำกัดผู้นำเข้าที่เป็นองค์การสถานสาธารณกุศลเท่านั้น ฉะนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยว ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ๆ ที่ต้องลงทุนในการนำเข้าและซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับผู้สูงอายุ สินค้าเวชภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ มาเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสุขภาพ ผู้สูงอายุ เมื่อนำเข้า/การซื้อของหรือสินค้านำเข้า อุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับผู้สูงอายุได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม

กิจกรรมที่ 2 การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และส่งเสริมภาคเอกชนในการพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุโดยเฉพาะ (elderly user friendly)

(1) สำรวจพฤติกรรมความต้องการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยการบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น และภาคี

เครือข่ายการท่องเที่ยว แสวงหาแนวทางในการดำเนินโครงการ เพื่อต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยจัดทำโปรแกรมหรือ Application ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม มีการจัดทำคู่มือการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่จัดเก็บมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่ได้มาตรฐาน

(2) พัฒนาระบบฐานข้อมูลของผู้ประกอบการโดยเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเพิ่มเติมข้อมูลจากการสำรวจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดโดยประสานงานกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ภาคีเครือข่ายท่องเที่ยว เชิญชวนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเข้ามาให้ข้อมูลรายละเอียดของสถานประกอบการ เช่น ชื่อสถานประกอบการ ประเภทของการบริการ สถานที่ตั้งพร้อมพิกัด เส้นทางในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก รูปภาพของสถานประกอบการ เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่ได้มาตรฐาน

(3) วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และข้อมูลผู้ประกอบการมาวิเคราะห์ร่วมกันและนำเสนอให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงคมนาคม สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการจัดบริการให้สามารถให้บริการแก่ผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) พัฒนาการให้บริการข้อมูลที่ทันสมัยหลากหลาย โดยการนำข้อมูลที่อยู่ในระบบฐาน ข้อมูลมาประมวลผลเป็นสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่ทุกภาคส่วนนำไปใช้ประโยชน์โดยการให้บริการข้อมูลผ่าน website และ จัดทำ Application เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

(5) ส่งเสริมภาคเอกชนในการพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุโดยเฉพาะ (elderly user friendly) เพื่อให้บริการจองสถานที่พักและจำหน่ายสินค้ารวมทั้งบริการด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ และรองรับการบริการชำระเงินด้วยระบบ E-Payment ตลอดจนจัดเก็บพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติและใช้วางกลยุทธ์การตลาดได้ โดยร่วมมือกับบริษัท tech-startup เพื่อสร้างความแตกต่างจากแพลตฟอร์ม/แอปพลิเคชันในปัจจุบันซึ่งมีความซับซ้อนและไม่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุ รวมทั้งสนับสนุนโรงแรมและธุรกิจขนาดเล็ก โดยมีการจัดเก็บอัตราค่าตอบแทนที่เหมาะสม

3.4.2 เป้าหมายรองที่ 2 : เชื่อมโยงภาคการเกษตรและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

แนวทางการบรรลุเป้าหมายรอง :

กิจกรรมที่ 1 การส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์
ดำเนินการโดยกรมส่งเสริมการเกษตร กรมพัฒนาที่ดิน กรมวิชาการเกษตร และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

(1) รับสมัครเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรเข้าร่วมโครงการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบเกษตรแปลงใหญ่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรด้วยการรวมกลุ่มเพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

(2) จัดอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและการบริหารจัดการฟาร์มในการทำเกษตรอินทรีย์ ให้เกษตรกรปราดเปรื่องเรื่องอินทรีย์ (Smart Farmer) กลุ่มเกษตรกรมีความเข้มแข็ง (Smart Group) มีความรู้ความเข้าใจและทักษะในระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์ และการพัฒนาทักษะสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ (Smart Enterprise)

(3) สนับสนุนปัจจัยการผลิต การให้บริการตรวจวิเคราะห์ดิน พัฒนาแหล่งน้ำในไร่นา และติดตามให้คำแนะนำเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรในช่วงเปลี่ยนผ่านจากการผลิตแบบดั้งเดิมสู่การผลิตเกษตรอินทรีย์

(4) การให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ให้แก่เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ และจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

(5) พัฒนาแหล่งผลิตเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกร เชื่อมโยงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์วิถีไทย

กิจกรรมที่ 2 การเชื่อมโยงตลาดเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย ดำเนินการโดย กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงสาธารณสุข ดังนี้

(1) จับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ กับผู้ประกอบการโรงแรม โรงพยาบาล ร้านอาหาร และห้าง Modern Trade เพื่อจำหน่ายผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย

(2) อบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ให้สามารถจำหน่ายผลผลิตผ่านตลาดออนไลน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยและผู้บริโภคทั่วไปที่รักสุขภาพสามารถหาซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์ได้โดยตรงจากผู้ผลิต

(3) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นด้วยการเล่าเรื่องราว (Story) เกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์วิถีชีวิตชุมชน รวมถึงการต่อยอดให้มีการแปรรูปผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรให้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่มีมูลค่าสูง และเป็นของฝากสำหรับผู้สูงวัย

กิจกรรมที่ 3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีผลิตภัณฑ์จากหม่อนไหมเป็นสินค้าแชมป์เปี้ยน (Product Champion) และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(1) พัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์หม่อนไหมเพื่อเป็นสินค้าแชมป์เปี้ยนในการตอบโจทย์นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (ตัวอย่างสินค้ากรมหม่อนไหมที่จะส่งเสริมให้เป็นสินค้าแชมป์เปี้ยน ดังภาพที่

ที่ผ่านมาการพัฒนาผลิตภัณฑ์หม่อนไหม ไม่ได้มุ่งเน้นในการพัฒนาเพื่อสนองความต้องการในด้านสุขภาพหรือรองรับผู้สูงวัยมากนัก ปัจจุบันการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีบางส่วนอยู่ระหว่างกระบวนการวิจัย และบางส่วนสามารถจำหน่ายเชิงพาณิชย์ได้แล้ว เช่น อาหารเสริมถั่งเช่าผลิตจากหม่อนไหม และดักแด้ไหม เวชสำอาง เวชศาสตร์ชะลอวัยจากสารสกัดโปรตีนไหม และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหม่อนที่มีสรรพคุณในการลดน้ำตาลในเลือด ลดความดันโลหิต และเป็นสาร Antioxidant มีการดำเนินการดังนี้

(1.1) ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อคัดเลือกนำมาใช้ต่อยอดและจับคู่กับความต้องการของผู้บริโภคและกระแสความนิยมการค้าสุขภาพในปัจจุบัน

(1.2) นำร่องส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมในกลุ่มเกษตรกร ชุมชน และผู้ประกอบการ

(1.3) บูรณาการร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงาน

(2) พัฒนาสินค้าหม่อนไหมที่มีคุณภาพและปลอดภัยตามมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกษตรกร ชุมชน และผู้ประกอบการ ตระหนักถึงการผลิตที่มีคุณภาพ คำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาต่อยอดการแปรรูปผลผลิตให้เป็นอาหารด้านสุขภาพที่มีมูลค่าสูงปัจจุบันกรมหม่อนไหมได้ขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หม่อนไหมเข้าสู่มาตรฐาน ในหลากหลายมาตรฐาน อาทิ มาตรฐาน การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) สำหรับหม่อนใบทำชา และหม่อนผลสด มาตรฐานหม่อนไหมอินทรีย์ ชาใบหม่อนอินทรีย์มาตรฐาน EU organic เพื่อรองรับผู้บริโภคในประเทศโซนยุโรป

(3) เชื่อมโยงสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนเพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนแบบครบวงจร ทั้งแหล่งท่องเที่ยว การนำเสนอภูมิปัญญา สินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมอัตลักษณ์ชุมชน และการให้การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนให้กับชุมชน

(4) ให้การรับรองร้านค้าจำหน่ายผ้าไหมที่ได้มาตรฐาน (Certified Thai Silk Shop) จำนวน 111 ร้านค้า กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศเพื่อเป็นการการันตีให้กับผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยที่มีคุณภาพจากร้านที่ได้มาตรฐาน

(5) ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยนำผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุมาให้คำแนะนำผู้ประกอบการผลิตสินค้า/บริการเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ และจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยว

ภาพที่ 1 ตัวอย่างสินค้ากรรมหม่อนไหมที่จะส่งเสริมให้เป็นสินค้าแชมป์เยี่ยม

ผลิตภัณฑ์ชาใบหม่อน Mulberry Tea

มีสรรพคุณ ลดระดับน้ำตาลในเส้นเลือด ลดความดัน และช่วยบำรุงร่างกาย ปัจจุบันชาใบหม่อนได้รับมาตรฐานEU Organic มีจำหน่ายในประเทศและส่งออก สหรัฐอเมริกา ยุโรปญี่ปุ่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย



ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว Natural Silk Sericin skincare ประกอบด้วย แชมพู สบู่เหลว/สบู่ก้อน และโลชั่นเจลบำรุงผิวโปรตีนไหมทองคำ โดยมีส่วนผสมหลักจากโปรตีนเซรีซินซึ่งเป็นโปรตีนจากธรรมชาติที่ได้จากแผ่นไหมทองคำ มีกรดอะมิโนและสารต่อต้านอนุมูลอิสระ (Anti - oxidant)

3.4.3 เป้าหมายรองที่ 3 : บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายในการให้บริการทั้งด้านการแพทย์และด้านจิตใจ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

แนวทางการบรรลุเป้าหมายรอง :

กิจกรรมที่ 1 การให้บริการคำปรึกษาทางการแพทย์

(1) จัดให้มีการให้บริการคำปรึกษาเชิงส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และการแพทย์ทางเลือก เช่น สมุนไพรไทย (การแพทย์แผนไทย) ระหว่างการท่องเที่ยว และหลังท่องเที่ยว ด้วยระบบการให้คำปรึกษาทางการแพทย์ผ่านทางไกล (Tele Medicine)

(2) การนวดแผนไทย-ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยคุณภาพสูง (ส่งเสริมผลิตและยกระดับพร้อมควบคุมมาตรฐาน) (มิติการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

(3) การควบคุมมาตรฐานการนวดแผนไทย-ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย (มิติการรักษาระดับผลิตภัณฑ์)

(4) Upskill Reskill หมอนวดที่มีความสามารถหลากหลายภาษาและหลากหลายทักษะที่เอื้อต่อกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง(มิติการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

(5) Upskill Reskill มัคคุเทศก์หลากทักษะมุ่งเกี่ยวเนื่องหลากหลายประเภทการท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ 2 การฟื้นฟูสุขภาพด้วยการแพทย์และการแพทย์แผนไทย

(1) Upskill Reskill มัคคุเทศก์หลากทักษะมุ่งเกี่ยวเนื่องหลากหลายประเภทการท่องเที่ยว (มิติการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

(2) Upskill Reskill แพทย์และแพทย์แผนไทยหลากทักษะมุ่งเกี่ยวเนื่องหลากหลายประเภทการท่องเที่ยว (มิติการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

(3) แผนเพิ่มจำนวนสถานบริการคุณภาพสูง (ส่งเสริมผลิตและยกระดับพร้อมควบคุมมาตรฐาน) (มิติการเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์)

(4) ยกระดับมาตรฐานการแพทย์แผนไทย ด้วยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เผยแพร่ผลงานให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

(5) การควบคุมมาตรฐานการฟื้นฟูสุขภาพด้วยการแพทย์และการแพทย์แผนไทย (มิติการรักษาระดับผลิตภัณฑ์)

กิจกรรมที่ 3 การดูแลร่างกายและจิตใจ เช่น การนวดแผนไทย นั่งสมาธิ การทำบุญ

(1) แผนงานเพิ่มจำนวนสถานที่ท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมและกายจิตวิญญาณคุณภาพสูง (มิติการเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์)

(2) การควบคุมมาตรฐานการจัดการ ด้วย BCG (มิติการรักษาระดับผลิตภัณฑ์)

(3) Upskill Reskill มัคคุเทศก์ท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมและกายจิตวิญญาณคุณภาพสูง หลากทักษะมุ่งเกี่ยวเนื่องหลากหลายประเภทการท่องเที่ยว (มิติการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

(4) การเพิ่มกิจกรรมด้านการพัฒนาจิตใจ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การนั่งสมาธิ การทำบุญ หรือการฝึกโยคะ ในสถานบริการด้านการท่องเที่ยว

3.4.4 เป้าหมายรอง 4 : นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยคุณภาพดีเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น มีการใช้จ่ายและมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้น

แนวทางการบรรลุเป้าหมายรอง :

กิจกรรมที่ 1 การทำการตลาดเชิงรุกเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย

(1) จัดทำแคมเปญปีแห่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงวัย “Amazing Thailand : Silver Age Golden Year” เพื่อปรับเปลี่ยนสื่อสารให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดมากขึ้น หรือเป็นการสื่อสารภายใต้กลยุทธ์ (Customer-led) จากที่ผ่านมาซึ่งมักจะเป็นส่งเสริม/ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นนำเสนอสิ่งที่ประเทศไทยสามารถนำเสนอ (product-led strategy) ยกตัวอย่างเช่น ในปี 2563 ที่ใช้แคมเปญ Amazing Thailand, Open to the New Shades ซึ่งมุ่งเน้นนำเสนอการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ แก่ นักท่องเที่ยว หรือในปี 2562 ที่มีโครงการ Amazing ไทยแลนด์ พรีเมียม โดยมุ่งเน้นนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวระดับพรีเมียม

(2) พัฒนาแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระยะยาว (10-15 วัน) ประเภท Retreat หรือ การแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยโดยเฉพาะ โดยมุ่งเน้นความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยเป็นศูนย์กลาง (customer-centric) อาทิ กระแสความต้องการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันหรือองค์รวม (Holistic Health) การมีอายุยืนนานและดูอ่อนเยาว์ (Longevity and Youthfulness) การท่องเที่ยวครั้งหนึ่งในชีวิต (Once in the Lifetime)

ทั้งนี้ ปัจจุบันการแนะนำ/ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะให้ข้อมูลเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ร้านค้า (ซีอปปิ้ง) ร้านอาหาร เทศกาลประเพณี แต่ไม่ได้นำมาเชื่อมโยงกันเป็นเส้นทางการท่องเที่ยว และยังขาดข้อมูลในส่วนแหล่งท่องเที่ยว/สถานบริการด้านสุขภาพ การแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวจึงจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการวางแผนเดินทาง/ท่องเที่ยว ทำให้สามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่อาจจะยังไม่เคยมาประเทศไทยมาก่อน

(3) เสริมสร้างมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งตอบโจทย์ pain point ของนักท่องเที่ยวสูงวัยที่ต้องการความปลอดภัยสูง โดยเพิ่มการมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความคุ้มครอง 3 ภัย (โรคร้าย อุบัติภัย โจรภัย)

(3.1) ในด้านสุขอนามัย ควรประชาสัมพันธ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยที่มีอยู่แล้วให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น รวมทั้งควรหาแนวทางร่วมมือกับบริษัทประกันภัยและสถานพยาบาลในไทยให้สามารถขยายความคุ้มครองการประกันสุขภาพที่กลุ่มผู้สูงอายุทำไว้ในประเทศต้นทางมายังไทยได้

(3.2) ในด้านอุบัติเหตุ จัดโปรโมชันการประกันภัยอุบัติเหตุระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทยฟรีในช่วงแคมเปญ “Amazing Thailand : Silver Age Golden Year” โดยร่วมมือกับภาคธุรกิจประกันภัย สมาคมการค้า และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และมีการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของผู้ให้บริการคมนาคมโดยเฉพาะรถบัส เรือโดยสาร และอารยสถาปัตยกรรมที่ท่องเที่ยวต่างๆ

(3.3) ในด้านโจรร้าย ส่งเสริมการชำระเงินแบบไร้เงินสดหรือพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัยโดยเฉพาะเพื่อใช้ในการชำระค่าสินค้าและบริการในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อลดความกังวลเรื่องการหลอกลวงหรือการคิดราคาสินค้า/บริการเกินสมควร โดยร่วมมือกับธนาคารต่างๆ ผู้ประกอบการ tech-startup และร้านค้าในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่ในเส้นทางแนะนำ

(4) กระตุ้นความต้องการเดินทางของผู้สูงวัยหลังโควิดผ่านการจัดโปรโมชั่นพิเศษและการอำนวยความสะดวกในการขอวีซ่าแบบ fast track และการมีช่องบริการพิเศษ (Priority lane) ให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยที่สนามบิน เนื่องจากหลายสถาบันได้วิเคราะห์ว่า กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพหรือมีการใช้จ่ายต่อทริปสูงกว่านักท่องเที่ยวที่อายุน้อย แต่อาจจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในช่วงหลังโควิดช้ากว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย

(5) ประชาสัมพันธ์แคมเปญการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงวัย มุ่งเน้นตลาดศักยภาพระดับบน ได้แก่ ตลาดยุโรป อเมริกาเหนือ ตะวันออกกลาง จีน และอินเดีย และการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น โดยมีการบูรณาการระหว่างกระทรวงการต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยมีการกำหนดประเทศ/ตลาดเป้าหมายและระยะเวลาดำเนินการที่สอดคล้องกันเพื่อให้เกิดผลที่มีน้ำหนัก (impact) มากขึ้นกว่าเดิม

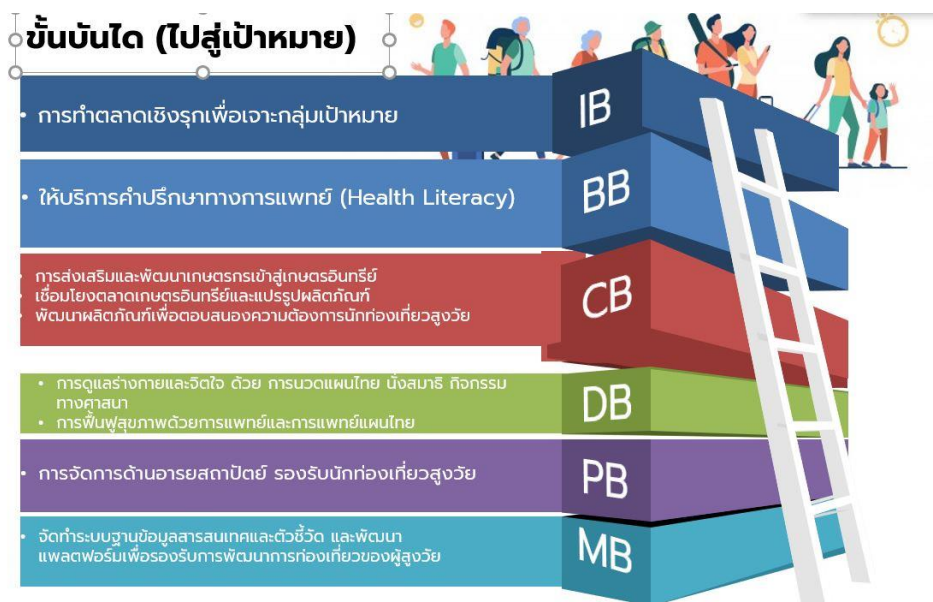
หน่วยรับผิดชอบ	กลุ่มเป้าหมาย/แนวทางประชาสัมพันธ์
กต.	- สัมภาษณ์/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่างประเทศโดยท่านทูตในตลาดเป้าหมาย
ททท.	- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกระแสหลัก (Mass media) เพื่อประชาสัมพันธ์ campaign ปีการท่องเที่ยวผู้สูงวัย - ประชาสัมพันธ์เจาะกองทุนบำเหน็จบำนาญในประเทศเป้าหมายโดยเฉพาะยุโรปและอเมริกา - ประชาสัมพันธ์โดยตรงไปยังบริษัทนำเที่ยว - เข้าร่วมงานแสดงสินค้าการท่องเที่ยว (Virtual)
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	- ประชาสัมพันธ์ในส่วนของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงวัย ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียหรือ influencers กลุ่ม Active senior อาทิ เน็ตไอดอลจีน “แกลม-มาส์” (Glam-mas) อาม่าซูเปอร์สตาร์ทรงเสน่ห์ชาวจีนที่มีผู้ติดตามกว่า 37,000 ราย (ตามภาพที่ 2) ผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ไคว໋໋ (Kuaishou) โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์แชมเปียนจากหมอนไหม อาทิ สุขภาพความงาม อาหารสุขภาพ สมุนไพรที่มีศาสตร์ชะลอวัย เครื่องประดับอัญมณีบำบัด สินค้านวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาในกลุ่ม 60+ ภายใต้โครงการพัฒนาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ และธุรกิจบริการไทยที่เกี่ยวข้อง (บริการสปา/นวดแผนไทย) รวมทั้งร้าน Thai Select

ภาพที่ 2 ตัวอย่างกลุ่มเน็ตไอดอล “แกลม-มาร์ส” ในจีน



ที่มา : www.xinhua.com/

ภาพที่ 3 บันไดการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตแบบก้าวกระโดดที่มั่นคงของกิจกรรมต่างๆ



บันไดการเปลี่ยนแปลงและก้าวกระโดดอย่างมั่นคงของกิจกรรมต่าง ๆ ที่ขับเคลื่อนเป้าหมายรองเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายหลัก ประกอบด้วย

1. Mission Based: มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงที่ครบถ้วนตามหน้าที่สอดคล้องกับหมุดหมายยึดหลักวิชาการสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบด้วย การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุและส่งเสริมภาคเอกชนในการพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลสำเร็จ

2. Problem Based : มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงที่แก้ไขปัญหาวิกฤตปัจจุบันและการรับมือกับความเสี่ยงในอนาคต ประกอบด้วย การจัดการด้านอารยสถาปัตย์ เพื่อการพัฒนาอาคารสถานที่ แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ

3. Development Based : มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงจากการต่อยอดจากความสำเร็จที่ผ่านมาพัฒนาต่อเนื่องให้ดีกว่าเดิมในทุกๆด้านและมีมาตรฐานสู่สากลประกอบด้วยกิจกรรม 1)การดูแลร่างกายและจิตใจ ด้วยการนวดแผนไทย นั้่งสมาธิและกิจกรรมทางศาสนา 2)การฟื้นฟูสุขภาพด้วยการแพทย์และการแพทย์แผนไทย

4. Creative Based : มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงโดยการริเริ่ม สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยทำมาก่อนในองค์กร ประกอบด้วยกิจกรรม 1) การส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์ 2) การเชื่อมโยงตลาดเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีผลิตภัณฑ์จากหมอนไหมเป็นสินค้าแชมป์เปี้ยน(Product Champion) และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5. Benchmark Based : มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงโดยการนำความเป็นเลิศ/แนวปฏิบัติที่ดีมาปรับใช้ในองค์กร ประกอบด้วยกิจกรรม การให้บริการคำปรึกษาทางการแพทย์

6. Innovation Based: มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดด้วยนวัตกรรม ประกอบด้วยกิจกรรมการทำตลาดเชิงรุกเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย

3.5 สรุปภาพรวมของเป้าหมายหลัก เป้าหมายรอง และแนวทางบรรลุเป้าหมาย (Chapter Summary)

เพื่อบรรลุเป้าหมายหลักในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และสามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ กลุ่ม 9 จึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย โดยแบ่งเป็นกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

ต้นน้ำ (Upstream)

- (1) การส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์
- (2) การเชื่อมโยงตลาดเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย
- (3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีผลิตภัณฑ์จากหมอนไหมเป็นสินค้าหลักและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- (4) จัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงวัย และส่งเสริมภาคเอกชนพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการใช้งาน
- (5) ทำการวิเคราะห์ ประเมินการ จัดทำแนวทางการพัฒนาและตัวชี้วัดของโครงการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กลางน้ำ (Midstream)

- (1) การจัดการด้านอารยสถาปัตย์เพื่อการพัฒนาอาคารสถานที่ แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ คนพิการ และคนทุพพลภาพ

- (2) การให้บริการคำปรึกษาทางการแพทย์ ให้คำแนะนำดูแลสุขภาพ เชื่อมโยงการตรวจสุขภาพ
- (3) การฟื้นฟูสุขภาพด้วยการแพทย์และการแพทย์แผนไทย
- (4) การดูแลร่างกายและจิตใจ การนวดแผนไทย นั่งสมาธิ กิจกรรมทางศาสนา

ปลายน้ำ (Downstream)

- (1) การทำการตลาดเชิงรุกเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย
- (2) จัดทำ Campaign ปีแห่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- (3) พัฒนา Package การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระยะยาว
- (4) เสริมสร้างมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีความปลอดภัยสูง
- (5) กระตุ้นความต้องการเดินทางของผู้สูงอายุหลังสถานการณ์โควิด ผ่านการจัดโปรโมชั่นพิเศษ และการอำนวยความสะดวกในการขอวีซ่าแบบรวดเร็วและมีช่องบริการพิเศษ
- (6) ประชาสัมพันธ์ Campaign การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ มุ่งเน้นตลาดศักยภาพระดับบน

4. การนำแนวทางบรรลุป้าหมายสู่การปฏิบัติ

4.1 แผนปฏิบัติการแปลงแผนสู่การปฏิบัติ หน่วยงานรับผิดชอบ และผลผลิต/ผลลัพธ์ของกิจกรรม

แนวทางดำเนินการ	ผลผลิต/ผลลัพธ์ของกิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
<p>กิจกรรมที่ 1.1 ส่งเสริม พัฒนาและปรับปรุงสถานบริการและแหล่งท่องเที่ยวด้วยอารยสถาปัตย์</p> <p>โดยมีคณะกรรมการระดับจังหวัด ซึ่งมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน ทำหน้าที่บูรณาการพัฒนาอารยสถาปัตย์ของจังหวัด</p>	<p>(1) สถานบริการและแหล่งท่องเที่ยวที่มีอารยสถาปัตย์มีจำนวนเพิ่มขึ้น</p> <p>(2) มีคู่มือการดำเนินงานด้านการจัดการสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ให้กับบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ องค์กร หน่วยงาน ผู้เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชมรมผู้สูงอายุ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงการคลัง</p> <p>หน่วยงานรอง : กระทรวงมหาดไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมอุทยานแห่งชาติฯ และกรมป่าไม้ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงคมนาคม สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน</p>
<p>กิจกรรมที่ 1.2 การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและตัวชี้วัดเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยมีกระทรวงดิจิทัลฯ เป็นเจ้าภาพในการบูรณาการจัดทำระบบฐานข้อมูลกลางและตัวชี้วัด</p>	<p>(1) มีระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยว</p> <p>(2) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ความสนใจความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ</p> <p>หน่วยงานรอง : กระทรวงการท่องเที่ยวฯ และกระทรวงการพัฒนาสังคมฯ กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานพระพุทธศาสนาฯ กระทรวงคมนาคม</p>
<p>กิจกรรมที่ 2.1 เชื่อมโยงการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์ สู่ โรงแรม ร้านอาหาร และท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดย กษ. ร่วมกับ พณ.จัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ Business Matching ระหว่างกลุ่มเกษตรกรกับผู้ประกอบการ</p>	<p>(1) จำนวนเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น</p> <p>(2) มีการเชื่อมโยงผลผลิตเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปกับตลาดออนไลน์และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ ความปลอดภัย และสุขลักษณะ และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์</p> <p>หน่วยงานรอง : กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม</p>

แนวทางดำเนินการ	ผลผลิต/ผลลัพธ์ของกิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
<p>กิจกรรมที่ 2.2 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงวัย โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีการสำรวจและวิจัยความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค</p>	<p>(1) การเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุได้เพิ่มขึ้น โดยมีจำนวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแปรรูปสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมสามารถนำมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและภาคบริการ</p> <p>(2) ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหม มีคุณภาพ ความปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p> <p>(3) ชุมชนมีรายได้ต่อเนื่องควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเผยแพร่อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์</p> <p>หน่วยงานรอง : กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข กระทรวง อว.</p>
<p>กิจกรรมที่ 3.1 การให้คำปรึกษา(Health Literacy) และบริการทางการแพทย์ โดยสาธารณสุขจังหวัด ร่วมกับท่องเที่ยวจังหวัด ยกกระดับการให้บริการให้สูงขึ้น</p>	<p>(1) มีการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาและผลักดันให้มีการจัดการด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้นแบบของประเทศและอาเซียนในระยะต่อไป</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงสาธารณสุข</p> <p>หน่วยงานรอง : กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงการพัฒนาสังคมฯ สถาบันการศึกษา</p>
<p>กิจกรรมที่ 3.2 การดูแลร่างกาย และจิตใจ เช่น การนวดแผนไทย นั้งสมาธิ กิจกรรมทางศาสนา</p> <p>สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด ร่วมกับสาธารณสุขจังหวัด ทำหน้าที่จัดทำแผนเชื่อมโยงกิจกรรมทางศาสนาและการนวดแผนไทยกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</p>	<p>(1) มีการเชื่อมโยงกิจกรรมทางศาสนาเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ</p> <p>หน่วยงานรอง : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย</p>

แนวทางดำเนินการ	ผลผลิต/ผลลัพธ์ของกิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
<p>กิจกรรมที่ 4.1 ประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมาย</p> <p>โดยมีเอกอัครราชทูต และทูตพาณิชย์ในต่างประเทศ จัดทำแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงวัยในประเทศต่างๆ</p>	<p>(1) นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยคุณภาพดีมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น มีการใช้จ่ายและมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้น</p> <p>(2) ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุของไทยในตลาดโลกมีความชัดเจนมากขึ้น</p> <p>(3) การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงได้เพิ่มขึ้น</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงพาณิชย์</p> <p>หน่วยงานรอง : การกระทรวงการต่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์</p>

4.2 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor)

<p>เป้าหมายที่ 1</p> <p>โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบุคลากรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยในแหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างครบถ้วนและทั่วถึง</p>	<p>1.มาตรฐานการออกแบบอารยสถาปัตย์ (Design for All) ต้องออกแบบให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุและสถานที่</p>	<p>2.งบประมาณในการลงทุน ต้องสนับสนุนงบประมาณให้องค์กรส่วนท้องถิ่นเพื่อใช้ในการดำเนินการ</p>	<p>3.การยอมรับและมีส่วนร่วมของภาคประชาชน การดำเนินการต้องมีการทำประชาคมเพื่อให้เกิดความร่วมมือของคนในท้องถิ่น</p>
<p>เป้าหมายที่ 2</p> <p>เชื่อมโยงภาคการเกษตรและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงวัย</p>	<p>1.การยอมรับและความเข้าใจของเกษตรกรต้องมีการสื่อสารและถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อให้ทราบแนวทางการดำเนินการได้อย่างถูกต้อง</p>	<p>2.ราคาตลาดจูงใจ ผลិតภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีคุณค่า และก่อให้เกิดอรรถประโยชน์เหมาะสมกับราคา นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความพึงพอใจ</p>	<p>3.ความเชื่อมั่นในคุณภาพมาตรฐาน สรรพคุณ และประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยสร้างผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพที่มีความหลากหลาย มีประโยชน์ต่อสุขภาพและมีคุณภาพได้มาตรฐาน</p>

<p>เป้าหมายที่ 3</p> <p>บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายในการให้บริการทั้งด้านการแพทย์และด้านจิตใจ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวสูงวัย</p>	<p>1.รักษามาตรฐานสาธารณสุขไทยที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ และยกระดับคุณภาพการให้บริการในระดับสากล เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจสำหรับนักท่องเที่ยว</p>	<p>2.ประชาสัมพันธ์ในการให้บริการผ่านคลายจิตใจและร่างกาย เพื่อเป็นการเผยแพร่สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จัก และไว้วางใจ</p>	
<p>เป้าหมายรองที่ 4</p> <p>นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยคุณภาพดีเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น มีการใช้จ่ายและมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้น</p>	<p>1.ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อสายตานักท่องเที่ยว</p>	<p>2.รู้สึกเป็นบ้านหลังที่ ๒ เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เอายากกลับมาท่องเที่ยวอีก</p>	<p>3.บุคลากรในภาคธุรกิจและสถานประกอบการมีจิตบริการที่ดี สร้างความประทับใจ</p>

4.3 ความเสี่ยงและแนวทางการจัดการความเสี่ยง

ความท้าทาย	ความเสี่ยง	การบริหารความเสี่ยง
1.งบประมาณ	งบประมาณภาครัฐจำกัด	สนับสนุนให้ออกชนหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมดำเนินการลงทุนในการพัฒนาอารยสถาปัตย์ในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น หรือการจัดสรรรายได้จากการเก็บค่าเข้าสถานที่ให้กับองค์การบริหารส่วนตำบล
2.การมีส่วนร่วมของชุมชน	การคัดค้านจากภาคประชาสังคม	การทำประชาพิจารณ์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วยแนวคิด PPP ให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนทิศทางการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนของตนเอง โดยภาครัฐ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/ผู้ประกอบการโรงแรมร่วมมือกับชุมชนในท้องถิ่น ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น วัดวาอาราม ร้านอาหาร เป็นต้น เพื่อให้ทุกจังหวัดมีจุดขาย
3.สภาพภูมิอากาศ	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	การประกันภัยพืชผลสินค้าเกษตร เช่น พืชผัก ผลไม้ สมุนไพรไทย สินค้าออร์แกนิกส์ ยังมีความไม่แน่นอนในเรื่องการเพาะปลูก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้ได้ผลผลิตไม่พอเพียง

		รวมถึงการบริหารจัดการช่วงเวลาในการเพาะปลูกให้สอดคล้องกับความต้องการในแต่ละฤดูกาลของการท่องเที่ยว เพื่อนำมาผลิตอาหารให้เหมาะกับช่วงฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทย
4. ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม	การเสื่อมโทรมของทรัพยากร	เทคโนโลยีและการบริหารจัดการที่ดี การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) 1. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จัดการการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ การจัดการเขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการกำหนดขอบเขตพื้นที่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นสัดส่วนเหมาะสมกับประโยชน์การใช้งานในเชิงการท่องเที่ยว การจัดทำคู่มือท่องเที่ยว และป้ายสื่อความหมายธรรมชาติ ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างจิตสำนึกและความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
5. โรคระบาด	เกิดโรคอุบัติใหม่	จัดทำแผนรองรับโรคระบาดและโรคอุบัติใหม่ 1. การสร้างมาตรฐานสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA) โรงแรมได้รับตราสัญลักษณ์ SHA 2. การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดอย่างเคร่งครัด การฉีดวัคซีนได้อย่างทั่วถึง (การวิจัยของ figgy.com และ Ctrip (เว็บไซต์จัดการท่องเที่ยวออนไลน์ที่ใหญ่เป็นอันดับ 1 ของจีน และเป็นอันดับ 2 ของโลก) พบว่า ไทยเป็นประเทศแรกที่นักท่องเที่ยวจีนนี้ถึงภายหลังวิกฤต COVID-19 รองลงได้แก่ ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ (ข้อมูล ณ พฤษภาคม 2563 วิจัยกรุงศรี)
6. การแพทย์แผนไทยมีมาตรฐานโลก	การยอมรับแพทย์แผนไทย (การนวดไทย สปาเพื่อสุขภาพ น้ำพุร้อน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย กัญชาทางการแพทย์ไทย)	ยกระดับมาตรฐานการนวดแผนไทย (ตำรับวัดโพธิ์) และจัดทำมาตรฐานและประชาสัมพันธ์การแพทย์แผนไทยที่พิสูจน์สรรพคุณได้ด้วยวิทยาศาสตร์ การสร้างเครือข่ายและการจับคู่ธุรกิจในผลิตภัณฑ์สมุนไพรและกัญชา ด้วยมีเจตนารมณ์ร่วมกันที่มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นวดไทยสมุนไพร และกัญชาทางการแพทย์แผนไทยให้แพร่หลายไปยังประชาชนและนักท่องเที่ยว สนับสนุนให้เกิดการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาพัฒนาให้มีมาตรฐานตามหลักวิชาการ เพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น

7.กฎหมาย	ความเสี่ยงด้านกฎหมาย (กฎหมายปัจจุบันยังไม่จูงใจธุรกิจภาคการท่องเที่ยว)	<p>จัดทำแผนบริหารจัดการด้านการคลังที่ดี มาตรการภาษีในการจูงใจผู้ประกอบการการท่องเที่ยว</p> <p>1. มาตรการลดหย่อนอัตราภาษี การบริโภค (Reduced Rates of Consumption Tax) ลดหย่อนภาษีมูลค่าเพิ่ม (Reduced VAT) กระตุ้นการพัฒนาและการขยายตัวของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวรวมทั้งการสร้างงานจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม การนำเข้าและการขายอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับสูงอายุ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้สูงอายุ</p> <p>2. สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentive) การลดอัตราภาษีรายได้ การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีการลงทุน การเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงเพิ่มเติม ทรัพย์สินที่เกี่ยวกับการอารยะสถาปัตยกรรมของสถานประกอบการเพื่อมีไว้บริการนักท่องเที่ยวฯ อย่างเช่น การลดอัตราภาษีรายได้ (Reduced Income Tax Rate) กระตุ้นให้เกิดการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ศูนย์แสดงสินค้า สวนสนุก เป็นต้น ตัวอย่างเช่น “Concessional tax treatment” ของประเทศออสเตรเลีย</p> <p>ที่มา: สังเคราะห์จากรายงานของ OECD (2014)</p>
8. การแข่งขันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	นักท่องเที่ยวมีทางเลือกอื่น อาทิ เวียดนาม ซึ่งกำลังเร่งลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และมีความได้เปรียบด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ยังใหม่และยังมีอีกมาก โดยได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากนักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะจีน	<p>เชื่อมโยงเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่าย พันธมิตร กับประเทศเพื่อนบ้าน</p> <p>1. การจับคู่การเดินทาง (Bubble Tourism) เป็นการทำความตกลงร่วมกับประเทศที่มีการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคได้เป็นอย่างดี และนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบการเดินทางมาไทย อาทิ จีน สิงคโปร์ เวียดนาม และออสเตรเลีย</p> <p>2. การปรับรูปแบบการรับนักท่องเที่ยว การรับและกระจายต่อไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค เพื่อลดการแข่งขัน ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและสร้างความหลากหลายในการท่องเที่ยว ได้แก่ นโยบายการออกวีซ่าระหว่างกัน (Visa policy) โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมระหว่างกัน เช่น เส้นทางกรุงเทพฯ -พนมเปญ - โฮจิมินห์ ,ภูเก็ต-ฟังกา-ระนอง-ทะเลพม่า หรือ รถไฟหาดใหญ่-กัวลาลัมเปอร์-สิงคโปร์ เป็นต้น</p>

4.4 บทสรุป

การนำข้อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ และฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19 ไปสู่การปฏิบัติให้สามารถบรรลุเป้าหมายหลักและเป้าหมายรองได้นั้น ไม่สามารถดำเนินการได้โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพียงหน่วยงานเดียว แต่จำเป็นต้องมีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ อาทิ ในภาคส่วนต่างๆ ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการสนับสนุนการผลิตสินค้าเกษตร และพัฒนาสินค้าที่เกี่ยวข้อง ที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงวัย กระทรวงการคลังที่จะต้องมีการส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการในการพัฒนาอารยสถาปัตย์รองรับนักท่องเที่ยว กระทรวงสาธารณสุขที่จะต้องพัฒนามาตรฐานทางการแพทย์และจุดเด่นด้านการแพทย์แผนไทยหรือสมุนไพรเพื่อสร้างความแตกต่างจากประเทศคู่แข่งอื่น ตลอดจนความร่วมมือระหว่างกระทรวงการต่างประเทศและกระทรวงพาณิชย์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในส่วนที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังต้องการวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และความเสี่ยงต่างๆ เพื่อหาแนวทางการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นอันจะทำให้การขับเคลื่อนแผนไม่บรรลุผลตามที่วางเป้าหมายไว้

5. สรุปภาพรวม

5.1 สรุปภาพรวม

จากที่กลุ่มได้ศึกษาสภาพปัญหา วิเคราะห์การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศ ในอนาคตแนวทางการแก้ไข และ/หรือการพัฒนา การนำแนวทางบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ สรุปเป็นภาพ “การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุเพื่อสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19” รวมถึงนี้

ข้อเสนอเชิงนโยบาย แนวทางปฏิบัติและหน่วยงานรับผิดชอบ

1. กระทรวงการท่องเที่ยวฯ เป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำแผนที่กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อประชาสัมพันธ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งจัดให้มีข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุ โดยการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวลักษณะเพิ่มจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวที่ทุกคน อยากมาสัมผัส เช่น การไหว้พระประจำปีเกิดหรือวันเกิด หรือบริการนวดแผนไทย (ตำรับวัดโพธิ์) เป็นการเสริมสร้างความสุขใจและกาย โดยกระทรวงวัฒนธรรมร่วมกับสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติจัดหาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ตรงกับวันหรือปีเกิด รวมทั้งการจัดทำประวัติความเป็นมาเพื่อสร้างเรื่องราว (Story) ของสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อีกทั้งมีการยกระดับมาตรฐานอาชีพผู้ให้บริการนวดแผนไทย (ตำรับวัดโพธิ์) ให้มีการเสริมความรู้สู่การทำกายภาพบำบัดระดับสากล ซึ่งกระทรวงสาธารณสุข จะเป็นหน่วยงานหลักในการออกแบบและจัดทำหลักสูตรฝึกอบรม ที่น่าสนใจ เหมาะสม และสามารถตอบโจทย์ทางการตลาดในอนาคต เพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุในระยะต่อไปได้

2. กำหนดเป็นนโยบายภาคบังคับเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มีการดำเนินงานปรับสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุในการเดินทางท่องเที่ยวโดยการประสานการดำเนินงานร่วมกับกระทรวงคมนาคม เพื่อพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งสำหรับผู้โดยสารสูงอายุ ซึ่งเป็นผู้ที่สมควรได้รับการปฏิบัติ ดูแลด้านความปลอดภัยหรือจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น จัดให้มีบริการรถเข็นไฟฟ้าอัตโนมัติ จัดให้มีช่องทางพิเศษ สำหรับผู้สูงอายุ (Elderly Zone) จุดบริการให้คำปรึกษา แนะนำ หรือสายด่วน เป็นต้น ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวฯ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินงาน ทั้งนี้ควรมีการเชื่อมโยงด้านเทคโนโลยีและ นวัตกรรมในการพัฒนาและออกแบบระบบ one -

app เพื่อให้ผู้สูงอายุที่รักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นและนานขึ้น รวมทั้งมีการพัฒนา ประดิษฐ์อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมต่อผู้สูงอายุในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น หุ่นยนต์ มัคคุเทศก์หรือพัฒนาโปรแกรมอัจฉริยะ ที่สามารถสื่อสารหรือให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุได้ โดยกระทรวงการอุดมศึกษาฯ และกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นเจ้าภาพหลัก

3. พัฒนารูปแบบการให้บริการแบบโฮมสเตย์ กิจกรรมตาม Life Style รองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งมีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่อทริปยาวนานขึ้น โดยกระทรวงการท่องเที่ยวฯ มีบทบาทสำคัญในการเป็นหน่วยงานหลักสนับสนุนด้านงบประมาณสำหรับผู้ประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ หรือเป็นงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่เป็นผู้ใช้จ่ายงบประมาณ และเชื่อมโยงฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับโปรแกรมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ร่วมกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และการมีกิจกรรมที่ตอบสนอง Life Style ของผู้สูงอายุรุ่นใหม่ที่ใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีให้ตอบโจทย์ความต้องการของตนเอง

4. สัมมนาเพื่อหาแนวทางพัฒนา อารยสถาปัตยกรรม Universal Design) แบบมีส่วนร่วม โดยการสำรวจและออกแบบเพื่อพัฒนาปรับปรุงสถานที่และอุปกรณ์ เปิดโอกาสให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม มีส่วนร่วมในการลงทุน (PPP) รวมทั้งการส่งเสริมให้ผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และความเข้าใจเรื่องการจัดสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก ที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวฯ สามารถบูรณาการด้านงบประมาณ ความร่วมมือทางวิชาการ ร่วมกับสถาบันการศึกษา และกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เพื่อสร้างความตระหนัก และเตรียมความพร้อมรองรับการบริหารจัดการในด้านต่างๆ ซึ่งจะช่วยการขับเคลื่อนการดำเนินงานดังกล่าวเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการเปิดโอกาสให้ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการลงทุนพัฒนาอารยสถาปัตยกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบ PPP (Public Private People Partnership)

5. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวฯ มีความร่วมมือเพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวสูงอายุให้เข้าถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติให้สะดวกมากขึ้น เช่น การพัฒนารถรางหรือกระเช้าขึ้นภูเขาสูง การพัฒนาบ่อน้ำพุร้อน ให้เป็น Onsen Thailand มีการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบ Electronics สื่อ Online ซึ่งจะทำให้เกิดการกระตุ้นความสนใจ สร้างแรงจูงใจการท่องเที่ยวได้สัมผัสอากาศดีในแต่ละช่วงเวลา เช่น ฤดูหนาวควรท่องเที่ยวภูเขาทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ฤดูฝนท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตการเพาะปลูกของเกษตรกรทางภาคกลาง ฤดูร้อนท่องเที่ยวบนน้ำตก ทะเล และเกาะแก่งเป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสูงอายุมีทางเลือกและเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวอากาศดีตามฤดูกาลต่างๆ

6. กระทรวงการท่องเที่ยวฯ มีการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การบริการด้านสุขภาพให้รองรับโลกไร้พรมแดน โดยร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุขพัฒนาและยกระดับโรงพยาบาลอำเภอ นำร่องและบุคลากรทางการแพทย์ อาสาสมัคร ให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวสูงอายุได้ในระดับพื้นที่ รวมถึงพัฒนาการให้คำปรึกษาทางการแพทย์แบบทางไกล (Tele-Medicine) เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาอีกครั้งในปีต่อไป

7. มีการจัดทำข้อมูลราคามาตรฐานการให้บริการ เพื่อสร้างแรงจูงใจและเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการท่องเที่ยวฯ เป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินงาน โดยควบคู่กับการพัฒนาระบบการชำระเงินผ่านทางระบบ Electronics เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้จ่าย ซึ่งกระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

8. พัฒนารูปแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ด้วยการจัดทำบัตรสะสมคะแนน เพื่อมอบสิทธิพิเศษให้กับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ดำเนินการโดยกระทรวงการคลัง กระทรวงการท่องเที่ยวฯ รวมทั้งการพัฒนาสถานที่พักแบบ Long Stay เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ใช้ชีวิตอย่างอิสระ และมีความปลอดภัย ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวฯ เป็นเจ้าภาพหลักประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ภารกิจของผู้สูงอายุ

9 ดึงเอกลักษณ์และจุดเด่นความเป็นไทยที่ไม่เหมือนชาติใดในโลก สร้างจุดขาย เสริมข้อมูลทางการตลาดในมิติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เช่น อาหารท้องถิ่นไทยเชื่อมโยงวิถีชีวิตทางการเกษตร อาหารสุขภาพและอาหารสมุนไพรเชื่อมโยงกับวิถีอาหาร Organics / Herbs และกลุ่ม Vegetarian การนำภูมิปัญญา วัฒนธรรม และประเพณีเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางศาสนา เพื่อสร้างการเรียนรู้ใหม่ให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ในวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของไทย ซึ่ง กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงเกษตรฯ เป็นหน่วยงานหลักดำเนินงาน

10. ประกาศกำหนดให้กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และสถานที่ Unseen Thailand ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางเข้าถึงได้สะดวก และประกาศยกย่องชมเชยแก่ผู้ดำเนินการดีเด่น เพื่อการยกย่องชมเชย เป็นพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวต้นแบบของผู้สูงอายุในระดับอาเซียน ในระยะต่อไป

5.2 บทเรียนที่ได้เรียนรู้จากการจัดทำรายงาน

5.2.1 ความท้าทายในการบูรณาการความคิดจากกลุ่มสมาชิก

(1) สมาชิกกลุ่มมาจากหลากหลายหน่วยงาน (11 องค์กร) ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบ และภารกิจ ความเชี่ยวชาญ และพื้นฐานองค์ความรู้ที่แตกต่างกัน ทำให้มีมุมมองและข้อคิดเห็นต่อสถานการณ์หรือปัญหา รวมทั้งแนวคิดเชิงนโยบายที่อาจแตกต่างกันไปด้วย จึงต้องมีความพยายามในการหาจุดร่วมในความเห็นที่ยอมรับร่วมกันได้ ประกอบกับความใส่ใจจากอาจารย์ที่ปรึกษา GP ที่กรุณาให้คำอธิบาย ชี้แนะ การรับฟัง การเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนข้อซักถาม รวมทั้งการฝึกให้สมาชิกกลุ่มมีบทบาทสอบถามกดดันตามห้วงเวลา จึงทำให้สมาชิกกลุ่มก้าวข้ามผ่านความท้าทายทางความคิดและการปฏิบัติมาได้ โดยมีเครื่องมือสำคัญคือ การสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในทีม การแบ่งบทบาทหน้าที่ ภาวะผู้นำ ผู้สนับสนุน การวางแผน การสลับบทบาทหน้าที่เพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ตามแผน ทุกๆ ประเด็นที่กล่าวถึง กลุ่ม 09 จึงมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การศึกษาหลักสูตร นบส. 94 ถือเป็นความท้าทายสูงสุดในการบูรณาการทางความคิด นับเป็นประสบการณ์ที่ล้ำค่าสำหรับเตรียมพร้อมรับความท้าทายในการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งรองอธิบดี เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนางานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่อไป

(2) ความท้าทายจากการเรียนออนไลน์แบบ 100% ทำให้สมาชิกต้องพบปะประชุมหารือกันผ่านระบบประชุมทางไกล (Video Conference) ซึ่งอาจจะเป็นอุปสรรคต่อการระดมความคิดเห็นร่วมกันส่วนหนึ่ง และยังต้องมีภารกิจในที่ทำงานที่ต้องดำเนินการควบคู่ไปด้วย ต่างจากการฝึกอบรมแบบออฟไลน์ที่จะมีเวลาทำงานร่วมกันได้มากกว่า ทำให้การจัดทำรายงานกลุ่มให้สำเร็จลุล่วงต้องเผชิญกับความท้าทายจากการจัดสรรเวลาเพื่อทำงานร่วมกัน

5.2.2 ความเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการพัฒนาตนเอง (IS) ให้เข้ากับการนำเสนอในรายงานกลุ่มไปปฏิบัติ

ในหัวข้อที่ศึกษา GP สมาชิกกลุ่ม 09 ได้มีการพัฒนาตนเอง โดยเครื่องมือที่อาจารย์กระตุ้นการพัฒนา ได้แก่ การส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่ม 09 ใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์และถ่ายทอดสู่แนวการปฏิบัติ การบูรณาการข้อมูล ทบทวนบทเรียนจากอดีต แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และ

ข้อคิดเห็น รวมถึงการฝึกทักษะสื่อสาร โดยวิธีการการนำเสนอผลงานหรือแสดงความคิดเห็นเสนอต่ออาจารย์ในห้องเรียน และการฝึกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีด้วยตนเองเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัล ซึ่งสิ่งที่ได้กล่าวไป สมาชิกกลุ่ม 09 ตระหนักว่าการเรียนรู้และมองโจทย์ให้เป็นความท้าทาย วิเคราะห์สถานการณ์บนข้อมูลให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งสังคม เศรษฐกิจ สุขภาพ หรือสภาวะแวดล้อม จะก่อให้เกิดประโยชน์สำหรับการพัฒนาตนเองและนำไปสู่การพัฒนางานที่รับผิดชอบให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายในอนาคตต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมหม่อนไหม กองตรวจสอบและรับรองมาตรฐานหม่อนไหม ข้อมูลการขึ้นทะเบียนร้านค้าจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์หม่อนไหมที่ได้มาตรฐาน. 2564
- คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ. 2563. แผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2560 - 2565.
กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- มาตรการทางภาษีเพื่อสังคมผู้สูงอายุ โดย นางสาวพิชญดา มงคล วิทยานิพนธ์การศึกษาลัทธิสุตร
นิติศาสตร์บัณฑิต สาขากฎหมาย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2562
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
<https://www.nytimes.com>, สิงหาคม 2564
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สภาพัฒนา
<https://www.bot.or.th>
- <https://www.bloomberg.com>
- United Nation
- www.xinhua.com/

คณะผู้จัดทำ

- | | | |
|------------------|-----------------|---|
| 1. นายสุรพล | ศรีเฮือง | สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ |
| 2. นางสาวสิมาลัย | สังข์นุช | กรมสรรพากร |
| 3. นางปราณี | ประทุมมา | กรมกิจการผู้สูงอายุ |
| 4. นายพงศ์ไท | ไทย์อิน | สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร |
| 5. นางพรพิณี | บุญบันดาล | กรมหม่อนไหม |
| 6. นายธีรพล | ศรีโมรา | สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม |
| 7. นายธนู | สุวรรณโน | สำนักงานสถิติแห่งชาติ |
| 8. นางสาวพัชชา | วุฒิพันธุ์ | กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ |
| 9. นายพินิจ | ผุดไชตุ | สำนักงานประกันสังคม |
| 10. นายวิทยา | วัฒนเรืองโกวิท | สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข |
| 11. นางสาวนิลุบล | รังษีธรรมานุกูล | สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ |

1. สภาพทั่วไปของปัญหา

1.1 ปัญหาและความท้าทาย

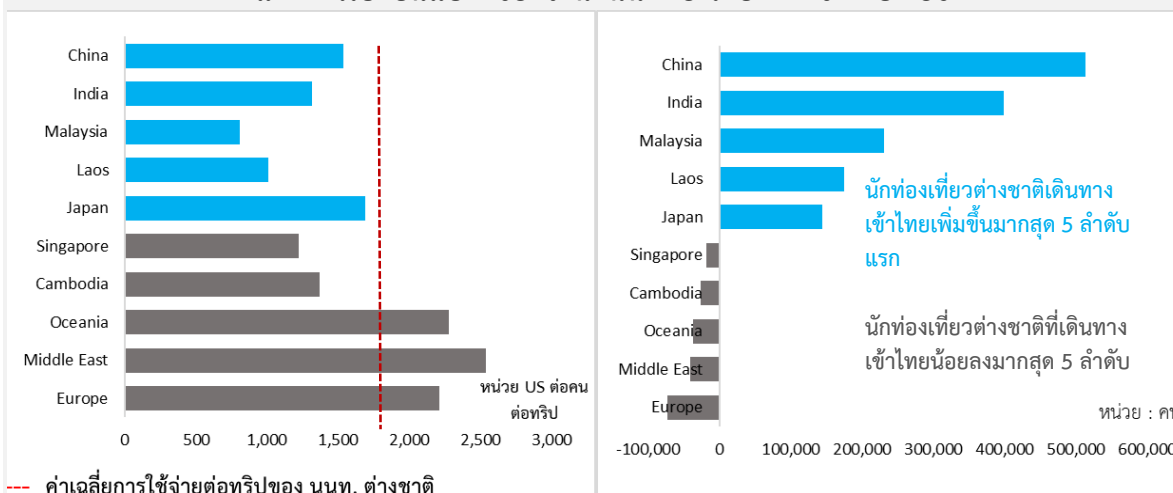
- การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทยอย่างมากโดยในปี 2562 ธุรกิจการท่องเที่ยวของ ไทยมีมูลค่าสูงถึง 3.015 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.84 ของ GDP (สภาพัฒน์) โดยแบ่งเป็นรายรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมูลค่า 1.082 ล้านล้านบาท และรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมูลค่า 1.933 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.4 และร้อยละ 11.44 ต่อ GDP ตามลำดับ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีย้อนหลัง (2558 – 2562) เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10.1 ต่อปี โดยในปี 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งสิ้น 39.92 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 จากปี 2561 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

- การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด 19) ในปี 2563 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงอย่างมาก ในไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงเหลือ 6.7 ล้านคน จากจำนวน 10.4 ล้านคน ในไตรมาสก่อนหน้า และลดลงเป็นศูนย์ในไตรมาสที่ 2 ก่อนที่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพียงเล็กน้อยในไตรมาสที่ 3 และ 4 ส่งผลให้ตลอดทั้งปี 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศรวมเพียง 6.7 ล้านคน ลดลงร้อยละ 83.2 จาก 39.8 ล้านคนในปีก่อนหน้า รายได้จากการท่องเที่ยวของไทยในปี 2563 มีมูลค่าเพียง 792,534.21 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 70.95 จากปี 2562 ซึ่งมีมูลค่า 2,727,903.84 ล้านบาท และคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อขยายตัว GDP ในปี 2564 เหลือเพียงร้อยละ 2.3 ต่อปี และทำให้สัดส่วนรายรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงเหลือร้อยละ 2.11 ของ GDP ซึ่งทำให้ไทยขาดรายได้การท่องเที่ยว ประชาชนมีรายได้ลดลง ส่งผลกระทบต่อความอยู่ดีกินดีและความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม

- ไม่เพียงสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งเป็นปัญหาระยะสั้นที่ไทยประสบเท่านั้น แต่ภาคการท่องเที่ยวของไทยยังมีสัญญาณของปัญหาในเชิงโครงสร้างที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข อันเนื่องมาจากการขยายตัวของค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เติบโตในอัตราที่ต่ำกว่าการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว จากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า การเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยพึ่งพาจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าด้านราคา โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวร้อยละ 8 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวขยายตัวเพียงร้อยละ 2 ต่อปี นอกจากนี้ UNWTO ยังได้คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลกมีแนวโน้มขยายตัวชะลอลง และภาคการท่องเที่ยวโลกจะมีการแข่งขันรุนแรงขึ้น ภาคการท่องเที่ยวของไทยจึงไม่สามารถพึ่งพาเฉพาะการเติบโตในเชิงปริมาณเหมือนในอดีต และจำเป็นต้องมีการสร้างมูลค่าเพิ่มรวมทั้งความแตกต่างจากคู่แข่ง

- จากข้อมูลของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าในปี 2562 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยที่มีการลดลงมากที่สุดมากที่สุด 5 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากยุโรป ตะวันออกกลาง โอเชียเนีย กัมพูชา และสิงคโปร์ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางและยุโรปซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อทริปสูงกว่าค่าเฉลี่ยมาก หรืออยู่ที่ประมาณ 2,500 และ 2,200 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อทริป ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่เดินทางเข้ามาในไทยประกอบด้วย จีน อินเดีย มาเลเซีย ลาว และญี่ปุ่น ซึ่งรวมแล้วคิดเป็นสัดส่วนเกือบร้อยละ 55 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด ส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายต่อทริปต่ำกว่าค่าเฉลี่ยหรืออยู่ที่ประมาณคนละ 1,500 เหรียญสหรัฐ มีเพียงนักท่องเที่ยวจีนและญี่ปุ่นที่ยังเติบโตดีทั้งแง่ของจำนวนผู้เดินทางเข้ามา โดยมีการใช้จ่ายการท่องเที่ยวต่อทริปใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ย (ดังแสดงในแผนภูมิที่ 1)

แผนภูมิที่ 1 ค่าใช้จ่ายต่อทริปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาไทยเพิ่มขึ้น/ลดลงมากที่สุด 5 กลุ่มประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2562



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กราฟิก: นบส. รุ่น 94 กลุ่ม 9 (GP09)

1.2 ผลกระทบของปัญหา

- แรงงานในภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทุกระดับ เห็นได้จากผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ไตรมาสที่ 1 ของปี 2564 มีผู้ว่างงานทั้งสิ้นจำนวน 758,093 คน เป็นผู้ว่างงานที่เคยทำงานในภาคการท่องเที่ยวจำนวน 101,760 คน เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ในปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่มีผู้ว่างงานทั้งประเทศจำนวน 351,157 คน และเป็นผู้ว่างงานที่เคยทำงานในภาคการท่องเที่ยวจำนวน 22,360 คน ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยจึงจำเป็นต้องได้รับการฟื้นฟูโดยเร่งด่วนหลังวิกฤตโควิด

ทั้งนี้ ผลการประเมินของสำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้มีแรงงานถูกเลิกจ้าง โดยแรงงานในภาคการท่องเที่ยว ซึ่งมีประมาณ 3.9 ล้านคน (ไม่รวมสาขาการค้าส่งและการค้าปลีก) ได้รับผลกระทบจากการลดลงของนักท่องเที่ยวต่างชาติและการท่องเที่ยวในประเทศ ประมาณ 2.5 ล้านคน นอกจากนี้ ยังมีเด็กจบใหม่อีก 5.2 แสนคน ที่มีความเสี่ยงตกงาน ซึ่งสภาพพัฒนาฯ เผยว่าผลกระทบของภัยแล้งและโควิด-19 ต่อแรงงานจะเห็นผลชัดเจนในช่วงครึ่งปีหลัง โดยคาดว่าในปี 2563 อัตราการว่างงานจะอยู่ในช่วงร้อยละ 3-4 หรือตลอดทั้งปีมีผู้ว่างงานไม่เกิน 2 ล้านคน

- กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิดรุนแรง ประกอบด้วย ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และร้านอาหาร โดยธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร (เฉพาะวิสาหกิจที่จดทะเบียน) มีจำนวนรวมมากกว่า 22,000 บริษัท (ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า) ที่ได้รับผลกระทบ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศต่ำกว่าร้อยละ 30 ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนต้องเลิกหรือขายกิจการ ส่วนที่เหลือก็พยายามปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เช่น ลดราคาห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการโดยหารายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น เปิดให้บริการ Work From Hotel แทนการ Work From Home การให้บริการอาหาร ผ่านทางออนไลน์หรือแอปพลิเคชันสั่งอาหาร หรือให้บริการใช้เป็นที่กักตัว (Alternative State Quarantine: ASQ)

1.3 การดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.3.1 มาตรการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวที่ผ่านมา

- **การดำเนินการช่วงก่อนโควิด** ที่ผ่านมามีส่วนใหญเป็นการดำเนินการโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหลัก ซึ่งตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ปี 2560-2564) การดำเนินงานของกระทรวงการท่องเที่ยวฯ มุ่งเน้น (1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในด้านมาตรฐาน และความยั่งยืน (สิ่งแวดล้อม อัตลักษณ์ไทย) รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ (เมืองรอง) เชิงเวลา/ฤดูกาล (สร้างเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่างๆ) และรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (2) การยกระดับมาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ส่วนกระทรวงคมนาคมเป็นเจ้าภาพรับผิดชอบการพัฒนากระบวนโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์เพื่อรองรับการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือเป็นส่วนหนึ่งของแผนดังกล่าวภายใต้ยุทธศาสตร์การสร้างสมดุลผ่านการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม อย่างไรก็ตาม การเจาะตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนว่านักท่องเที่ยวดังกล่าวเป็น “ใคร” ให้การทำการตลาดของกระทรวงการท่องเที่ยวฯ บางส่วนมีการดำเนินการกับกลุ่มที่อาจไม่ได้มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น กลุ่มคนรุ่นใหม่หรือกลุ่มมิลเลนเนียล ซึ่งมักจะมีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นมากกว่า ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งอาจจะเนื่องมาจากการขาดระบบการจัดเก็บฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวในเชิงลึก เช่น ช่วงอายุ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ความต้องการตลาดได้

- **มาตรการช่วงโควิด** เน้นความพยายามบรรเทาสถานการณ์/ผลกระทบ โดยเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาแบบจำกัดพื้นที่ อาทิ โครงการภูเก็ต Sandbox ซึ่งเป็นการบูรณาการของหลายภาคส่วน

- **มาตรการหลังโควิด** กระทรวงการท่องเที่ยวฯ มีแผนจะขยายโมเดลภูเก็ต Sandbox สู่อำเภอ/พื้นที่อื่นๆ เช่น สมุยพลัส กระบี่ พังงา พัทยา เชียงใหม่ และเกาะต่างๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่สามารถควบคุมได้ และการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศก่อนโดยเป็นโครงการความร่วมมือกับกระทรวงการคลัง เช่น โครงการทัวร์เที่ยวไทยซึ่งรัฐจะสนับสนุนให้กับนักท่องเที่ยวหัวละ 5,000 บาท รวมทั้งโครงการมาตรฐานความปลอดภัยโควิดหรือ SHA (Amazing Thailand Safety & Health Administration)

1.3.2 ผลสำเร็จของการดำเนินการ

- จากข้อมูลที่สามารถหาได้ล่าสุดจาก Global Wellness Institute ซึ่งมีการจัดทำรายงานการจัดลำดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก ปี 2561 พบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดับ 5 ของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี จีน ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น ส่วนประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 13 ของโลก หากเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาค ไทยยังตลาดหลังประเทศจีน ญี่ปุ่น และอินเดีย จึงถือว่าไทยยังมีช่องทางที่จะสามารถพัฒนาต่อยอดเพื่อเลื่อนลำดับสูงขึ้นไปได้ ทั้งในด้านการเพิ่มจำนวนทริปและค่าใช้จ่ายเฉลี่ย

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยมีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับ 4 รองจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคิดเป็นประมาณร้อยละ 15.6 ของรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวม และมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูงหรือประมาณร้อยละ 7.5 ต่อปี การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ซึ่งประเทศไทยครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในภูมิภาคเดียวกัน โดยคิดเป็นประมาณร้อยละ 38 ด้วยความได้เปรียบทางด้านค่ารักษาพยาบาลที่ยังถือว่าไม่สูง แต่มีบริการทางการแพทย์ที่ได้

มาตรฐานระดับสากล โดยมีโรงพยาบาลที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) แล้วกว่า 40 แห่ง และภาครัฐยังให้การสนับสนุนโดยผลักดันนโยบายให้ประเทศไทยเป็น Medical Hub ของเอเชียอีกด้วย (ธรรมทช ทองอราม, 2559) นอกจากนี้ การบริการของไทยที่ดูแลคนไข้คุณภาพดีรวมทั้ง การรอคิวเพื่อรับการรักษาที่ไม่นานก็ยิ่งทำให้ชาวต่างชาติจำนวนมากสนใจที่จะเดินทางเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย ทั้งนี้ ในการพัฒนาต่อยอดจุดแข็งดังกล่าวเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น ไทยควรเน้นสร้างความชำนาญเฉพาะทางในการรักษา หรือมุ่งสู่การเป็น medical tourism hub ในกลุ่มโรคที่ไทยมีศักยภาพมากกว่าที่เน้นแข่งขันในทุกกลุ่มโรค หรือศัลยกรรมความงามเฉพาะทาง

1.4 สรุปปัญหาและความพยายามในอดีตที่ผ่านมา

การท่องเที่ยวถือเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ และช่วยสร้างการจ้างงานได้เป็นจำนวนมาก แต่ปัจจุบันได้ประสบวิกฤตอันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในปี 2563 มีจำนวนรวมเพียง 6.7 ล้านคน ลดลงร้อยละ 83.2 โรงแรม ร้านอาหาร/และสถานบริการต่างๆ ต้องปิดตัวลง ส่งผลให้แรงงานที่อยู่ในภาคการท่องเที่ยวประสบภาวะว่างงานจำนวนมาก ประกอบกับปัญหาในเชิงโครงสร้างของภาคการท่องเที่ยวไทยซึ่งที่ผ่านมาไทยพึ่งพาการเติบโตของการท่องเที่ยวจากการขยายตัวเชิงปริมาณหรือจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าการเพิ่มขึ้นในเชิงมูลค่า

แม้ว่าที่ผ่านมารัฐบาลจะให้ความสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและมีนโยบายให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่การดำเนินงานที่ผ่านมาไม่ได้มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดหรือตลาดใด ทำให้การดำเนินกิจกรรมบางส่วนไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวยังถูกขับเคลื่อนโดยท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหลัก แต่ยังขาดการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะด้านความเชื่อมโยงกับภาคการเกษตรซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ขาดระบบฐานข้อมูลที่จะใช้วางแผนและกำหนดตัวชี้วัดเนื่องจากปัจจุบันไม่มีการเก็บสถิติในเชิงลึกด้านกลุ่มอายุนักท่องเที่ยวต่างประเทศ การกำหนดพื้นที่เป้าหมายเพื่อให้เกิดการพัฒนา/ขับเคลื่อนระหว่างหน่วยงานในพื้นที่ โดยเฉพาะการพัฒนาอารยสถาปัตย์ ระบบคมนาคมขนส่ง และสถานบริการด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งยังขาดการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชัดเจนและการพัฒนากิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องและมีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนมาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงวัยโดยเฉพาะ อีกทั้งยังขาดความชัดเจนในการแก้ปัญหา (pain point) ของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะผู้สูงวัย อาทิ การหลงทาง และอุบัติเหตุ และที่สำคัญคือแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหลังโควิดยังขาดการมองโอกาสในระยะยาวซึ่งเป็นผลการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวและโครงสร้างกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสร้างมูลค่าเพิ่ม/ความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น นอกเหนือไปจากเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยที่ประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญจำเป็นต้องดำเนินการ (necessity) เหมือนๆ กัน

2. การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต

2.1 ทิศทางในอนาคตของปัญหาและแนวโน้ม

2.1.1 คาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวหลังโควิด-19

- สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ได้คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวทั่วโลกจะฟื้นตัวได้ในปี 2567 โดยจีนน่าจะฟื้นก่อนในช่วงปี 2566 และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนจะมาก่อนการเดินทางแบบธุรกิจ ขณะที่การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยจะเป็นไปอย่างช้าๆ ส่วนธุรกิจสายการบินจะฟื้นตัวได้ในปี 2569 ตามด้วยธุรกิจโรงแรมที่พักที่จะฟื้นตัวประมาณปี 2571 และธุรกิจทัวร์จะฟื้นตัวได้ในปี 2573 (www.prachachat.net, พฤษภาคม 2564)

- ธุรกิจท่องเที่ยวยังคงต้องอยู่กับไวรัสโควิด-19 ไปอีกระยะและอาจจะเริ่มมีการเปิดให้เดินทางท่องเที่ยวแบบจับคู่ (bubble travel) ซึ่งจะสามารถดำเนินการได้ระหว่างประเทศที่มีประชากรได้รับฉีดวัคซีนในสัดส่วนสูง และมีกรยอมรับชนิดของวัคซีนที่ฉีดร่วมกัน นอกจากนี้ ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่อทริปจะยาวนานขึ้นจากมาตรการกักตัว ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อทริปเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ไทยจึงมีโอกาสที่จะเริ่มเปิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบพำนักระยะยาวกับประเทศที่มีการฉีดวัคซีนในระดับสูงและเคยเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มสำคัญของไทยอยู่เดิม อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สิงคโปร์ บาห์เรน กาตาร์ เดนมาร์ค อิสราเอล แคนาดา เบลเยียม จีน เป็นต้น (ดูตารางที่ 1) แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับมาตรการของประเทศต้นทางในการจำกัดการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนหรือการแจ้งเตือนเดินทางไปยังต่างประเทศด้วย

ตารางที่ 1 ประเทศที่มีอัตราการฉีดวัคซีนต่อประชากรรวมสูงสุด

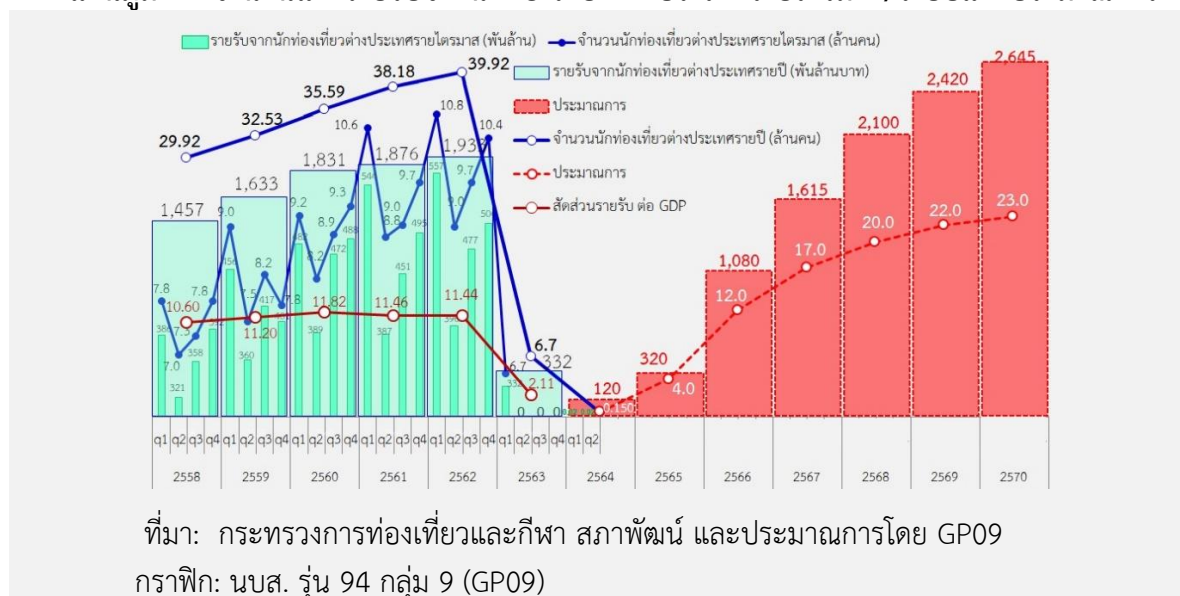
	Doses administered		Pct. of population	
	▼ Per 100 people	Total	Vaccinated	Fully vaccinated
World	64	4,875,556,106	-	-
U.A.E.	180	17,566,410	85%	75%
Malta	157	788,292	81%	81%
Uruguay	151	5,228,992	76%	71%
Singapore	150	8,547,113	79%	73%
Bahrain	149	2,438,316	69%	65%
Qatar	148	4,202,478	80%	69%
Chile	146	27,626,715	75%	69%
Denmark	142	8,248,309	75%	68%
Israel	139	12,584,839	65%	60%
Canada	139	52,074,770	73%	65%
Belgium	137	15,733,985	72%	68%
Mainland China	137	1,912,419,000	-	56%
Bhutan	136	1,035,510	74%	62%
Portugal	135	13,870,686	78%	67%

ที่มา : <https://www.nytimes.com>, สิงหาคม 2564

- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศภายใน 3 – 4 ปีข้างหน้าว่าจะอยู่ในช่วง 10 – 20 ล้านคนต่อปี หรืออย่างมากที่สุดไม่เกิน 30 ล้านคนต่อปี โดยเน้นไปให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายต่อคนที่สูงขึ้น กลุ่ม GP09 จึงได้ทำการประมาณการจำนวนและรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยความร่วมมือและข้อมูลจากสภาพัฒน์ (ดังแผนภูมิที่ 2) โดยมีสมมุติฐานว่า (1) สามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ในภายในปี 2565 และค่อย ๆ กลายเป็นโรคประจำถิ่นไปในที่สุดในปีต่อ ๆ ไป และ (2) นโยบายของรัฐที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงมูลค่าแทนการเน้นปริมาณ ผลการประมาณการ

เป็นไปตามแผนภูมิที่ 3 ซึ่งคาดว่า ณ สิ้นปี 2564 จะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 1.5 แสนคน สร้างรายได้เป็นมูลค่า 1.2 แสนล้านบาท และจากข้อมูลล่าสุดในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามา 2 หมื่นคน แบ่งเป็นสหภาพยุโรป 6 พันคน สหรัฐอเมริกา 3 พันคน และสหราชอาณาจักร 2 พันคน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง ในขณะที่ประเทศที่เคยเป็นนักท่องเที่ยวอันดับต้นๆ เช่น จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น รัสเซีย และเกาหลีใต้ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเพียงประเทศละ 1 พันคน โดยมีค่าใช้จ่ายต่อหัวค่อนข้างต่ำ ยกเว้นญี่ปุ่น จึงเห็นได้ว่าโครงสร้างนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยได้เปลี่ยนแปลงไป ผลการประเมินการหลังการจำกัดการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในระดับที่ควบคุมได้แล้ว คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 4 ล้านคน ในปี 2565 และ 12 ล้านคนในปี 2566 และจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปี 2570 โดยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 23 ล้านคน สร้างรายได้ให้ประเทศประมาณ 2.64 ล้านล้านบาท ถือเป็น Next Normal ที่รายได้ที่เกิดขึ้นจากการเน้นการท่องเที่ยวเชิงมูลค่า โดยจำนวนนักท่องเที่ยวอีก 5 – 6 ปีข้างหน้าจะมีจำนวนน้อยกว่าอดีตที่ผ่านมา แต่ได้เปลี่ยนไปเป็นจากประเทศรายได้สูงเป็นหลักที่สร้างรายได้มากกว่า สร้างงาน สร้างเศรษฐกิจและสร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

แผนภูมิที่ 2 จำนวนและรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายไตรมาส/รายปีและประมาณการ



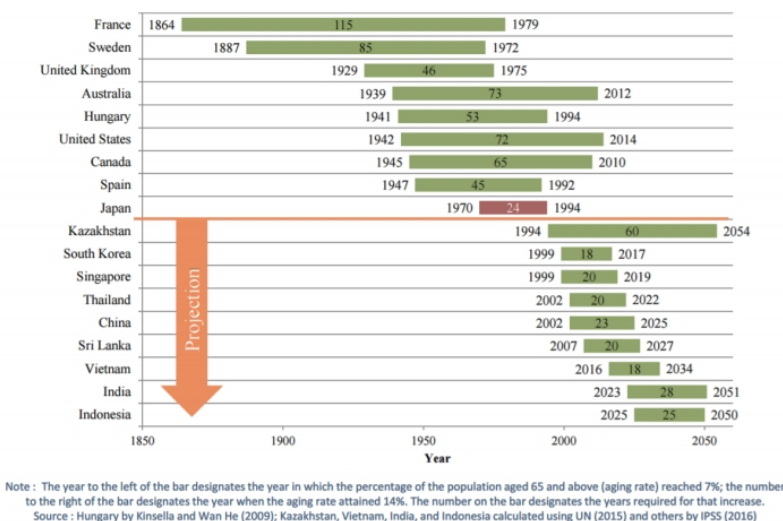
2.1.2 ทิศทางในอนาคตจากแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงสำคัญของโลก (Mega Trends)

(1) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกรวมทั้งประเทศไทย

จากการคาดการณ์ของ UN ภายในปี ค.ศ 2050 หนึ่งในหกของประชากรโลกจะมีอายุมากกว่า 65 ปี หรือมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 16 ของประชากรโลก เพิ่มขึ้นจากหนึ่งในสิบเอ็ดหรือร้อยละ 9 ในปี ค.ศ. 2019 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุโรป และอเมริกาเหนือ ซึ่งจะมีสัดส่วนของประชากรสูงวัยมากถึง 1 ใน 4 และด้วยความก้าวหน้าด้านการแพทย์สมัยใหม่ อายุเฉลี่ยของประชากรโลกก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกด้วย โดยคาดว่าในปี ค.ศ. 2050 โลกจะมีประชากรที่มีอายุมากกว่า 80 ปีมากถึง 426 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 3 เท่าจากปี 2019 ซึ่งอยู่ที่ 143 ล้านคน (ดังแผนภูมิที่ 3 สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันมีประชากรสูงอายุ 11.82 ล้านคน

คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.9 ของประชากรทั้งหมด (ข้อมูลจากกรมการปกครอง, ปี 2564) และในปี ค.ศ. 2050 คาดว่าไทยจะมีประชากรสูงอายุ 20 ล้านคนหรือร้อยละ 35.8 ของประชากร (ข้อมูลจาก agingasia.org)

แผนภูมิที่ 3 ระยะเวลาที่แต่ละประเทศใช้ในการเปลี่ยนแปลงจากสังคมสูงวัยไปสู่สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์



ที่มา : <https://www.bot.or.th>

(2) การดูแลรักษาสุขภาพและการรักษาพยาบาล

ในระยะ 10 ปีข้างหน้า การดูแลรักษาสุขภาพและการรักษาพยาบาลมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงสู่การดูแลสุขภาพในเชิงป้องกัน (Preventive Care) มากขึ้น โดยมีปัจจัยเชื่อมโยงมาจากโครงสร้างประชากรโลกที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะต้องการพึ่งพาตนเองหรือมีสุขภาพแข็งแรง/ กระฉับกระเฉง (active senior) อีกทั้งไม่ต้องการมีภาระค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาล ซึ่งนับวันจะมีแนวโน้มค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ในขณะที่ผู้สูงอายุต้องบริหารรายจ่ายให้เพียงพอกับเงินออม/เงินบำนาญที่มีอยู่ จึงมีแนวโน้มที่จะใส่ใจต่อการดูแลสุขภาพตั้งแต่การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และการทำกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการท่องเที่ยว ปัจจัยกระตุ้นความตระหนักเรื่องสุขภาพอีกประการคือ แนวโน้มของปัญหาสุขภาพแฉกหรือมลพิษที่เกิดขึ้นตามการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การเกิดโรคระบาดต่างๆ ที่พบได้ถี่และรุนแรงมากขึ้น เช่นไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบัน ประกอบกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตและการบริโภคของคนในสังคมเมืองที่ขยายตัว ทำให้ประชากรทั่วโลกมีแนวโน้มป่วยเป็นโรคเรื้อรัง อาทิ โรคหัวใจ มะเร็ง เบาหวาน รวมทั้งมีปัญหาด้านสุขภาพจิตเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะโรคซึมเศร้า ปัจจัยเหล่านี้ล้วนสร้างความวิตกกังวลและความตระหนักในการดูแลสุขภาพในเชิงป้องกัน ซึ่งเป็นผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย

(3) ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี

วิกฤตโควิดทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณทั้งในชีวิตประจำวันและการทำงานรวมทั้งการท่องเที่ยว แต่ในความเป็นจริงเทคโนโลยีดิจิทัลได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในภาคการท่องเที่ยวตั้งแต่หลังยุคอินเทอร์เน็ตในช่วงทศวรรษที่ 90 แล้ว ในปี ค.ศ. 1994 มีการพัฒนาระบบการจอง/ออกตั๋วทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นครั้งแรก (www.altexsoft.com, 2021) จนในปัจจุบันการจองโรงแรมและบัตรโดยสารเครื่องบินผ่านช่องทางออนไลน์กลายเป็นเรื่องปรกติ อีกทั้งยังมีระบบชำระเงินที่พัฒนาไปอย่างมากสู่สังคมไร้เงินสด ทั้งอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งและอีวอลเล็ตผ่านเทคโนโลยีบล็อกเชน นอกจากนี้ เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ธุรกิจ

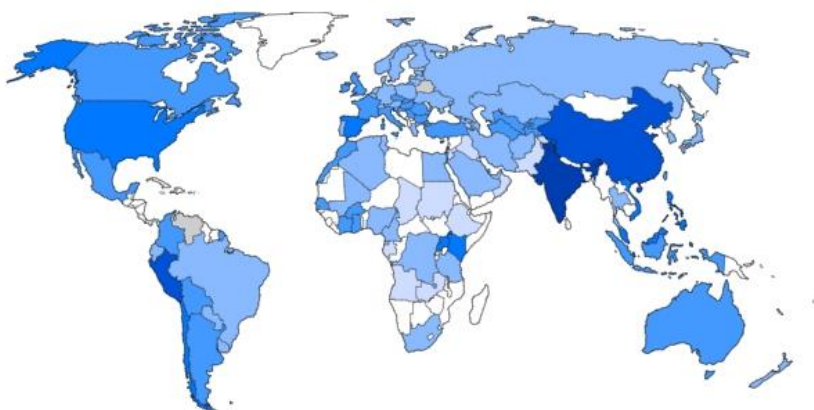
โรงแรมหรือธุรกิจต่อเนื่องขนาดเล็กสามารถเข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยวได้ในต้นทุนที่ต่ำลงผ่านช่องทางออนไลน์ และทำให้สามารถนำข้อมูลลูกค้าที่จัดเก็บในระบบมาวิเคราะห์เพื่อต่อยอดทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Big Data Analytics) นอกจากนี้ ความก้าวหน้าในการพัฒนาระบบปัญญาประดิษฐ์อาจสามารถทดแทนการทำงานของมนุษย์ในงานบางประเภทได้เพิ่มขึ้น เช่น อาจจะมีการนำหุ่นยนต์มาเป็นไกด์นำเที่ยวสถานที่ต่างๆ

(4) การเปลี่ยนแปลงอำนาจทางเศรษฐกิจสู่ภูมิภาคเอเชีย (Asia Rising)

ในช่วงทศวรรษข้างหน้าเอเชียจะเป็นภูมิภาคหลักในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของโลก (New World Order) ในระยะสั้นคือปี 2564 IMF ได้คาดการณ์ว่าจีนและอินเดียจะมีอัตราการเจริญเติบโตของ GDP มากกว่าร้อยละ 8 ซึ่งสูงกว่าภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลก (ดังแผนภูมิที่ 4) โดยเฉพาะจีนซึ่งมีการรับมือกับสถานการณ์โควิด 19 ได้อย่างดี ประกอบกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีจากกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชีย ส่วนในระยะยาว บรูมเบิร์กยังได้คาดการณ์ว่าจีนจะมีส่วนในการผลักดันการขยายตัวของ GDP ทั่วโลกมากกว่า 1 ใน 5 ในช่วงอีก 5 ปีข้างหน้า สอดคล้องกับการวิเคราะห์ของบริษัท PWC ที่ได้คาดการณ์เศรษฐกิจโลกในปี ค.ศ. 2050 ว่าจีนจะมีเศรษฐกิจคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของโลก ตามด้วยเศรษฐกิจอินเดียโดยจะมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่กว่าสหรัฐอเมริกา ในขณะที่มหาอำนาจทางเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันอย่างสหภาพยุโรป (ไม่รวมสหราชอาณาจักร) จะมีสัดส่วนต่อ GDP โลกเพียงร้อยละ 9

แผนภูมิที่ 4 คาดการณ์อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกของ IMF ในปี 2564

■ 2021 GDP forecast: 0%-2% ■ 2%-4% ■ 4%-6% ■ 6%-8% ■ 8%-10% ■ Above 10%
■ Below 0%



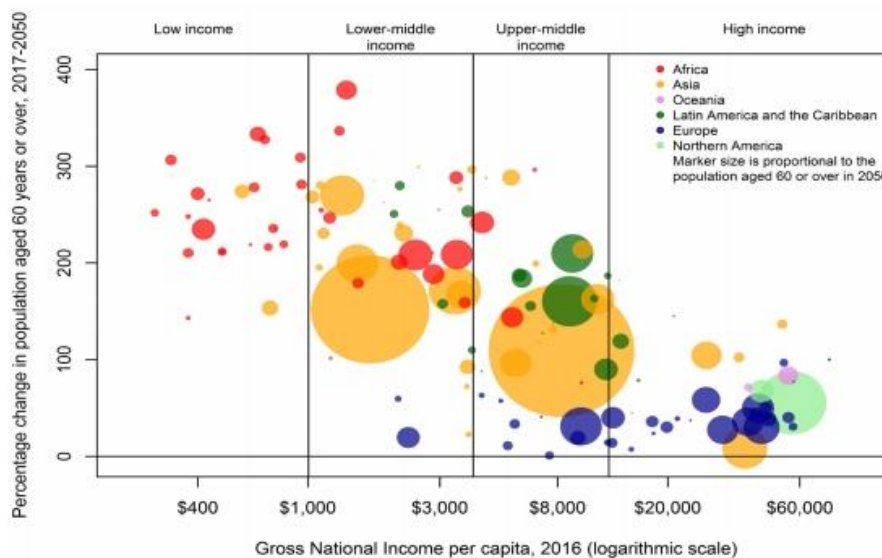
ที่มา : <https://www.bloomberg.com>

2.1 โอกาสการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ (Potential Demand)

2.2.1 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะทำให้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุมีมากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ทั้งเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว (Long Stay) และอำนาจในการใช้จ่าย (Purchasing Power) ผู้สูงอายุจึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในอนาคตอันใกล้นี้ โดยองค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปจะมีจำนวน 1.5 พันล้านคน ภายในปี 2593 และส่งผลให้สัดส่วนประชากรวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลงในเกือบทุกประเทศ โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชีย

ตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน ส่วนภูมิภาคยุโรปและอเมริกาเหนือเป็นภูมิภาคที่มีประชากรสูงวัยในสัดส่วนสูงและมีรายได้ประชาชาติสูง (ดังแผนภูมิที่ 5)

แผนภูมิที่ 5 กลุ่มจำนวนประชากรสูงวัยในภูมิภาคต่างๆ เปรียบเทียบระดับรายได้ประชาชาติ



ที่มาของข้อมูล : United Nation

2.2.2 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีทิวทัศน์สวยงาม อากาศดี มีผลต่อสุขภาพกายและสุขภาพใจ ด้วยการสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรูปแบบใหม่บนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีศักยภาพในการบำบัด ฟันฟู รักษาสุขภาพ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทยในการให้บริการ การสร้างความหลากหลายของกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากลและเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น บ่อน้ำพุร้อน สวนดอกไม้ หรือการทำบุญ นั่งสมาธิ จะเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวของผู้สูงวัย ดังนั้นการพัฒนาภูมิสถาปัตยกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวสูงวัย จำเป็นต้องเร่งดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสูงวัยเข้ามายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้

2.2.3 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 15.6 ของรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวม มีอัตราการขยายตัวระหว่าง ปี 2558 - 2563 ร้อยละ 7.5 ต่อปี โดยมีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับ 4 รองจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการเข้ามาท่องเที่ยวของผู้สูงวัยนั้น สามารถเชื่อมโยงกับภาคการเกษตรในส่วนของการผลิตอาหารปลอดภัย ที่มีผลดีต่อสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตรอินทรีย์ จะตอบสนองความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงวัย ที่ต้องการบริโภคอาหารที่มีผลดีต่อสุขภาพในระหว่างการท่องเที่ยว

2.2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น สมุนไพร เวชสำอางค์ สำหรับใช้เองของนักท่องเที่ยวสูงวัย หรือวางจำหน่ายสำหรับเป็นของฝากเป็นช่องทางสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร และประชาชนในชุมชนท้องถิ่น

2.2.5 การให้บริการตรวจสุขภาพและให้ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพที่ถูกต้อง (Health Literacy) และการรักษาความงาม จะเป็นบริการที่สามารถจัดให้อยู่ในโปรแกรมการท่องเที่ยวของผู้สูงวัย ซึ่งที่ผ่านมาการท่องเที่ยวพร้อมตรวจสุขภาพ/ศัลยกรรมเสริมสวย มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 35,721.86 บาท/คน/ทริป

2.2.6 การให้บริการผ่อนคลายด้านร่างกายและจิตใจ เช่น การมีโปรแกรม พาไปทำบุญ ฟังธรรม หรือการนั่งสมาธิ เพื่อผ่อนคลายทางอารมณ์และสัมผัสกับวัฒนธรรมไทยผ่านการปฏิบัติศาสนกิจ ซึ่งวัดจะต้องมีความพร้อมในการถ่ายทอดธรรมะเป็นภาษาอังกฤษ รวมถึงการให้บริการนวดแผนไทย สปา และโยคะ เป็นกิจกรรมเสริมในการผ่อนคลายให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยสปาและนวดแผนไทยเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมสูงถึงร้อยละ 43.84 เนื่องจากความโดดเด่นของสปาไทยและนวดแผนไทย คือ การมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่นำเสนอภูมิปัญญาไทยด้านการดูแลสุขภาพแบบดั้งเดิม

2.2.7 การเตรียมความพร้อมของบุคลากรและแรงงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับผู้สูงอายุ จำเป็นต้องฝึกฝนให้มีทักษะในด้านการให้บริการด้วยความเต็มใจ (service mind) การต้อนรับด้วยหัวใจ (Hospitality) และมีทักษะความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

2.2.8 เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรม เช่น Internet of Thing (IOT) การควบคุมและสั่งการ อุปกรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้าด้วยเสียงหรือจากรีโมทคอนโทรล จะช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการเมื่อผู้สูงอายุ เข้าที่พักหรือใช้บริการต่างๆ รวมถึง Robotics ที่สามารถพูดโต้ตอบให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และการพัฒนาแอปพลิเคชันท่องเที่ยวหนึ่งเดียวแบบครบวงจรของท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดทั้งหมด เช่น จอรถ จอร้านอาหาร จอสถานที่ท่องเที่ยว หรือจอเวลาเพื่อพบแพทย์

2.2.9 การเชื่อมการคมนาคมโดยประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง จะทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมากขึ้น เนื่องจากสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวกภายในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย เช่น การเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟความเร็วสูงจีน - ลาว - ไทย

2.2 สรุปการคาดการณ์ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

การดูแลสุขภาพในเชิงป้องกันจะกลายเป็นกระแสความต้องการหลักของสังคมโลกในอนาคต เนื่องจากความก้าวหน้าด้านการรักษาพยาบาลที่ทำให้ประชากรโลกมีอายุเฉลี่ยเพิ่มขึ้น อัตราการเกิดของประชากรที่อยู่ในระดับต่ำทำให้หลายประเทศก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ในขณะที่ความเจริญทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการขยายตัวของสังคมเมือง ผู้คนมีการบริโภคที่เป็นโทษต่อสุขภาพ และมีวิถีชีวิตที่รีบเร่งเคร่งเครียด ประชากรทั่วโลกมีแนวโน้มป่วยเป็นโรคเรื้อรังและประสบปัญหาทางจิตมากขึ้น ประกอบกับวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ยิ่งตอกย้ำถึงความตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลสุขภาพมากขึ้น ปัจจัยดังกล่าวล้วนเป็นโอกาสสำหรับประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะตลาดผู้สูงอายุซึ่งจะกลายเป็นตลาดขนาดใหญ่ในอนาคตข้างหน้า หนึ่งในหกของประชากรโลกจะมีอายุมากกว่า 65 ปีภายในปี 2593 นอกเหนือจากกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศพัฒนาแล้วซึ่งมีระดับรายได้หรือมีเงินบำนาญโดยเฉลี่ยสูง ประชากรผู้สูงอายุในเอเชียซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีผู้สูงอายุจำนวนมากและกำลังมีระดับรายได้เพิ่มขึ้นจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงกว่าประเทศตะวันตกจะเป็นตลาดสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวรวมทั้งตลาดสำหรับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ โดยประเทศไทยสามารถใช้จุดแข็งของประเทศเพื่อต่อยอดในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภูมิภาค รวมทั้งพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวต่างๆ ตั้งแต่การพัฒนาการเกษตรและอาหารสุขภาพ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การยกระดับมาตรฐานการให้บริการทางการแพทย์ ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือที่จะช่วยพัฒนาภาคการท่องเที่ยว อาทิ การเข้าถึงตลาดผู้สูงอายุกลุ่มเป้าหมาย และการพัฒนาบริการหรืออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุในการเดินทางทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังต้องเผชิญกับการแข่งขันจากประเทศคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค จึงถือเป็นความท้าทายที่จะต้องหาแนวทางการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวการสร้าง ความแตกต่างให้แก่ภาคการท่องเที่ยวของไทยในระยะยาว เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน และที่สำคัญคือรวมทั้งการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยให้มากขึ้น

3. แนวทางแก้ปัญหาและการพัฒนา

3.1 สรุปการเชื่อมโยงอดีต ทิศทาง Potential Demand คู่ประเด็นท้าทายในอนาคต

จากความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจไทยที่ผ่านมา ประกอบกับโครงสร้างประชากรโลก เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับ Potential Demand ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะเป็นโอกาสสำคัญในการช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจประเทศ หลังโควิด 19 โดยมีประเด็นท้าทายที่สำคัญ ทำอย่างไรที่จะต่อยอดภาคการท่องเที่ยวของไทยตามศักยภาพที่มีอยู่เดิมไปสู่การพัฒนาให้มีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น จากการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมา รวมถึงปัญหา อุปสรรค โอกาส และความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยในประเทศไทย เพื่อเป็น “ Center of Global for Elderly Wellness Tourism ” ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงวัย จะเน้นความสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนร่างกาย เน้นความสำราญเพลิดเพลิน (Recreational tourists) มุ่งหาประสบการณ์ (The experiential tourists) จึงควรเน้นประวัติศาสตร์ผนวกกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเชื่อและคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยต้องการได้รับข้อมูลความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวที่ละเอียดมากกว่าปกติ เช่น นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความต้องการการเพิ่มพูนความรู้และต้องการค้นหาความแปลกใหม่จากการมาท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการเดินทาง มีอาหารที่ปลอดภัยและรักษาสุขภาพ (ลัดดา และคณะ, 2561) ซึ่งประเทศไทยมีพื้นฐานและความพร้อมในทุกด้านที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยในระดับโลก

มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย ด้วยการเตรียมความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงวัย เนื่องจากสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงวัยจะมีเพิ่มมากขึ้น ตามโครงสร้างช่วงอายุของประชากรโลกและของประเทศไทยที่เข้าสู่สังคมผู้สูงวัย เช่น จากข้อมูลสถิติสัดส่วนโครงสร้างประชากรไทยระหว่างปี พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010) – พ.ศ. 2583 (ค.ศ. 2040) สัดส่วนของประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สัดส่วนของประชากรผู้สูงวัยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 13.20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010) เป็นร้อยละ 32.10 ในปีพ.ศ. 2583 (ค.ศ. 2040) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอีก 5 ปีข้างหน้า ประชากรในกลุ่ม Generation X ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2509 – 2523 (สถาบันอาหาร, 2563) จะเริ่มเข้าสู่อายุ 60 ปี (เกษียณอายุ) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เติบโตมากับเทคโนโลยีแบบ Analog แต่ได้เล่าเรียนศึกษาและทำงานในยุคเทคโนโลยีแบบ Digital สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่พัฒนาขึ้นสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยดังกล่าว เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) สามารถท่องเที่ยวโดยใช้ระยะเวลาสั้น คือ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 5 วัน (นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ, 2559) หรืออยู่แบบ Long Stay และมีการพาครอบครัวและกลุ่มเพื่อนมาร่วมท่องเที่ยวด้วย ซึ่งจะเป็นการช่วยเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่อุตสาหกรรม

การท่องเที่ยวของประเทศไทย นำมาสู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และการสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19 เพื่อให้ประเทศไทย มีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

3.2 เป้าหมายหลักที่ต้องบรรลุเป้าหมายในปี 2566 – 2570

3.2.1 เป้าหมายหลัก (ปี 2566 – 2570)

“การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยของประเทศไทย ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และสามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ”

ตัวชี้วัดคือ 1.รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากผู้สูงวัยเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ต่อปี

2.อันดับด้านรายได้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของประเทศไทยโดย Global Wellness Institute ดีขึ้นมาอยู่ลำดับที่ 10

3.2.2 ข้อมูลและเหตุผลเพื่อสนับสนุนความเหมาะสมของเป้าหมายหลัก

โดยมีแนวคิดและหลักการในการกำหนดเป้าหมายหลักดังกล่าว มาจาก 10 ประเด็นท้าทายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) การเพิ่มจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวครั้งหนึ่งในชีวิต (Once in a Lifetime) จากเดิมที่นักท่องเที่ยวจะต้องเยี่ยมชมพระบรมมหาราชวัง วัดพระแก้ว และโบราณสถานที่เป็นมรดกโลกของไทย มาเชื่อมโยงเพิ่มเติมกับการไหว้สักการะพระบรมสารีริกธาตุ วัด หรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ตรงกับวันเกิด ปีเกิด หรือราศีเกิดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อเสริมสร้างความสุขและพลังทางจิตใจ หรือการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต้องได้สัมผัสประสบการณ์การนวดแผนไทย ตามตำรับวัดโพธิ์ เป็นต้น

(2) พัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ความปลอดภัย สะดวกสบาย และสุขลักษณะ (Security & Smart & Sanitary) ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมอัจฉริยะ เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองได้อย่างปลอดภัยและสะดวกสบาย

(3) การให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้สัมผัสความเป็นสยามเมืองยิ้ม (Land of Smile) ผู้คนเป็นมิตร วิถีชุมชน น่าสัมผัส (Friendly of people and nice community) ด้วยการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนและท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และท่องเที่ยวเชิงเกษตร

(4) นำแนวคิดการออกแบบอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ

(5) การจัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอากาศดี และบริสุทธิ์ (Good Weather and Good Ozone) และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

(6) มาตรฐานทางการแพทย์ของไทย (Standard of Medical) ที่เป็นที่ยอมรับ และมีจุดแข็งในด้านการบริการ (Hospitality) จึงต้องเร่งเพิ่มการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเกี่ยวกับภาพลักษณ์การให้บริการทางการแพทย์ของไทย และยกระดับโรงพยาบาลชุมชน (อำเภอ) ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่

(7) การมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่เหมาะสม (Cost of Living) ซึ่งที่ผ่านมายังขาดคู่มือการกำหนดราคามาตรฐานในการใช้บริการด้านการท่องเที่ยว จึงควรพัฒนาให้มีข้อมูลราคามาตรฐานอ้างอิง กำหนดให้ต้องมีการแสดงราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน หรือมีข้อมูลทางเลือกค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวตามระดับการให้บริการ เป็นต้น

(8) การให้บริการแบบพิเศษ สร้างความประทับใจ (Special Excellence Service) ซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยเคยมีสิทธิพิเศษให้กับนักท่องเที่ยว VIP เช่น Elite card แต่ยังคงขาดการเชื่อมโยงให้มีบัตรสะสมคะแนนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือการพัฒนาให้มีที่พักแบบระยะยาวที่ดูแลนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (wellness residence) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุแบบ Long Stay

(9) วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ดีมีเอกลักษณ์ (Good Culture and way of life) ที่ผ่านมายังไม่ได้นำการรักษาสุขภาพใจมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยระดับท้องถิ่นยังมีจำกัด ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุสามารถที่จะเชื่อมโยงกิจกรรมทางศาสนา เช่น การนั่งสมาธิ การปฏิบัติธรรมและศาสนกิจ และเชื่อมโยงวิถีชีวิตเกษตร อาหารสุขภาพ สมุนไพร เพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว

(10) สวรรค์ทางธรรมชาติ (Paradise of Nature) ซึ่งการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่ผ่านมามีประสบการณ์กับปัญหาการพัฒนาล้างก่อสร้างกับแนวคิดการอนุรักษ์ ดังนั้นการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว Unseen Thailand ที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ จะต้องทำให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการพัฒนาด้วย

3.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายหลักและยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)

สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นบริการท่องเที่ยวแห่งอนาคต และยังสอดคล้องกับแผนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้กับทุกภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่มีหมุดหมาย (Milestones) ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืน เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง

3.2.3 ความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายหลัก “การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ และฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19” กับ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ และกรอบร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

โดยเป้าหมายหลักดังกล่าว มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นบริการท่องเที่ยวแห่งอนาคต และยังสอดคล้องกับแผนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้กับทุกภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่มีหมุดหมาย (Milestones) ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืน เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนปฏิรูปประเทศ	ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 13
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน	แผนแม่บทที่ 4 ด้านอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต	ด้านที่ 5 แผนปฏิรูปด้านเศรษฐกิจ - ปฏิรูปด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ	หมุดหมายที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืน - ใช้จุดเด่น/ความสร้างสรรค์พลิกฟื้นฟูรูปแบบการ

<p>ประเด็นที่ 3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว</p> <p>หัวข้อที่ 1) ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม</p> <p>หัวข้อที่ 3) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย</p>	<p>- อุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์ครบวงจร</p> <p>แผนแม่บทที่ 5 ด้านการท่องเที่ยว</p> <p>- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย</p> <p>แผนแม่บทที่ 11 ด้านการพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต</p> <p>- การส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุ</p> <p>แผนแม่บทที่ 14 ด้านการเป็นพลังทางสังคม</p> <p>- การรองรับสังคมสูงวัยเชิงรุก</p>	<p>ให้กับทุกภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ</p> <p>ด้านที่ 9 แผนปฏิรูปด้านสังคม</p> <p>- การปฏิรูปการสร้างการมีส่วนร่วมและพลังทางสังคม</p> <p>- การเสริมสร้างพลังทางสังคมที่มุ่งเน้นรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ</p>	<p>ท่องเที่ยวไทยสู่ท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง/มีเอกลักษณ์</p> <p>หมุดหมายที่ 4 ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง</p> <p>- ต่อยอดองค์ความรู้และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อยกระดับบริการทางการแพทย์/การส่งเสริมสุขภาพขั้นสูงอย่างต่อเนื่อง</p> <p>หมุดหมายที่ 7 ไทยมี SMEs ที่เข้มแข็ง/มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้</p> <p>- เร่งพัฒนาศักยภาพของ SMEs ในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจตลอดกระบวนการ</p>
---	--	---	---

3.3 การกำหนดเป้าหมายรองเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายหลัก

3.3.1 เป้าหมายรองที่ 1 : โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และบุคลากรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างครบถ้วนและทั่วถึง

- (1) สถานบริการและแหล่งท่องเที่ยวที่มีอารยสถาปัตย์มีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี
- (2) มีคู่มือการดำเนินงานด้านการจัดการสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ให้กับบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ องค์กร หน่วยงาน ผู้เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชมรมผู้สูงอายุ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง
- (3) มีระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและเป้าหมายตัวชี้วัดเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ
- (4) อบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงวัยปีละ 10,000 คน

3.3.2 เป้าหมายรองที่ 2 : เชื่อมโยงภาคการเกษตรและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

- (1) จำนวนเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นปีละ 5,000 คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตรเพื่อการบริโภค เช่น ข้าวอินทรีย์ พืชผักและผลไม้อินทรีย์ สามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ โดยยกระดับเกษตรอินทรีย์ไทยให้มีมาตรฐานเทียบเคียงกับเกษตรอินทรีย์ในต่างประเทศ ซึ่งจากรายงาน Australian Organic Market Report 2021 ระบุว่า พื้นที่เกษตรอินทรีย์ในตลาดโลกมี จำนวน 72.3 ล้านเฮกตาร์ หรือคิดเป็นร้อยละ 1.5 ของพื้นที่การเกษตรทั่วโลก โดย

ประเทศออสเตรเลียมีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานออร์แกนิกมากที่สุดในโลก ซึ่งในปี 2563 พื้นที่เกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองในออสเตรเลียเพิ่มขึ้นร้อยละ 38 จากปี 2554

(2) มีการเชื่อมโยงผลผลิตเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปกับตลาดออนไลน์และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยเพิ่มขึ้นปีละ 20 กลุ่ม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพความปลอดภัย และสุขลักษณะ และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยปี 2563 ประเทศออสเตรเลียมีผู้ประกอบการสินค้าออร์แกนิกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Certified Operator) จำนวน 4,233 ราย โดยเป็นเกษตรกร/ผู้ผลิต (Producers) 1,748 ราย หรือร้อยละ 41 และผู้แปรรูป (Processors) 1,600 ราย หรือร้อยละ 38 ซึ่งผลผลิตเกษตรอินทรีย์ของประเทศออสเตรเลียส่วนใหญ่จะบริโภคภายในประเทศ โดยผู้บริโภคนิยมซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าสินค้าเพื่อสุขภาพมากที่สุด เนื่องจากเป็นแหล่งรวมสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสินค้าออร์แกนิกจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ โดยเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าออร์แกนิก Australian Certified Organic (ACO) เป็นเครื่องหมายมาตรฐานสินค้าออร์แกนิกที่ชาวออสเตรเลียรู้จักและไว้วางใจมากที่สุด

(3) การเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุได้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10 ผลิตภัณฑ์ต่อปี โดยมีจำนวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแปรรูปสินค้าและผลิตภัณฑ์หมอนไหมสามารถนำมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและภาคบริการ

(4) ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้าและผลิตภัณฑ์หมอนไหม มีคุณภาพ ความปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(5) ชุมชนมีรายได้ต่อเนื่องควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเผยแพร่อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของประเทศ

3.3.4 เป้าหมายรองที่ 3 : บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายในการให้บริการ และการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงวัย

(1) มีการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาและผลักดันให้มีการจัดการด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้นแบบของประเทศและอาเซียนในระยะต่อไป

(2) มีการเชื่อมโยงกิจกรรมทางศาสนาเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกจังหวัด

3.3.5 เป้าหมายรองที่ 4 : นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยคุณภาพดีเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น มีการใช้จ่ายและมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้น

(1) นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยคุณภาพดีเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ต่อปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริปสูงขึ้นร้อยละ 20 และมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 7 วันต่อทริป

(2) มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ตลาดจีน ญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์ ตะวันออกกลาง อเมริกาเหนือ และยุโรปเหนือ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงไม่น้อยกว่า 10 ล้านคน

3.4 แนวทางบรรลุเป้าหมายรอง และความเชื่อมโยงตามระบบ Value Chain

3.4.1 เป้าหมายรองที่ 1 : โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และบุคลากรเพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยในแหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างครบถ้วนและทั่วถึง

แนวทางการบรรลุเป้าหมายรอง :

กิจกรรมที่ 1 การจัดการด้านอารยสถาปัตย์ เพื่อการพัฒนาอาคารสถานที่ แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ คนพิการ และคนทุพพลภาพ

(1) สร้างความตระหนักรู้และเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการจัดการสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุให้กับผู้เกี่ยวข้อง ทั้งส่วนผู้กำกับเชิงนโยบายด้านบริหาร หรือผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งชุมชน โดยจัดฝึกอบรม/สัมมนา และจัดทำคู่มือการดำเนินงานด้านการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกอาคารให้เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดความเข้าใจแนวทางพื้นฐานในการออกแบบที่คำนึงถึงผู้สูงอายุ อาทิ ป้ายเตือนให้คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุในสถานที่ต่างๆ การออกแบบทางสัญจร/ทางเท้า/ทางลาด/ทางข้ามถนน และที่จอดรถ โดยปราศจากสิ่งกีดขวาง การให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้สูงอายุ ห้องน้ำและห้องสุขาที่มีแสงสว่างเพียงพอ มีอุปกรณ์เพื่อช่วยเกาะหรือพยุงตัว ปูกระเบื้องไม่ลื่น ระบายพื้นที่เชื่อมต่อห้องน้ำกับภายนอกเป็นแนวเดียวกัน และมีสุขภัณฑ์ให้เหมาะสม การติดตั้งกริ่งสัญญาณขอความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉินสำหรับผู้สูงอายุ ประตูบานเลื่อนหรือบานเปิดออกด้านนอกซึ่งมีตำแหน่ง/ขนาดความกว้างเหมาะสมสำหรับรถเข็น และมีอุปกรณ์ประกอบประตูที่เหมาะสม ตลอดจนการตกแต่งภายในอื่นๆ เช่น การเลือกใช้โต๊ะ/เก้าอี้ให้มีระยะนั่งที่เหมาะสม มีแขนเก้าอี้เพื่อช่วยการลุกนั่ง และลุกยืน และการติดตั้งลิฟท์โดยสาร/ลิฟท์แทนยก (ที่มา : กรมกิจการผู้สูงอายุ)

ทั้งนี้ โดยอาจจะพิจารณาด้านแบบในการพัฒนาในประเทศไทย เช่น สวางคนิเวศ สภาอากาศไทย โครงการ Jin Well Being Country ปทุมธานี (เมืองแห่งการดูแลผู้สูงวัย) หรือในต่างประเทศ เช่น เมืองทยามะ: Compact City แห่งอนาคตที่เป็นมิตรกับผู้สูงวัย*

(2) จัดสรรงบประมาณให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ต้นแบบเพื่อการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอารยสถาปัตย์ในแหล่งท่องเที่ยวและระบบคมนาคมขนส่งสาธารณะ เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ เทศบาล องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น โดยเสนอโครงการผ่านกลไกการเสนอของบประมาณภายใต้ “แผนงานบูรณาการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย” ซึ่งสำนักงานประมาณ และสภาพัฒน์ฯ กำหนดให้กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมกิจการผู้สูงอายุ เป็นเจ้าภาพหลักของแผนดังกล่าวดำเนินการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(3) กำหนดมาตรการจูงใจเพื่อให้เจ้าของอาคาร สถานที่ ยานพาหนะ บริการขนส่ง หรือผู้ให้บริการสาธารณะอื่น มีการลงทุนในการปรับปรุงสถานที่ หรือจัดหาอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยได้รับสิทธิได้รับการลดหย่อนภาษีหรือยกเว้นภาษีเป็นร้อยละของจำนวนเงินค่าใช้จ่าย

(4) มาตรการภาษี แรงจูงใจการดำเนินกิจการ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้สูงอายุ ปัจจุบันประมวลรัษฎากร เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามมาตรา 81(2)(ค) ที่กำหนดให้การนำเข้าอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับคนพิการมาจากต่างประเทศ เป็นสินค้าที่จำแนกไว้ในภาคว่าด้วยของที่ได้รับการยกเว้นภาษีอากรตามกฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร พ.ศ. 2530 ประเภทที่ 16 ภาค 4 ได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มจากการนำเข้าสินค้า (ไม่เท่าและไม่ค้ำยันทุกชนิด รถเข็น อุปกรณ์รองรับอุจจาระหรือปัสสาวะ เครื่องช่วยเดิน ทางลาดสำหรับรถเข็น นาฬิกาบอกเวลา นาฬิกาแบบสั่น เป็นต้น) และมีอุปกรณ์บางอย่างที่ใช้เฉพาะคนสูงอายุแต่ไม่ใช่ของใช้ที่อยู่ในรายการสินค้าคนพิการ ที่ไม่ได้รับการยกเว้นอากรการนำเข้า ทำให้ผู้ประกอบการต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม และผู้นำ

เข้าจะต้องเป็นองค์การสาธารณสุขตามบัญชีท้ายประกาศและการขายสินค้าที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทย ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าจะต้องเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากผู้บริโภคในอัตราร้อยละ 7

(5) ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม การนำเข้าและการขายสินค้าภายในประเทศ สินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับสูงอายุบางอย่างแต่ไม่ใช่ของใช้ที่อยู่ในรายการสินค้าของคนพิการ สินค้าเวชภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้สูงอายุต้องใช้ในการดำรงชีวิต เช่น แก้วน้ำเลื่อนขึ้นบันได เบาะอาบน้ำ ลิฟท์อาบน้ำ เครื่องวัดความดัน เครื่องตรวจน้ำตาลในเลือด ราวพุงตัว เทปกันลื่น สมาร์ทโฮม เป็นต้น ควรเพิ่มรายการยกเว้นของหรือสินค้านำเข้าที่ไว้ใช้กับผู้สูงอายุเช่นเดียวกับคนพิการด้วย และควรยกเว้นให้ผู้ให้นำเข้าสินค้าสำหรับผู้สูงอายุทุกคนโดยไม่จำกัดผู้นำเข้าที่เป็นองค์การสาธารณสุขเท่านั้น ฉะนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยว ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ๆ ที่ต้องลงทุนในการนำเข้าและซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับผู้สูงอายุ สินค้าเวชภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ มาเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสุขภาพ ผู้สูงอายุ เมื่อนำเข้า/การซื้อของหรือสินค้านำเข้า อุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับผู้สูงอายุได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม

กิจกรรมที่ 2 การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และส่งเสริมภาคเอกชนในการพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุโดยเฉพาะ (elderly user friendly)

(1) สำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยการบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เช่นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น และภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว แสวงหาแนวทางในการดำเนินโครงการ เพื่อต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยจัดทำโปรแกรมหรือ Application ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม มีการจัดทำคู่มือการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่จัดเก็บมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่ได้มาตรฐาน

(2) พัฒนาระบบฐานข้อมูลของผู้ประกอบการโดยการเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเพิ่มเติมข้อมูลจากการสำรวจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดโดยประสานงานกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ภาคีเครือข่ายท่องเที่ยว เชิญชวนให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเข้ามาให้ข้อมูลรายละเอียดของสถานประกอบการ เช่น ชื่อสถานประกอบการ ประเภทของการบริการ สถานที่ตั้งพร้อมพิกัด เส้นทางในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก รูปภาพของสถานประกอบการ เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่มีมาตรฐาน

(3) วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และข้อมูลผู้ประกอบการมาวิเคราะห์ร่วมกันและนำเสนอให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงคมนาคม สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการจัดบริการให้สามารถให้บริการแก่ผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) พัฒนาการให้บริการข้อมูลที่ทันสมัยหลากหลาย โดยการนำข้อมูลที่อยู่ในระบบฐาน ข้อมูลมาประมวลผลเป็นสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่ทุกภาคส่วนนำไปใช้ประโยชน์โดยการให้บริการข้อมูลผ่าน website และ จัดทำ Application เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

(5) ส่งเสริมภาคเอกชนในการพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุโดยเฉพาะ (elderly user friendly) เพื่อให้บริการจองสถานที่พักและจำหน่ายสินค้า รวมทั้งบริการด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ และรองรับการบริการชำระเงินด้วยระบบ E-Payment ตลอดจนจัดเก็บพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติและใช้วางกลยุทธ์การตลาดได้ โดยร่วมมือกับบริษัท tech-startup เพื่อสร้างความแตกต่างจากแพลตฟอร์ม/แอปพลิเคชันในปัจจุบันซึ่งมีความซับซ้อนและไม่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุ รวมทั้งสนับสนุนโรงแรมและธุรกิจขนาดเล็ก โดยมีการจัดเก็บอัตราค่าตอบแทนที่เหมาะสม

3.4.2 เป้าหมายรองที่ 2 : เชื่อมโยงภาคการเกษตรและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

แนวทางการบรรลุเป้าหมายรอง :

กิจกรรมที่ 1 การส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์ ดำเนินการโดยกรมส่งเสริมการเกษตร กรมพัฒนาที่ดิน กรมวิชาการเกษตร และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

(1) รับสมัครเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรเข้าร่วมโครงการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบเกษตรแปลงใหญ่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรด้วยการรวมกลุ่มเพื่อเข้าสู่กระบวนการรับรองการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

(2) จัดอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและการบริหารจัดการฟาร์มในการทำเกษตรอินทรีย์ ให้เกษตรกรปรารถปรื่องเรื่องอินทรีย์ (Smart Farmer) กลุ่มเกษตรกรมีความเข้มแข็ง (Smart Group) มีความรู้ความเข้าใจและทักษะในระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์ และการพัฒนาทักษะสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ (Smart Enterprise)

(3) สนับสนุนปัจจัยการผลิต การให้บริการตรวจวิเคราะห์ดิน พัฒนาแหล่งน้ำในไร่นา และติดตามให้คำแนะนำเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรในช่วงเปลี่ยนผ่านจากการผลิตแบบดั้งเดิมสู่การผลิตเกษตรอินทรีย์

(4) การให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ให้แก่เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ และจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

(5) พัฒนาแหล่งผลิตเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกร เชื่อมโยงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์วิถีไทย

กิจกรรมที่ 2 การเชื่อมโยงตลาดเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ดำเนินการโดย กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงสาธารณสุข ดังนี้

(1) จับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ กับผู้ประกอบการโรงแรม โรงพยาบาล ร้านอาหาร และห้าง Modern Trade เพื่อจำหน่ายผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

(2) อบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ให้สามารถจำหน่ายผลผลิตผ่านตลาดออนไลน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและผู้บริโภคทั่วไปที่รักษาสุขภาพสามารถหาซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์ได้โดยตรงจากผู้ผลิต

(3) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นด้วยการเล่าเรื่องราว (Story) เกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์วิถีชีวิตชุมชน รวมถึงการต่อยอดให้มีการแปรรูปผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรให้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่มีมูลค่าสูง และเป็นของฝากสำหรับผู้สูงวัย

กิจกรรมที่ 3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีผลิตภัณฑ์จากหม่อนไหมเป็นสินค้าแชมป์เปี้ยน (Product Champion) และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(1) พัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์หม่อนไหมเพื่อเป็นสินค้าแชมป์เปี้ยนในการตอบโจทย์นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (ตัวอย่างสินค้ากรมหม่อนไหมที่จะส่งเสริมให้เป็นสินค้าแชมป์เปี้ยน ดังภาพที่

ที่ผ่านมาการพัฒนาผลิตภัณฑ์หม่อนไหม ไม่ได้มุ่งเน้นในการพัฒนาเพื่อสนองความต้องการในด้านสุขภาพหรือรองรับผู้สูงวัยมากนัก ปัจจุบันการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีบางส่วนอยู่ระหว่างกระบวนการวิจัย และบางส่วนสามารถจำหน่ายเชิงพาณิชย์ได้แล้ว เช่น อาหารเสริมถั่งเช่าผลิตจากหม่อนไหม และดักแด้ไหม เวชสำอาง เวชศาสตร์ชะลอวัยจากสารสกัดโปรตีนไหม และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหม่อนที่มีสรรพคุณในการลดน้ำตาลในเลือด ลดความดันโลหิต และเป็นสาร Antioxidant มีการดำเนินการดังนี้

(1.1) ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อคัดเลือกนำมาใช้ต่อยอดและจับคู่กับความต้องการของผู้บริโภคและกระแสความนิยมการค้าสุขภาพในปัจจุบัน

(1.2) นำร่องส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมในกลุ่มเกษตรกร ชุมชน และผู้ประกอบการ

(1.3) บูรณาการร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงาน

(2) พัฒนาสินค้าหม่อนไหมที่มีคุณภาพและปลอดภัยตามมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกษตรกร ชุมชน และผู้ประกอบการ ตระหนักถึงการผลิตที่มีคุณภาพ คำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาต่อยอดการแปรรูปผลผลิตให้เป็นอาหารด้านสุขภาพที่มีมูลค่าสูงปัจจุบันกรมหม่อนไหมได้ขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หม่อนไหมเข้าสู่มาตรฐาน ในหลากหลายมาตรฐาน อาทิ มาตรฐาน การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) สำหรับหม่อนใบทำชา และหม่อนผลสด มาตรฐานหม่อนไหมอินทรีย์ ชาติ มาตรฐาน หม่อนอินทรีย์มาตรฐาน EU organic เพื่อรองรับผู้บริโภคในประเทศโซนยุโรป

(3) เชื่อมโยงสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนเพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนแบบครบวงจร ทั้งแหล่งท่องเที่ยว การนำเสนอภูมิปัญญา สินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมอัตลักษณ์ชุมชน และการให้การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนให้กับชุมชน

(4) ให้การรับรองร้านค้าจำหน่ายผ้าไหมที่ได้มาตรฐาน (Certified Thai Silk Shop) จำนวน 111 ร้านค้า กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศเพื่อเป็นการการันตีให้กับผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยที่มีคุณภาพจากร้านที่ได้มาตรฐาน

(5) ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยนำผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุมานำคำแนะนำผู้ประกอบการผลิตสินค้า/บริการเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงวัย และจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยว

ภาพที่ 1 ตัวอย่างสินค้ากรรมหม่อนไหมที่จะส่งเสริมให้เป็นสินค้าแชมป์เปี้ยน

ผลิตภัณฑ์ชาใบหม่อน Mullberry Tea

มีสรรพคุณ ลดระดับน้ำตาลในเส้นเลือด ลดความดัน และช่วยบำรุงร่างกาย ปัจจุบันชาใบหม่อนได้รับมาตรฐานEU Organic มีจำหน่ายในประเทศและส่งออก สหรัฐอเมริกา ยุโรปญี่ปุ่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย



ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว Natural Silk Sericin skincare ประกอบด้วย แชมพู สบู่เหลว/สบู่ก้อน และโลชั่นเจลบำรุงผิวโปรตีนไหมทองคำ โดยมีส่วนผสมหลักจากโปรตีนเซรีซินซึ่งเป็นโปรตีนจากธรรมชาติที่ได้จากแผ่นใยไหมทองคำ มีกรดอะมิโนและสารต่อต้านอนุมูลอิสระ (Anti - oxidant)

3.4.3 เป้าหมายรองที่ 3 : บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายในการให้บริการทั้งด้านการแพทย์และด้านจิตใจ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

แนวทางการบรรลุเป้าหมายรอง :

กิจกรรมที่ 1 การให้บริการคำปรึกษาทางการแพทย์

(1) จัดให้มีการให้บริการคำปรึกษาเชิงส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และการแพทย์ทางเลือก เช่น สมุนไพรไทย (การแพทย์แผนไทย) ระหว่างการท่องเที่ยว และหลังท่องเที่ยวด้วยระบบการให้คำปรึกษาทางการแพทย์ผ่านทางไกล (Tele Medicine)

(2) การประกวดแผนไทย-ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยคุณภาพสูง (ส่งเสริมผลิตและยกระดับพร้อมควบคุมมาตรฐาน) (มติการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

(3) การควบคุมมาตรฐานการประกวดแผนไทย-ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย (มติการรักษาระดับผลิตภัณฑ์)

(4) Upskill Reskill หมอชาที่มีความสามารถหลายภาษาและหลากหลายทักษะที่เอื้อต่อกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง(มติการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

(5) Upskill Reskill มัคคุเทศก์หลากทักษะมุ่งเกี่ยวเนื่องหลากหลายประเภทการท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ 2 การฟื้นฟูสุขภาพด้วยการแพทย์และการแพทย์แผนไทย

(1) Upskill Reskill มัคคุเทศก์หลากทักษะมุ่งเกี่ยวเนื่องหลากหลายประเภทการท่องเที่ยว (มติการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

(2) Upskill Reskill แพทย์และแพทย์แผนไทยหลากทักษะมุ่งเกี่ยวเนื่องหลากหลายประเภท การท่องเที่ยว (มติการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

(3) แผนเพิ่มจำนวนสถานบริการคุณภาพสูง (ส่งเสริมผลิตและยกระดับพร้อมควบคุมมาตรฐาน) (มติการเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์)

(4) ยกระดับมาตรฐานการแพทย์แผนไทย ด้วยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เผยแพร่ผลงาน ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

(5) การควบคุมมาตรฐานการฟื้นฟูสุขภาพด้วยการแพทย์และการแพทย์แผนไทย (มติการรักษา ระดับผลิตภัณฑ์)

กิจกรรมที่ 3 การดูแลร่างกายและจิตใจ เช่น การนวดแผนไทย นั่งสมาธิ การทำบุญ

(1) แผนงานเพิ่มจำนวนสถานที่ท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมและกายจิตวิญญาณคุณภาพสูง (มติการเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์)

(2) การควบคุมมาตรฐานการจัดการ ด้วย BCG (มติการรักษา ระดับผลิตภัณฑ์)

(3) Upskill Reskill มัคคุเทศน์ท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมและกายจิตวิญญาณคุณภาพสูง หลากทักษะมุ่งเกี่ยวเนื่องหลากหลายประเภทการท่องเที่ยว (มติการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

(4) การเพิ่มกิจกรรมด้านการพัฒนาจิตใจ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การนั่งสมาธิ การทำบุญ หรือการฝึกโยคะ ในสถานบริการด้านการท่องเที่ยว

3.4.4 เป้าหมายรอง 4 : นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยคุณภาพดีเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น มีการใช้จ่ายและมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้น

แนวทางการบรรลุเป้าหมายรอง :

กิจกรรมที่ 1 การทำการตลาดเชิงรุกเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย

(1) จัดทำแคมเปญปีแห่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงวัย “Amazing Thailand : Silver Age Golden Year” เพื่อปรับเปลี่ยนสื่อสารให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดมากขึ้น หรือเป็นการสื่อสารภายใต้ลูกค้า (Customer-led) จากที่ผ่านมาซึ่งมักจะเป็นส่งเสริม/ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นนำเสนอสิ่งที่ประเทศไทยสามารถนำเสนอ (product-led strategy) ยกตัวอย่างเช่น ในปี 2563 ที่ใช้แคมเปญ Amazing Thailand, Open to the New Shades ซึ่งมุ่งเน้นนำเสนอการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ แก่ นักท่องเที่ยว หรือในปี 2562 ที่มีโครงการ Amazing ไทยแลนด์ พรีเมียม โดยมุ่งเน้นนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว เส้นทาง สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวระดับพรีเมียม

(2) พัฒนาแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระยะยาว (10-15 วัน) ประเภท Retreat หรือ การแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยโดยเฉพาะ โดยมุ่งเน้นความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยเป็นศูนย์กลาง (customer-centric) อาทิ กระแสความต้องการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันหรือองค์รวม (Holistic Health) การมีอายุยืนนานและดูอ่อนเยาว์ (Longevity and Youthfulness) การท่องเที่ยวครั้งหนึ่งในชีวิต (Once in the Lifetime)

ทั้งนี้ ปัจจุบันการแนะนำ/ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะให้ข้อมูลเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ร้านค้า (ซ็อบบิ่ง) ร้านอาหาร เทศกาลประเพณี แต่ไม่ได้นำมาเชื่อมโยงกันเป็นเส้นทางท่องเที่ยว และยังขาดข้อมูลในส่วนแหล่งท่องเที่ยว/สถานบริการด้านสุขภาพ การแนะนำ

เส้นทางการท่องเที่ยวจึงจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการวางแผนเดินทาง/ท่องเที่ยว ทำให้สามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่อาจจะยังไม่เคยมาประเทศไทยมาก่อน

(3) เสริมสร้างมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งตอบโจทย์ pain point ของนักท่องเที่ยวสูงวัยที่ต้องการความปลอดภัยสูง โดยเพิ่มการมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความคุ้มครอง 3 ภัย (โรคร้าย อุบัติภัย โจรภัย)

(3.1) ในด้านสุขอนามัย ควรประชาสัมพันธ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยที่มีอยู่ แล้วให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น รวมทั้งควรรหาแนวทางร่วมมือกับบริษัทประกันภัยและสถานพยาบาล ในไทยให้สามารถขยายความคุ้มครองการประกันสุขภาพที่กลุ่มผู้สูงอายุทำไว้ในประเทศต้นทางมายังไทยได้

(3.2) ในด้านอุบัติเหตุ จัดโปรโมชันการประกันภัยอุบัติเหตุระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทยฟรีในช่วงแคมเปญ “Amazing Thailand : Silver Age Golden Year” โดยร่วมมือกับภาคธุรกิจ ประกันภัย สมาคมการค้า และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และมีการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของผู้ให้บริการคมนาคมโดยเฉพาะรถบัส เรือโดยสาร และอารยสถาปัตยกรรมที่ท่องเที่ยวต่างๆ

(3.3) ในด้านโรคร้าย ส่งเสริมการชำระเงินแบบไร้เงินสดหรือพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับ นักท่องเที่ยวสูงวัยโดยเฉพาะเพื่อใช้ในการชำระค่าสินค้าและบริการในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อลดความกังวลเรื่องการหลอกลวงหรือการคิดราคาสินค้า/บริการเกินสมควร โดยร่วมมือกับธนาคารต่างๆ ผู้ประกอบการ tech-startup และร้านค้าในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่ในเส้นทางแนะนำ

(4) กระตุ้นความต้องการเดินทางของผู้สูงวัยหลังโควิดผ่านการจัดโปรโมชันพิเศษและการอำนวยความสะดวกในการขอวีซ่าแบบ fast track และการมีช่องบริการพิเศษ (Priority lane) ให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยที่สนามบิน เนื่องจากหลายสถาบันได้วิเคราะห์ว่า กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพหรือมีการใช้จ่ายต่อทริปสูงกว่านักท่องเที่ยวที่อายุน้อย แต่อาจจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในช่วงหลังโควิดช้ากว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย

(5) ประชาสัมพันธ์แคมเปญการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงวัย มุ่งเน้นตลาดศักยภาพระดับบน ได้แก่ ตลาดยุโรป อเมริกาเหนือ ตะวันออกกลาง จีน และอินเดีย และการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น โดยมีการบูรณาการระหว่างกระทรวงการต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยมีการกำหนดประเทศ/ตลาดเป้าหมายและระยะเวลาดำเนินการที่สอดคล้องกันเพื่อให้เกิดผลที่มีน้ำหนัก (impact) มากขึ้นกว่าเดิม

หน่วยรับผิดชอบ	กลุ่มเป้าหมาย/แนวทางประชาสัมพันธ์
กต.	- สัมภาษณ์/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่างประเทศโดยท่านทูตในตลาดเป้าหมาย
ททท.	- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกระแสหลัก (Mass media) เพื่อประชาสัมพันธ์ campaign ปีการท่องเที่ยวผู้สูงวัย - ประชาสัมพันธ์เจาะกองทุนบำเหน็จบำนาญในประเทศเป้าหมายโดยเฉพาะยุโรปและอเมริกา - ประชาสัมพันธ์โดยตรงไปยังบริษัทนำเที่ยว - เข้าร่วมงานแสดงสินค้าการท่องเที่ยว (Virtual)

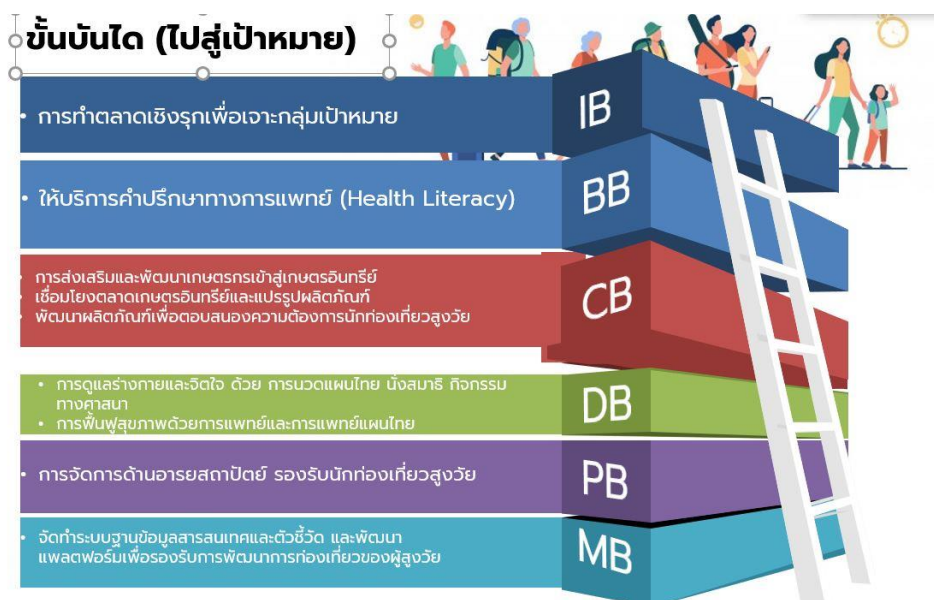
<p>กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ประชาสัมพันธ์ในส่วนของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัย ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียหรือ influencers กลุ่ม Active senior อาทิ เน็ตไอดอลจีน “แกลม-มาส์” (Glam-mas) อาม่าซูปตาร์ทรวงเสน่ห์ชาวจีนที่มีผู้ติดตามกว่า 37,000 ราย (ตามภาพที่ 2) ผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ไคว໋໋ (Kuaishou) โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์แฟชั่นเปี่ยมจากหม่อนไหม อาทิ สุขภาพความงาม อาหารสุขภาพ สมุนไพรที่มีศาสตร์ชะลอวัย เครื่องประดับอัญมณีบำบัด สินค้านวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาในกลุ่ม 60+ ภายใต้โครงการพัฒนาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ และธุรกิจบริการไทยที่เกี่ยวข้อง (บริการสปา/นวดแผนไทย) รวมทั้งร้าน Thai Select
---------------------------------------	--

ภาพที่ 2 ตัวอย่างกลุ่มเน็ตไอดอล “แกลม-มาส์” ในจีน



ที่มา : www.xinhua.com/

ภาพที่ 3 ขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตแบบก้าวกระโดดที่มั่นคงของกิจกรรมต่างๆ



กันได้การเปลี่ยนแปลงและก้าวกระโดดอย่างมั่นคงของกิจกรรมต่าง ๆ ที่ขับเคลื่อนเป้าหมายรองเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายหลัก ประกอบด้วย

1. Mission Based: มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงที่ครบถ้วนตามหน้าที่สอดคล้องกับหมุดหมายยึดหลักวิชาการสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบด้วย การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุและส่งเสริมภาคเอกชนในการพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลสำเร็จ

2. Problem Based : มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงที่แก้ไขปัญหาวิกฤตปัจจุบันและการรับมือกับความเสี่ยงในอนาคต ประกอบด้วย การจัดการด้านอารยสถาปัตย์ เพื่อการพัฒนาอาคารสถานที่ แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้มีภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ

3. Development Based : มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงจากการต่อยอดจากความสำเร็จที่ผ่านมาพัฒนาต่อเนื่องให้ดีกว่าเดิมในทุกๆด้านและมีมาตรฐานสู่สากลประกอบด้วยกิจกรรม 1)การดูแลร่างกายและจิตใจ ด้วยการนวดแผนไทย นั้สมาธิและกิจกรรมทางศาสนา 2)การฟื้นฟูสุขภาพด้วยการแพทย์และการแพทย์แผนไทย

4. Creative Based : มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงโดยการริเริ่ม สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยทำมาก่อนในองค์กร ประกอบด้วยกิจกรรม 1) การส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์ 2) การเชื่อมโยงตลาดเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีผลิตภัณฑ์จากหม่อนไหมเป็นสินค้าแชมป์เปี้ยน(Product Champion) และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5. Benchmark Based : มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงโดยการนำความเป็นเลิศ/แนวปฏิบัติที่ดีมาปรับใช้ในองค์กร ประกอบด้วยกิจกรรม การให้บริการคำปรึกษาทางการแพทย์

6. Innovation Based: มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดด้วยนวัตกรรม ประกอบด้วยกิจกรรมการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย

3.5 สรุปภาพรวมของเป้าหมายหลัก เป้าหมายรอง และแนวทางบรรลุเป้าหมาย (Chapter Summary)

เพื่อบรรลุเป้าหมายหลักในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และสามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ กลุ่ม 9 จึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย โดยแบ่งเป็นกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

ต้นน้ำ (Upstream)

- (1) การส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์
- (2) การเชื่อมโยงตลาดเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย
- (3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีผลิตภัณฑ์จากหม่อนไหมเป็นสินค้าหลักและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- (4) จัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อรองรับการ พัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และส่งเสริมภาคเอกชนพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการใช้งาน
- (5) ทำการวิเคราะห์ ประเมินการ จัดทำแนวทางการพัฒนาและตัวชี้วัดของโครงการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กลางน้ำ (Midstream)

- (1) การจัดการด้านอารยสถาปัตย์เพื่อการพัฒนาอาคารสถานที่ แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสถาน ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ คนพิการ และคนทุพพลภาพ
- (2) การให้บริการคำปรึกษาทางการแพทย์ ให้คำแนะนำดูแลสุขภาพ เชื่อมโยงการตรวจสุขภาพ
- (3) การฟื้นฟูสุขภาพด้วยการแพทย์และการแพทย์แผนไทย
- (4) การดูแลร่างกายและจิตใจ การนวดแผนไทย นันทนาการ กิจกรรมทางศาสนา

ปลายน้ำ (Downstream)

- (1) การทำการตลาดเชิงรุกเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย
- (2) จัดทำ Campaign ปีแห่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- (3) พัฒนา Package การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระยะยาว
- (4) เสริมสร้างมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีความปลอดภัยสูง
- (5) กระตุ้นความต้องการเดินทางของผู้สูงอายุหลังสถานการณ์โควิด ผ่านการจัดโปรโมชั่นพิเศษ และการอำนวยความสะดวกในการขอวีซ่าแบบรวดเร็วและมีช่องบริการพิเศษ
 - (6) ประชาสัมพันธ์ Campaign การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ มุ่งเน้นตลาดศักยภาพ ระดับบน

4. การนำแนวทางบรรลุป้าหมายสู่การปฏิบัติ

4.1 แผนปฏิบัติการแปลงแผนสู่การปฏิบัติ หน่วยงานรับผิดชอบ และผลผลิต/ผลลัพธ์ของกิจกรรม

แนวทางดำเนินการ	ผลผลิต/ผลลัพธ์ของกิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
<p>กิจกรรมที่ 1.1 ส่งเสริม พัฒนาและปรับปรุงสถานบริการและแหล่งท่องเที่ยวด้วยอารยสถาปัตย์</p> <p>โดยมีคณะกรรมการระดับจังหวัด ซึ่งมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน ทำหน้าที่บูรณาการพัฒนาอารยสถาปัตย์ของจังหวัด</p>	<p>(1) สถานบริการและแหล่งท่องเที่ยวที่มีอารยสถาปัตย์มีจำนวนเพิ่มขึ้น</p> <p>(2) มีคู่มือการดำเนินงานด้านการจัดการสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ให้กับบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ องค์กร หน่วยงาน ผู้เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชมรมผู้สูงอายุ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงการคลัง</p> <p>หน่วยงานรอง : กระทรวงมหาดไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมอุทยานแห่งชาติฯ และกรมป่าไม้ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงคมนาคม สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน</p>
<p>กิจกรรมที่ 1.2 การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและตัวชี้วัดเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยมีกระทรวงดิจิทัลฯ เป็นเจ้าภาพในการบูรณาการจัดทำระบบฐานข้อมูลกลางและตัวชี้วัด</p>	<p>(1) มีระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยว</p> <p>(2) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ความสนใจความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ</p> <p>หน่วยงานรอง : กระทรวงการท่องเที่ยวฯ และกระทรวงการพัฒนาสังคมฯ กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานพระพุทธศาสนาฯ กระทรวงคมนาคม</p>
<p>กิจกรรมที่ 2.1 เชื่อมโยงการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์ สู่ โรงแรม ร้านอาหาร และท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดย กษ. ร่วมกับ พณ.จัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ Business Matching ระหว่างกลุ่มเกษตรกรกับผู้ประกอบการ</p>	<p>(1) จำนวนเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรเข้าสู่กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น</p> <p>(2) มีการเชื่อมโยงผลผลิตเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปกับตลาดออนไลน์และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ ความปลอดภัย และสุขลักษณะ และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์</p> <p>หน่วยงานรอง : กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม</p>

แนวทางดำเนินการ	ผลผลิต/ผลลัพธ์ของกิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
<p>กิจกรรมที่ 2.2 พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงวัย โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีการสำรวจและวิจัยความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค</p>	<p>(1) การเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุได้เพิ่มขึ้น โดยมีจำนวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแปรรูปสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมสามารถนำมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและภาคบริการ</p> <p>(2) ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหม มีคุณภาพ ความปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p> <p>(3) ชุมชนมีรายได้ต่อเนื่องควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเผยแพร่อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์</p> <p>หน่วยงานรอง : กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข กระทรวง อว.</p>
<p>กิจกรรมที่ 3.1 การให้คำปรึกษา(Health Literacy) และบริการทางการแพทย์ โดยสาธารณสุขจังหวัด ร่วมกับท่องเที่ยวจังหวัด ยกกระดับการให้บริการให้สูงขึ้น</p>	<p>(1) มีการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาและผลักดันให้มีการจัดการด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้นแบบของประเทศและอาเซียนในระยะต่อไป</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงสาธารณสุข</p> <p>หน่วยงานรอง : กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงการพัฒนาสังคมฯ สถาบันการศึกษา</p>
<p>กิจกรรมที่ 3.2 การดูแลร่างกาย และจิตใจ เช่น การนวดแผนไทย นั้งสมาธิ กิจกรรมทางศาสนา</p> <p>สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด ร่วมกับสาธารณสุขจังหวัด ทำหน้าที่จัดทำแผนเชื่อมโยงกิจกรรมทางศาสนาและการนวดแผนไทยกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</p>	<p>(1) มีการเชื่อมโยงกิจกรรมทางศาสนาเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ</p> <p>หน่วยงานรอง : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย</p>

แนวทางดำเนินการ	ผลผลิต/ผลลัพธ์ของกิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
<p>กิจกรรมที่ 4.1 ประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมาย</p> <p>โดยมีเอกอัครราชทูต และทูตพาณิชย์ในต่างประเทศ จัดทำแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงวัยในประเทศต่างๆ</p>	<p>(1) นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยคุณภาพดีมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น มีการใช้จ่ายและมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้น</p> <p>(2) ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุของไทยในตลาดโลกมีความชัดเจนมากขึ้น</p> <p>(3) การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงได้เพิ่มขึ้น</p>	<p>หน่วยงานหลัก : กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงพาณิชย์</p> <p>หน่วยงานรอง : การกระทรวงการต่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์</p>

4.2 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor)

<p>เป้าหมายที่ 1</p> <p>โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบุคลากรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยในแหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างครบถ้วนและทั่วถึง</p>	<p>1.มาตรฐานการออกแบบอารยสถาปัตย์ (Design for All) ต้องออกแบบให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุและสถานที่</p>	<p>2.งบประมาณในการลงทุน ต้องสนับสนุนงบประมาณให้องค์กรส่วนท้องถิ่นเพื่อใช้ในการดำเนินการ</p>	<p>3.การยอมรับและมีส่วนร่วมของภาคประชาชน การดำเนินการต้องมีการทำประชาคมเพื่อให้เกิดความร่วมมือของคนในท้องถิ่น</p>
<p>เป้าหมายที่ 2</p> <p>เชื่อมโยงภาคการเกษตรและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงวัย</p>	<p>1.การยอมรับและความเข้าใจของเกษตรกรต้องมีการสื่อสารและถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อให้ทราบแนวทางการดำเนินการได้อย่างถูกต้อง</p>	<p>2.ราคาตลาดจูงใจ ผลិតภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีคุณค่า และก่อให้เกิดอรรถประโยชน์เหมาะสมกับราคา นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความพึงพอใจ</p>	<p>3.ความเชื่อมั่นในคุณภาพมาตรฐาน สรรพคุณ และประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยสร้างผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพที่มีความหลากหลาย มีประโยชน์ต่อสุขภาพและมีคุณภาพได้มาตรฐาน</p>

<p>เป้าหมายที่ 3</p> <p>บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายในการให้บริการทั้งด้านการแพทย์และด้านจิตใจ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวสูงวัย</p>	<p>1.รักษามาตรฐานสาธารณสุขไทยที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ และยกระดับคุณภาพการให้บริการในระดับสากล เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจสำหรับนักท่องเที่ยว</p>	<p>2.ประชาสัมพันธ์ในการให้บริการผ่านคลายจิตใจและร่างกาย เพื่อเป็นการเผยแพร่สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จัก และไว้วางใจ</p>	
<p>เป้าหมายรองที่ 4</p> <p>นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยคุณภาพดีเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น มีการใช้จ่ายและมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปมากขึ้น</p>	<p>1.ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อสายตานักท่องเที่ยว</p>	<p>2.รู้สึกเป็นบ้านหลังที่ ๒ เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เอายากกลับมาท่องเที่ยวอีก</p>	<p>3.บุคลากรในภาคธุรกิจและสถานประกอบการมีจิตบริการที่ดี สร้างความประทับใจ</p>

4.3 ความเสี่ยงและแนวทางบริหารจัดการความเสี่ยง

ความท้าทาย	ความเสี่ยง	การบริหารความเสี่ยง
1.งบประมาณ	งบประมาณภาครัฐจำกัด	สนับสนุนให้ออกชนหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมดำเนินการลงทุนในการพัฒนาอารยสถาปัตย์ในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น หรือการจัดสรรรายได้จากการเก็บค่าเข้าสถานที่ให้กับองค์การบริหารส่วนตำบล
2.การมีส่วนร่วมของชุมชน	การคัดค้านจากภาคประชาสังคม	การทำประชาพิจารณ์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วยแนวคิด PPP ให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนทิศทางการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนของตนเอง โดยภาครัฐ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/ผู้ประกอบการโรงแรมร่วมมือกับชุมชนในท้องถิ่น ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น วัดวาอาราม ร้านอาหาร เป็นต้น เพื่อให้ทุกจังหวัดมีจุดขาย
3.สภาพภูมิอากาศ	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	การประกันภัยพืชผลสินค้าเกษตร เช่น พืชผัก ผลไม้ สมุนไพรไทย สินค้าออร์แกนิกส์ ยังมีความไม่แน่นอนในเรื่องการเพาะปลูก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้ได้ผลผลิตไม่พอเพียง

		รวมถึงการบริหารจัดการช่วงเวลาในการเพาะปลูกให้สอดคล้องกับความต้องการในแต่ละฤดูกาลของการท่องเที่ยว เพื่อนำมาผลิตอาหารให้เหมาะกับช่วงฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทย
4. ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม	การเชื่อมโยงของทรัพยากร	เทคโนโลยีและการบริหารจัดการที่ดี การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) 1. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จัดการการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ การจัดการเขตพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการกำหนดขอบเขตพื้นที่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นสัดส่วนเหมาะสมกับประโยชน์การใช้งานในเชิงการท่องเที่ยว การจัดทำคู่มือท่องเที่ยว และป้ายสื่อความหมายธรรมชาติซึ่งมีส่วนช่วยสร้างจิตสำนึกและความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
5. โรคระบาด	เกิดโรคอุบัติใหม่	จัดทำแผนรองรับโรคระบาดและโรคอุบัติใหม่ 1. การสร้างมาตรฐานสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA) โรงแรมได้รับตราสัญลักษณ์ SHA 2. การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดอย่างเคร่งครัด การฉีดวัคซีนได้อย่างทั่วถึง (การวิจัยของ figgy.com และ Ctrip (เว็บไซต์จัดการท่องเที่ยวออนไลน์ที่ใหญ่เป็นอันดับ 1 ของจีน และเป็นอันดับ 2 ของโลก) พบว่า ไทยเป็นประเทศแรกที่นักท่องเที่ยวจีนไปถึงภายหลังวิกฤต COVID-19 รองลงได้แก่ ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ (ข้อมูล ณ พฤษภาคม 2563 วิจัยกรุงศรี)
6. การแพทย์แผนไทยมีมาตรฐานโลก	การยอมรับแพทย์แผนไทย (การนวดไทย สปาเพื่อสุขภาพ น้ำพุร้อน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย กัญชาทางการแพทย์ไทย)	ยกระดับมาตรฐานการนวดแผนไทย (ตำรับวัดโพธิ์) และจัดทำมาตรฐานและประชาสัมพันธ์การแพทย์แผนไทยที่พิสูจน์สรรพคุณได้ด้วยวิทยาศาสตร์ การสร้างเครือข่ายและการจับคู่ธุรกิจในผลิตภัณฑ์สมุนไพรและกัญชา ด้วยมีเจตนารมณ์ร่วมกันที่มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นวดไทยสมุนไพร และกัญชาทางการแพทย์แผนไทยให้แพร่หลายไปยังประชาชนและนักท่องเที่ยว สนับสนุนให้เกิดการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาพัฒนาให้มีมาตรฐานตามหลักวิชาการ เพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น

7.กฎหมาย	ความเสี่ยงด้านกฎหมาย (กฎหมายปัจจุบันยังไม่จูงใจธุรกิจภาคการท่องเที่ยว)	<p>จัดทำแผนบริหารจัดการด้านการคลังที่ดี มาตรการภาษีในการจูงใจผู้ประกอบการการท่องเที่ยว</p> <p>1. มาตรการลดหย่อนอัตราภาษี การบริโภค (Reduced Rates of Consumption Tax) ลดหย่อนภาษีมูลค่าเพิ่ม (Reduced VAT) กระตุ้นการพัฒนาและการขยายตัวของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวรวมทั้งการสร้างงานจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม การนำเข้าและการขายอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับสูงอายุ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้สูงอายุ</p> <p>2. สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentive) การลดอัตราภาษีรายได้ การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีการลงทุน การเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงเพิ่มเติม ทรัพย์สินที่เกี่ยวกับการอารยะสถาปัตยกรรมของสถานประกอบการเพื่อมีไว้บริการนักท่องเที่ยวฯ อย่างเช่น การลดอัตราภาษีรายได้ (Reduced Income Tax Rate) กระตุ้นให้เกิดการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ศูนย์แสดงสินค้า สวนสนุก เป็นต้น ตัวอย่างเช่น “Concessional tax treatment” ของประเทศออสเตรเลีย</p> <p>ที่มา: สังเคราะห์จากรายงานของ OECD (2014)</p>
8. การแข่งขันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	นักท่องเที่ยวมีทางเลือกอื่น อาทิ เวียดนาม ซึ่งกำลังเร่งลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และมีความได้เปรียบด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ยังใหม่และยังมีอีกมาก โดยได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากนักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะจีน	<p>เชื่อมโยงเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่าย พันธมิตร กับประเทศเพื่อนบ้าน</p> <p>1. การจับคู่การเดินทาง (Bubble Tourism) เป็นการทำความตกลงร่วมกับประเทศที่มีการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคได้เป็นอย่างดี และนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบการเดินทางมาไทย อาทิ จีน สิงคโปร์ เวียดนาม และออสเตรเลีย</p> <p>2. การปรับรูปแบบการรับนักท่องเที่ยว การรับและกระจายต่อไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค เพื่อลดการแข่งขัน ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและสร้างความหลากหลายในการท่องเที่ยว ได้แก่ นโยบายการออกวีซ่าระหว่างกัน (Visa policy) โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมระหว่างกัน เช่น เส้นทางกรุงเทพฯ -พนมเปญ - โฮจิมินห์ ,ภูเก็ต-ฟังกา-ระนอง-ทะเลพม่า หรือ รถไฟหาดใหญ่-กัวลาลัมเปอร์-สิงคโปร์ เป็นต้น</p>

4.4 บทสรุป

การนำข้อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ และฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19 ไปสู่การปฏิบัติให้สามารถบรรลุเป้าหมายหลักและเป้าหมายรองได้นั้น ไม่สามารถดำเนินการได้โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพียงหน่วยงานเดียว แต่จำเป็นต้องมีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ อาทิ ในภาคส่วนต่างๆ ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการสนับสนุนการผลิตสินค้าเกษตร และพัฒนาสินค้าที่เกี่ยวข้อง ที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ กระทรวงการคลังที่จะต้องมีการส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการในการพัฒนาอารยสถาปัตย์รองรับนักท่องเที่ยว กระทรวงสาธารณสุขที่จะต้องพัฒนามาตรฐานทางการแพทย์และจุดเด่นด้านการแพทย์แผนไทยหรือสมุนไพรเพื่อสร้างความแตกต่างจากประเทศคู่แข่งอื่น ตลอดจนความร่วมมือระหว่างกระทรวงการต่างประเทศและกระทรวงพาณิชย์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในส่วนที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังต้องการวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และความเสี่ยงต่างๆ เพื่อหาแนวทางการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นอันจะทำให้การขับเคลื่อนแผนไม่บรรลุผลตามที่วางเป้าหมายไว้

5. สรุปภาพรวม

5.1 สรุปภาพรวม

จากที่กลุ่มได้ศึกษาสภาพปัญหา วิเคราะห์การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศ ในอนาคตแนวทางการแก้ไข และ/หรือการพัฒนา การนำแนวทางบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ สรุปเป็นภาพ “การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุเพื่อสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด 19” รวมถึงนี้

ข้อเสนอเชิงนโยบาย แนวทางปฏิบัติและหน่วยงานรับผิดชอบ

1. กระทรวงการท่องเที่ยวฯ เป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำแผนที่กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อประชาสัมพันธ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งจัดให้มีข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุ โดยการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวลักษณะเพิ่มจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวที่ทุกคน อยากมาสัมผัส เช่น การไหว้พระประจำปีเกิดหรือวันเกิด หรือบริการนวดแผนไทย (ตำรับวัดโพธิ์) เป็นการเสริมสร้างความสุขใจและกาย โดยกระทรวงวัฒนธรรมร่วมกับสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติจัดหาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ตรงกับวันหรือปีเกิด รวมทั้งการจัดทำประวัติความเป็นมาเพื่อสร้างเรื่องราว (Story) ของสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อีกทั้งมีการยกระดับมาตรฐานอาชีพผู้ให้บริการนวดแผนไทย (ตำรับวัดโพธิ์) ให้มีการเสริมความรู้สู่การทำกายภาพบำบัดระดับสากล ซึ่งกระทรวงสาธารณสุข จะเป็นหน่วยงานหลักในการออกแบบและจัดทำหลักสูตรฝึกอบรม ที่น่าสนใจ เหมาะสม และสามารถตอบโจทย์ทางการตลาดในอนาคต เพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุในระยะต่อไปได้

2. กำหนดเป็นนโยบายภาคบังคับเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มีการดำเนินงานปรับสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุในการเดินทางท่องเที่ยวโดยการประสานการดำเนินงานร่วมกับกระทรวงคมนาคม เพื่อพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งสำหรับผู้โดยสารสูงอายุ ซึ่งเป็นผู้ที่สมควรได้รับการปฏิบัติ ดูแลด้านความปลอดภัยหรือจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น จัดให้มีบริการรถเข็นไฟฟ้าอัตโนมัติ จัดให้มีช่องทางพิเศษ สำหรับผู้สูงอายุ (Elderly Zone) จุดบริการให้คำปรึกษา แนะนำ หรือสายด่วน เป็นต้น ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวฯ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินงาน ทั้งนี้ควรมีการเชื่อมโยงด้านเทคโนโลยีและ นวัตกรรมในการพัฒนาและออกแบบระบบ one -

app เพื่อให้ผู้สูงอายุที่รักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นและนานขึ้น รวมทั้งมีการพัฒนา ประดิษฐ์อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมต่อผู้สูงอายุในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น หุ่นยนต์ มัคคุเทศก์หรือพัฒนาโปรแกรมอัจฉริยะ ที่สามารถสื่อสารหรือให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุได้ โดยกระทรวงการอุดมศึกษาฯ และกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นเจ้าภาพหลัก

3. พัฒนารูปแบบการให้บริการแบบโฮมสเตย์ กิจกรรมตาม Life Style รองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งมีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่อทริปยาวนานขึ้น โดยกระทรวงการท่องเที่ยวฯ มีบทบาทสำคัญในการเป็นหน่วยงานหลักสนับสนุนด้านงบประมาณสำหรับผู้ประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ หรือเป็นงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่เป็นผู้ใช้จ่ายงบประมาณ และเชื่อมโยงฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับโปรแกรมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ร่วมกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และการมีกิจกรรมที่ตอบสนอง Life Style ของผู้สูงอายุรุ่นใหม่ที่ใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีให้ตอบโจทย์ความต้องการของตนเอง

4. สัมมนาเพื่อหาแนวทางพัฒนา อารยสถาปัตยกรรม Universal Design) แบบมีส่วนร่วม โดยการสำรวจและออกแบบเพื่อพัฒนาปรับปรุงสถานที่และอุปกรณ์ เปิดโอกาสให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม มีส่วนร่วมในการลงทุน (PPP) รวมทั้งการส่งเสริมให้ผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และความเข้าใจเรื่องการจัดสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก ที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวฯ สามารถบูรณาการด้านงบประมาณ ความร่วมมือทางวิชาการ ร่วมกับสถาบันการศึกษา และกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เพื่อสร้างความตระหนัก และเตรียมความพร้อมรองรับการบริหารจัดการในด้านต่างๆ ซึ่งจะช่วยการขับเคลื่อนการดำเนินงานดังกล่าวเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการเปิดโอกาสให้ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการลงทุนพัฒนาอารยสถาปัตยกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบ PPP (Public Private People Partnership)

5. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวฯ มีความร่วมมือเพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวสูงอายุให้เข้าถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติให้สะดวกมากขึ้น เช่น การพัฒนารถรางหรือกระเช้าขึ้นภูเขาสูง การพัฒนาบ่อน้ำพุร้อน ให้เป็น Onsen Thailand มีการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบ Electronics สื่อ Online ซึ่งจะทำให้เกิดการกระตุ้นความสนใจ สร้างแรงจูงใจการท่องเที่ยวได้สัมผัสอากาศดีในแต่ละช่วงเวลา เช่น ฤดูหนาวควรท่องเที่ยวภูเขาทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ฤดูฝนท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตการเพาะปลูกของเกษตรกรทางภาคกลาง ฤดูร้อนท่องเที่ยวบนน้ำตก ทะเล และเกาะแก่งเป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสูงอายุมีทางเลือกและเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวอากาศดีตามฤดูกาลต่างๆ

6. กระทรวงการท่องเที่ยวฯ มีการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การบริการด้านสุขภาพให้รองรับโลกไร้พรมแดน โดยร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุขพัฒนาและยกระดับโรงพยาบาลอำเภอ นำร่องและบุคลากรทางการแพทย์ อาสาสมัคร ให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวสูงอายุได้ในระดับพื้นที่ รวมถึงพัฒนาการให้คำปรึกษาทางการแพทย์แบบทางไกล (Tele-Medicine) เพื่อติดตามให้นักท่องเที่ยวกลับมาอีกครั้งในปีต่อไป

7. มีการจัดทำข้อมูลราคามาตรฐานการให้บริการ เพื่อสร้างแรงจูงใจและเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการท่องเที่ยวฯ เป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินงาน โดยควบคู่กับการพัฒนาระบบการชำระเงินผ่านทางระบบ Electronics เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้จ่าย ซึ่งกระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

8. พัฒนารูปแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ด้วยการจัดทำบัตรสะสมคะแนน เพื่อมอบสิทธิพิเศษให้กับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ดำเนินการโดยกระทรวงการคลัง กระทรวงการท่องเที่ยวฯ รวมทั้งการพัฒนาสถานที่พักแบบ Long Stay เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ใช้ชีวิตอย่างอิสระ และมีความปลอดภัย ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวฯ เป็นเจ้าภาพหลักประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา กรมกิจการผู้สูงอายุ

9 ดึงเอกลักษณ์และจุดเด่นความเป็นไทยที่ไม่เหมือนชาติใดในโลก สร้างจุดขาย เสริมข้อมูลทางการตลาดในมิติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เช่น อาหารท้องถิ่นไทยเชื่อมโยงวิถีชีวิตทางการเกษตร อาหารสุขภาพและอาหารสมุนไพรเชื่อมโยงกับวิถีอาหาร Organics / Herbs และกลุ่ม Vegetarian การนำภูมิปัญญา วัฒนธรรม และประเพณีเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางศาสนา เพื่อสร้างการเรียนรู้ใหม่ให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ในวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของไทย ซึ่ง กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงเกษตรฯ เป็นหน่วยงานหลักดำเนินงาน

10. ประกาศกำหนดให้กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และสถานที่ Unseen Thailand ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางเข้าถึงได้สะดวก และประกาศยกย่องชมเชยแก่ผู้ดำเนินการดีเด่น เพื่อการยกย่องชมเชย เป็นพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวต้นแบบของผู้สูงอายุในระดับอาเซียน ในระยะต่อไป

5.2 บทเรียนที่ได้เรียนรู้จากการจัดทำรายงาน

5.2.1 ความท้าทายในการบูรณาการความคิดจากกลุ่มสมาชิก

(1) สมาชิกกลุ่มมาจากหลากหลายหน่วยงาน (11 องค์กร) ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบ และภารกิจ ความเชี่ยวชาญ และพื้นฐานองค์ความรู้ที่แตกต่างกัน ทำให้มีมุมมองและข้อคิดเห็นต่อสถานการณ์หรือปัญหา รวมทั้งแนวคิดเชิงนโยบายที่อาจแตกต่างกันไปด้วย จึงต้องมีความพยายามในการหาจุดร่วมในความเห็นที่ยอมรับร่วมกันได้ ประกอบกับความใส่ใจจากอาจารย์ที่ปรึกษา GP ที่กรุณาให้คำอธิบาย ชี้แนะ การรับฟัง การเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนข้อซักถาม รวมทั้งการฝึกให้สมาชิกกลุ่มมีบทบาทสอบถามกดดันตามห้วงเวลา จึงทำให้สมาชิกกลุ่มก้าวข้ามผ่านความท้าทายทางความคิดและการปฏิบัติมาได้ โดยมีเครื่องมือสำคัญคือ การสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในทีม การแบ่งบทบาทหน้าที่ ภาวะผู้นำ ผู้สนับสนุน การวางแผน การสลับบทบาทหน้าที่เพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ตามแผน ทุกๆ ประเด็นที่กล่าวถึง กลุ่ม 09 จึงมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การศึกษาหลักสูตร นบส. 94 ถือเป็นความท้าทายสูงสุดในการบูรณาการทางความคิด นับเป็นประสบการณ์ที่ล้ำค่าสำหรับเตรียมพร้อมรับความท้าทายในการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งรองอธิบดี เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนางานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่อไป

(2) ความท้าทายจากการเรียนออนไลน์แบบ 100% ทำให้สมาชิกต้องพบปะประชุมหารือกันผ่านระบบประชุมทางไกล (Video Conference) ซึ่งอาจจะเป็นอุปสรรคต่อการระดมความคิดเห็นร่วมกันส่วนหนึ่ง และยังต้องมีภารกิจในที่ทำงานที่ต้องดำเนินการควบคู่ไปด้วย ต่างจากการฝึกอบรมแบบออฟไลน์ที่จะมีเวลาทำงานร่วมกันได้มากกว่า ทำให้การจัดทำรายงานกลุ่มให้สำเร็จลุล่วงต้องเผชิญกับความท้าทายจากการจัดสรรเวลาเพื่อทำงานร่วมกัน

5.2.2 ความเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการพัฒนาตนเอง (IS) ให้เข้ากับการนำเสนอในรายงานกลุ่มไปปฏิบัติ

ในหัวข้อที่ศึกษา GP สมาชิกกลุ่ม 09 ได้มีการพัฒนาตนเอง โดยเครื่องมือที่อาจารย์กระตุ้นการพัฒนา ได้แก่ การส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่ม 09 ใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์และถ่ายทอดสู่แนวการปฏิบัติ การบูรณาการข้อมูล ทบทวนบทเรียนจากอดีต แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และ

ข้อคิดเห็น รวมถึงการฝึกทักษะสื่อสาร โดยวิธีการการนำเสนอผลงานหรือแสดงความคิดเห็นเสนอต่ออาจารย์ในห้องเรียน และการฝึกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีด้วยตนเองเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัล ซึ่งสิ่งที่ได้กล่าวไป สมาชิกกลุ่ม 09 ตระหนักว่าการเรียนรู้และมองโจทย์ให้เป็นความท้าทาย วิเคราะห์สถานการณ์บนข้อมูลให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งสังคม เศรษฐกิจ สุขภาพ หรือสภาวะแวดล้อม จะก่อให้เกิดประโยชน์สำหรับการพัฒนาตนเองและนำไปสู่การพัฒนางานที่รับผิดชอบให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายในอนาคตต่อไป

บรรณานุกรม

กรมหม่อนไหม. กองตรวจสอบและรับรองมาตรฐานหม่อนไหม. (2564). ข้อมูลการขึ้นทะเบียนร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่อนไหมที่ได้มาตรฐาน.

คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ. (2563). แผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2560 - 2565. กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.

นางสาวพิชญดา มงคล (2562) มาตรการทางภาษีเพื่อสังคมผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์การศึกษาหลักสูตรนิติศาสตร์บัณฑิต สาขากฎหมาย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นางสาวณิชากัทร สุรพัฒนานนท์. (2562) ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาค. ธนาคารแห่งประเทศไทย. การท่องเที่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ฮีโร่จำเป็นหรือ ฮีโร่ตัวจริง?. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_29Oct2019.aspx

ข้อมูลนิติบุคคลประจำปี 2563. (2564). กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในธุรกิจบริการท่องเที่ยว.

United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2020). World Population.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

<https://globalwellnessinstitute.org/>

<https://www.unwto.org/>

<https://www.nytimes.com>

<https://www.bloomberg.com>

<https://www.xinhuthai.com>

<https://www.prachachat.net/>

<https://ageingasia.org/>

<https://www.bot.or.th>

<https://www.altexsoft.com/>

<https://www.imf.org/en/Home>

<https://www.pwc.com/>

<https://www.bloomberg.com/>

คณะผู้จัดทำ

- | | | |
|------------------|-----------------|---|
| 1. นายสุรพล | ศรีเอื้อง | สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ |
| 2. นางสาวสิมาลัย | สังข์นุช | กรมสรรพากร |
| 3. นางปราณี | ประทุมมา | กรมกิจการผู้สูงอายุ |
| 4. นายพงศ์ไท | ไทย์อิน | สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร |
| 5. นางพรพิณี | บุญบันดาล | กรมหม่อนไหม |
| 6. นายธีรพล | ศรีโมรา | สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม |
| 7. นายธนู | สุวรรณโน | สำนักงานสถิติแห่งชาติ |
| 8. นางสาวพัชชา | วุฒิพันธ์ุ | กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ |
| 9. นายพินิจ | ผุดไชตุ | สำนักงานประกันสังคม |
| 10. นายวิทยา | วัฒนเรืองโกวิท | สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข |
| 11. นางสาวนิลุล | รังษีธรรมานุกูล | สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ |