





# ปรับกระบวนทัศน์รับโลกทัศน์ใหม่ เมื่อการท่องเที่ยวแบบเดิม.. ไม่ใช่คำตอบ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
อีเมล : paithoon.mon@nida.ac.th



# ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง

- ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต ศูนย์นอกที่ตั้งจังหวัดภูเก็ต
- อดีตคณบดี คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)
- คณะอนุกรรมการ Soft Power ด้านการท่องเที่ยว
- ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์ ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- Vice President PATA Thailand Chapter
- รองประธาน คณะทำงานการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ประธานกรรมการตัดสินรางวัล Tourism Award ประเภท “รายการนำเที่ยว”
- ที่ปรึกษาการทำเกณฑ์ STAR เรื่องความยั่งยืน ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ผู้ทรงคุณวุฒิโครงการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม
- มัคคุเทศก์ยอดเยี่ยมแห่งประเทศไทย รางวัลกินรี TAT Tourism Award 3 รางวัล
- อดีตผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ ภาคใต้ ประเทศไทย บ. ซีทัวร์ จำกัด

# ปรับกระบวนทัศน์รับโลกทัศน์ใหม่
# เมื่อการท่องเที่ยวแบบเดิม.. ไม่ใช่คำตอบ



ทลายกำแพงการท่องเที่ยวแบบเดิม (The Great Reset)



เปลี่ยนเลนส์มองโลกทัศน์ใหม่ (The New Paradigm Shift)



อนาคตท่องเที่ยวไทยต้องไม่เหมือนเดิม (Beyond Tomorrow)



# Tourism is an eggshell industry

# Tourism is an eggshell industry..

| No | Year | Crisis | Impact |
|---|---|---|---|
| 1 | 1976 | Oil Crisis | -6.92 |
| 2 | 1983 | Economic Recession | -1.24 |
| 3 | 1991 | Gulf War | -7.36 |
| 4 | 2003 | SARS Pandemic | -1.10 |
| 5 | 2005 | Tsunami in Andaman | -4.00 |
| 6 | 2009 | Thailand Political Unrest | -2.98 |
| 7 | 2014 | Thailand Political Unrest | -6.54 |
| 8 | 2020 | COVID-19 | -100 |

Source: Yuwadee Nirantrakul, 2019



# Global Shifts & Turbulent Tides

# ฉากทัศน์ที่มืดมน






## พลวัตด้านการท่องเที่ยว

- ด้านผู้ซื้อ (นักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป)
- ด้านผู้ขาย (แข่งขัน แตกต่าง ปรับตัว)
- ด้านสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยี (ดิจิทัล สภาพอากาศ ภูมิรัฐศาสตร์ ยั่งยืน)



- ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง
- วิกฤตพลังงานและน้ำมัน
- การเมืองระหว่างประเทศ
- นโยบายฟรีวีซ่า

# ภูมิรัฐศาสตร์และความไม่สงบ (Geo-politic Instability)




# Tourism War

# การแข่งขันที่รุนแรงในภูมิภาค


Safety & Trust


王 耀
WANG, YING


SWE-TRANS
www.swe-trans.com
02-617-4481-2
081-836-6439





# Global Boiling

- ฤดูกาลผันผวน
- อากาศร้อนระอุ
- กระทบกับสภาพแวดล้อม

# ภัยธรรมชาติ










# โครงสร้างประชากรเปลี่ยน







- ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว
- นักท่องเที่ยวประหยัด
- เที่ยวระยะสั้น/ระยะใกล้
- จุดหมายปลายทางที่คุ้มค่าเงิน
- ความผันผวนของค่าเงิน

# Global Economic Pressure




# Digital Disruption

# ความท้าทายของการท่องเที่ยวไทย



**สินค้าท่องเที่ยวเหมือนกัน**
(Me Too Strategy)



**ความสามารถรองรับ**
(Over Tourism)



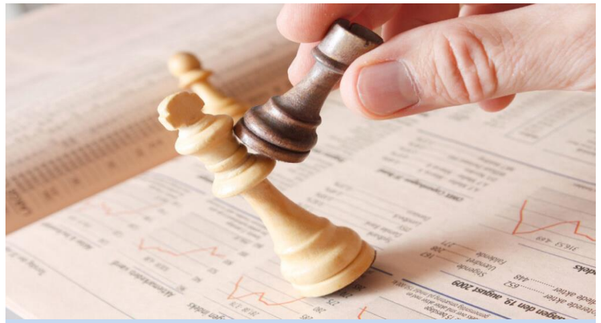

**ระบบนิเวศเพื่อนวัตกรรม**
(Eco-system Innovation)



**ผลกระทบจากการพัฒนา**
(Negative Impacts)




**เน้นปริมาณจนลืมคุณภาพ**
(Volume over Value)



**ความสามารถทางแข่งขัน**
(Competitiveness)



**เราเริ่มยั่งยืนกันยัง**
(Sustainable Roadmap)



**กฎหมายไหนควรปรับ**
(Regulatory Guillotine)

# ความท้าทายของการท่องเที่ยวไทย



**สภาวะอากาศโลก**
(Climate Change)



**พฤติกรรมการท่องเที่ยว**
(Tourist Behavior)



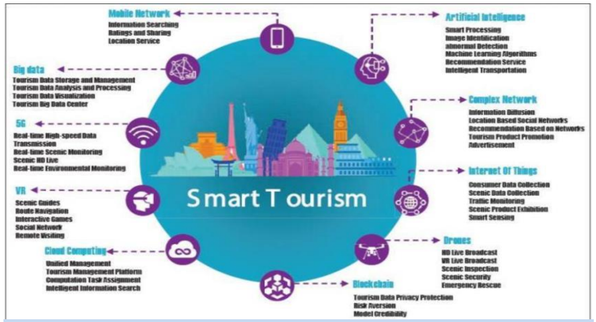
**สุขอนามัยความปลอดภัย**
(Sanitation & Safety)



**การจราจร**
(Traffic Congestion)



**สมรรถนะของคน**
(Competency of HR)




**ข้อมูลด้านท่องเที่ยว**
(Tourism Data Inventory)




**การมีส่วนร่วมของภาคี**
(Participation)



**การเข้าถึงแหล่งทุน**
(Fund Raising)

# ความท้าทายของเมืองท่องเที่ยวหลักของไทย




## เมืองน่าอยู่







## เมืองน่าเที่ยว





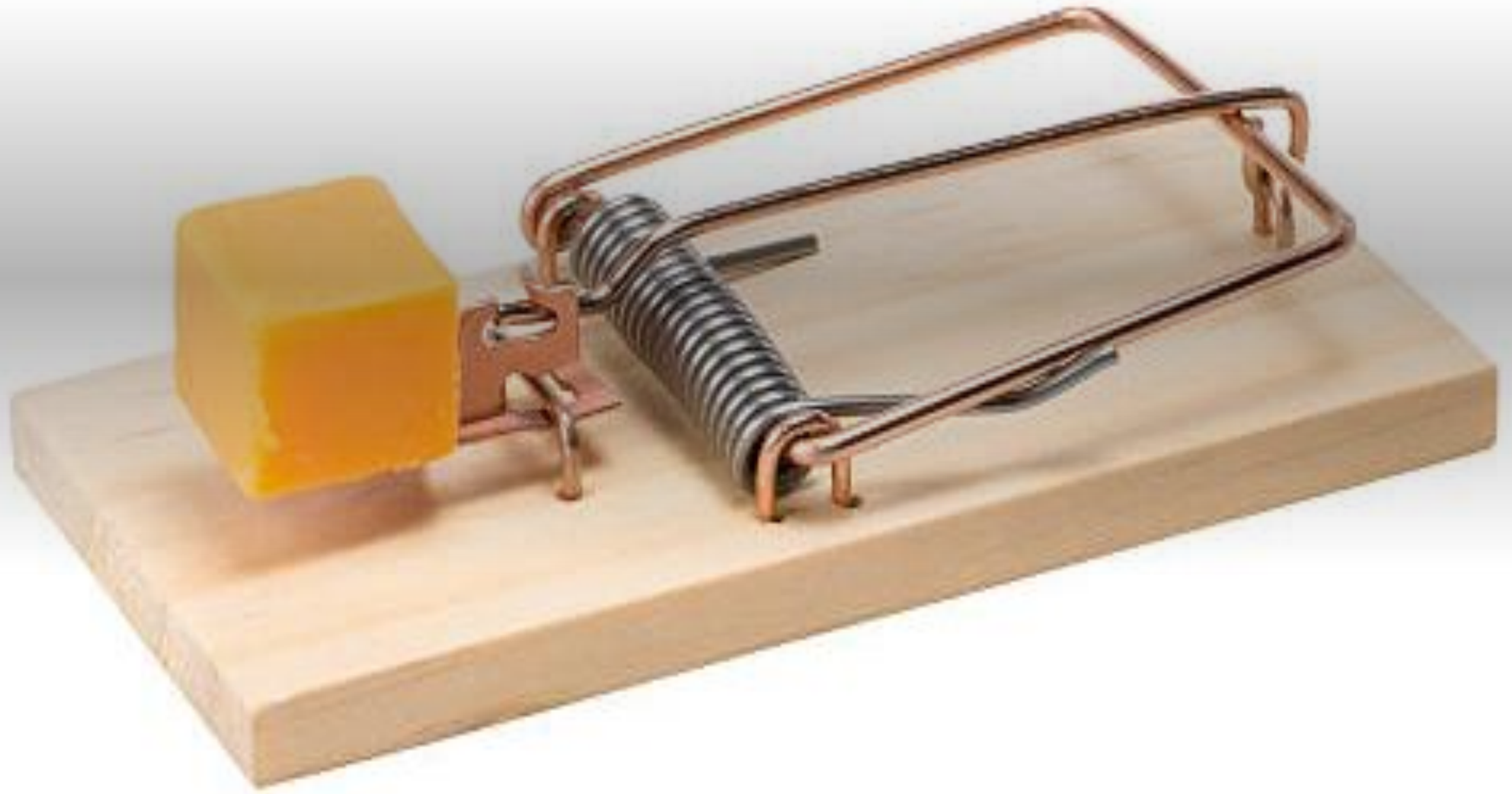


# กทม

**เมืองน่าเที่ยวอันดับ 1**

**เมืองน่าอยู่อันดับ 133**

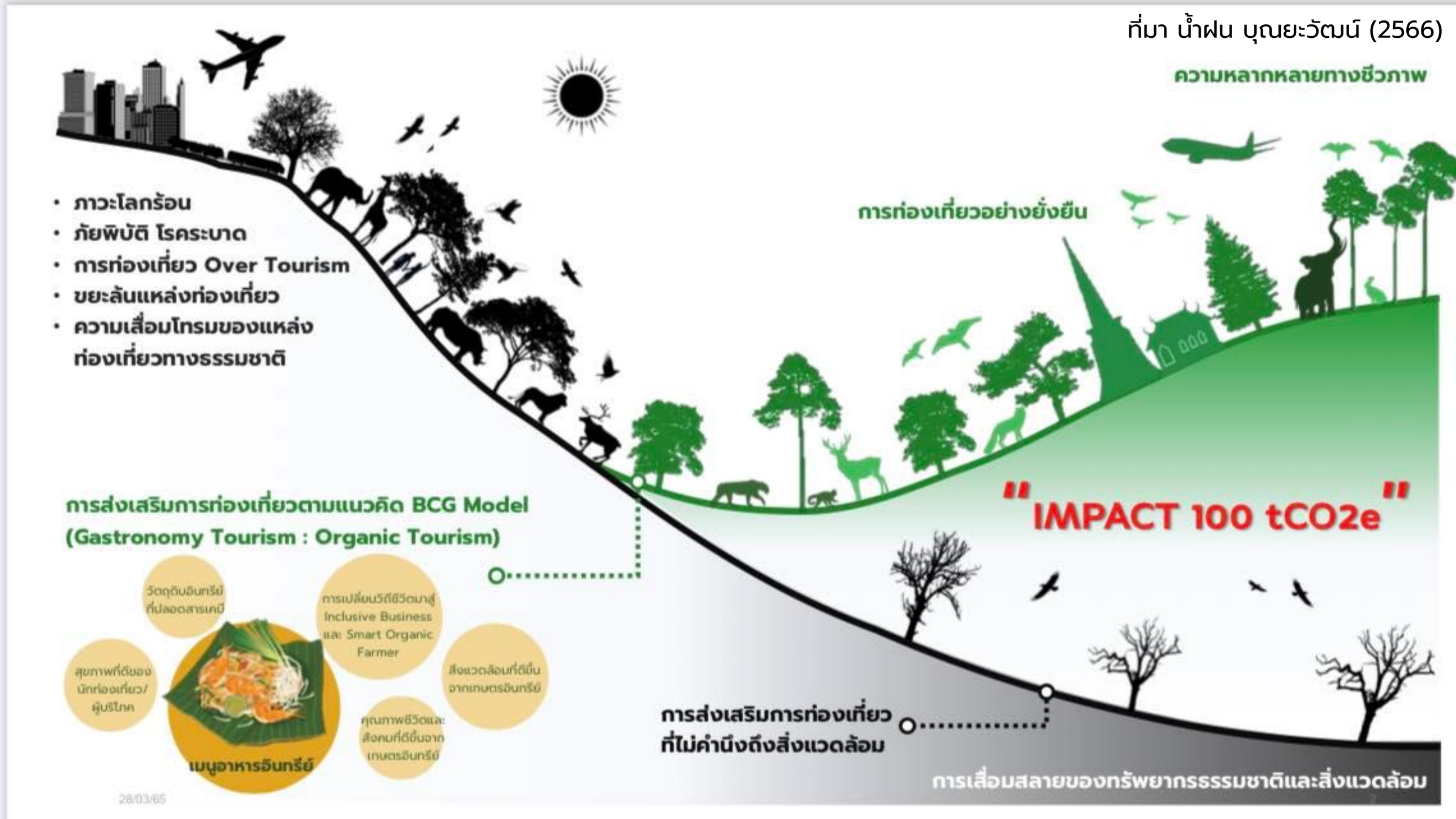
# The Crisis of Old Paradigm
# อวสานกระบวนทัศน์เดิมกับกับดักความสำเร็จของวันวาน





# New Traveler Mindset

ที่มา น้ำฝน บุณยะวัฒน์ (2566)



# การล่มสลายของความคุ้นเคย

Forget the past success and focus the next growth!


หมดเวลาของตำราเล่มเก่า

# คัมภีร์แห่งการอยู่รอด (The New Mandate)



# ปรับกระบวนทัศน์รับโลกทัศน์ใหม่
# เมื่อการท่องเที่ยวแบบเดิม.. ไม่ใช่คำตอบ



ทลายกำแพงการท่องเที่ยวแบบเดิม (The Great Reset)



เปลี่ยนเลนส์มองโลกทัศน์ใหม่ (The New Paradigm Shift)



อนาคตท่องเที่ยวไทยต้องไม่เหมือนเดิม (Beyond Tomorrow)

# Thailand :
# From Player to Game Changer

- 2024 Economic Impact: $10.9 trillion (approx. 10% of global GDP)
- 2025 Growth: Exceeded $11.7 trillion (approx. 10.3% of global GDP)
- Global Employment: Supported 357 million jobs in 2024; forecasted to reach 460 million by 2035



# เกือบทุกประเทศพึ่งพาการท่องเที่ยว




## แข่งขันกันอย่างบ้าคลั่ง..

# ทิศทางและแนวโน้มการท่องเที่ยว

ปัจจัยภายนอก (โลกร้อน, ดิจิทัล, สังคม, ศก, น้ำมัน, ความขัดแย้ง, แข่งขันรุนแรง) (External Factors)



พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยน
(Change of Tourist Behavior)



การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์
(Experience Tourism)



การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
(Sustainable Travel)



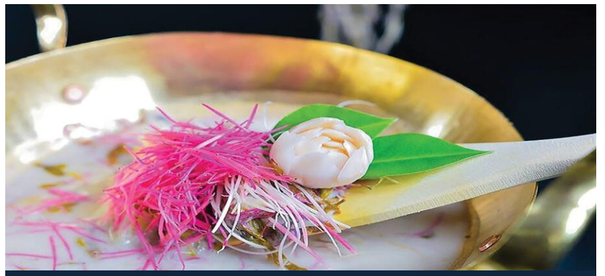
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
(Health & Wellness)



การท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยี
(Technology Integrated Travel)



สุขอนามัยและความปลอดภัย
(Sanitation & Safety)



การท่องเที่ยวเชิงอาหาร
(Gastronomy Tourism)

# พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน



**Sustainability**
(มองหาความยั่งยืน)



**Local Learning**
(เรียนรู้ความเป็นท้องถิ่น)



**Savvy IT**
(เทคโนโลยีช่วยให้ชีวิตง่าย)



**Authenticity**
(ต้องการความเป็นเนื้อแท้)



**Customized Experience**
(ประสบการณ์ที่เลือกเอง)



**Feel Good Travel**
(เดินทางด้วยความรู้สึกดีๆ)

ใช้เวลาและใช้จ่ายมากขึ้น

ต้องการประสบการณ์จริงแท้

ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

สนใจวัฒนธรรมท้องถิ่น

ต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรม

เน้นความยั่งยืนทุกมิติ

# พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคุณภาพ



# Whycation
# Why not Where







# เบื่อแหล่งท่องเที่ยวชื่อดัง ไปที่ชอบๆ (Anti-Tourist Mindset)






# Work-Life Blur : เที่ยวด้วยทำงานด้วย ทำงานที่ไหนก็ได้

# สิ่งสำคัญ



เราไม่สามารถเป็นทุกอย่างให้คนทุกคน แต่เราต้องเป็นบางอย่างสำหรับคนบางคนที่เขาขาดเราไม่ได้



**Design with (not for) your customer..**

# กระบวนทัศน์การท่องเที่ยวจากวันวานสู่วันพรุ่งนี้

**Tourism 1.0**
**ธรรมชาติ**



What to **Sell**

**Tourism 2.0**
**ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม**



What to **See**

**Tourism 3.0**
**ประสบการณ์**



What to **Sense**

**กระบวนทัศน์การท่องเที่ยวเข้าสู่ยุคแห่งประสบการณ์ที่เน้นความยั่งยืน**

# หัวใจของกระบวนทัศน์ใหม่

**วิธีคิดแบบใหม่**
**New Paradigm**







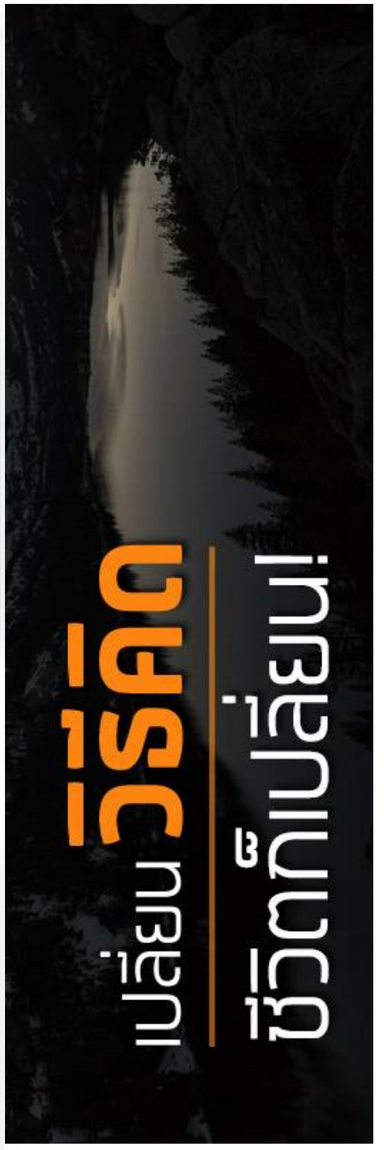


**“มองท่องเที่ยวเดิมด้วยสายตาใหม่ เน้นคุณค่ามากกว่ามูลค่า”**

**วิธีคิดแบบเดิม**
**Old Paradigm**







# กระบวนทัศน์การท่องเที่ยว

## กระบวนทัศน์ใหม่

### Value



### Experience



### Personalize




## กระบวนทัศน์เดิม

### Volume



### Sightseeing



### Group Tour



# กระบวนทัศน์การท่องเที่ยว

**กระบวนทัศน์ใหม่**

## Sustainability



## Culture-based



## Second Tier

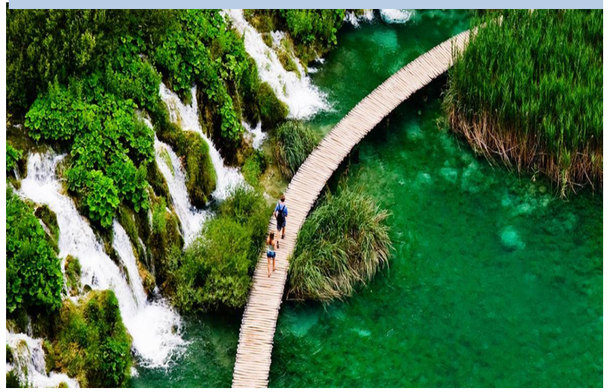


**กระบวนทัศน์เดิม**

## Over-Tourism




## Nature-based



## First Tier





“เราจะส่งมอบประสบการณ์ที่น่าจดจำได้อย่างไร”



# “ทำเสน่ห์ เล่นของ” ให้นักท่องเที่ยวหลงเสน่ห์ “รักเรา หลงเรา”

# เสน่ห์ไทย



# สินค้าการท่องเที่ยว คือ ก๋วยเตี๋ยว

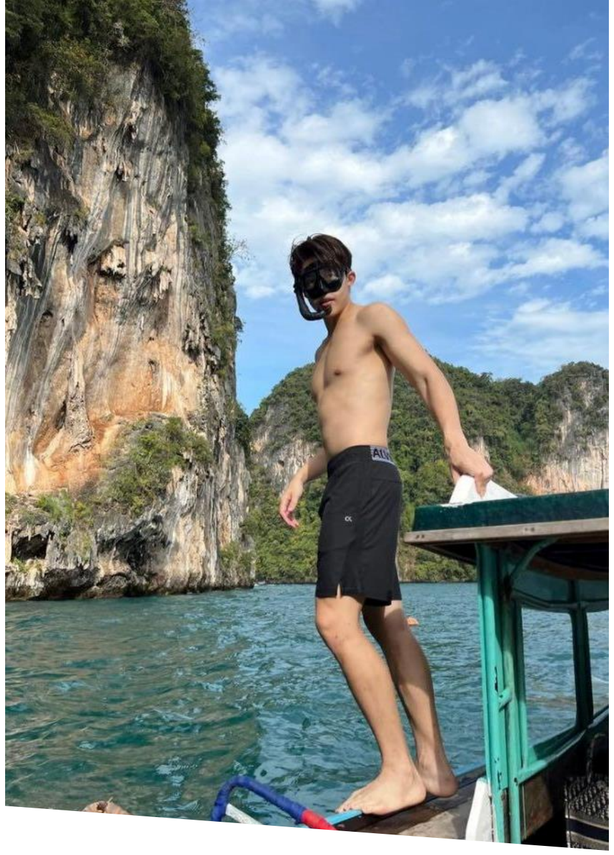
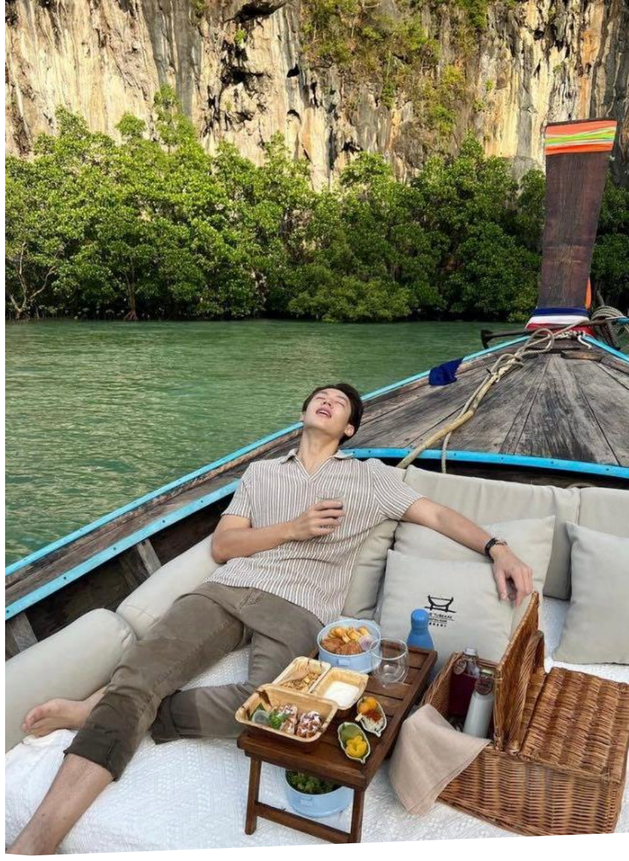
## ยุคแห่งประสบการณ์

# บริการแบบเสน่ห์ไทย คือ เครื่องปรุงรสชาติ







# ยุคการท่องเที่ยวเปลี่ยนจากปริมาณสู่คุณภาพ (Value over Volume)

# สินค้าการท่องเที่ยวไทย... ต้องแตกต่าง สร้างสรรค์






## ขายของเหมือน ขายของถูก







# โลกาภิวัฒน์ กับ วิถีวัฒนธรรมท้องถิ่น

- อาหาร
- อาราม/อาราธนา
- อารยธรรม
- อากาศ
- อาภรณ์
- อาเพท
- อาพาธ
- อารมณ์
- อาคาร
- อานุภาพ
- อายุ
- อารี
- อาศัย
- อาสาสมัคร
- อารักษ์

**Globalization**

**โลกาภิวัฒน์**

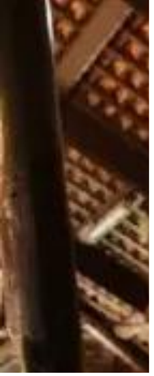
**Localization**

**วิถีวัฒนธรรม**

**Personalization**

**ตอบโจทย์ลูกค้า**

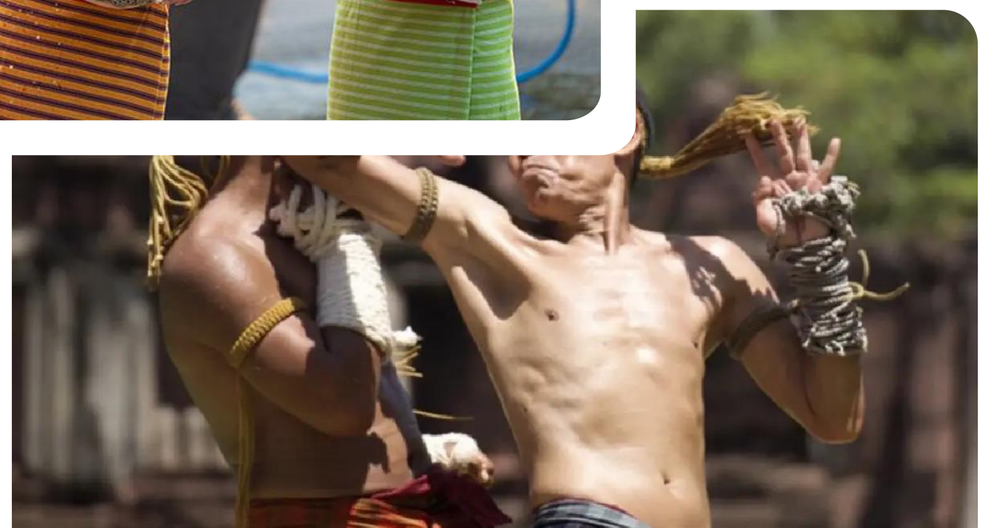















# วัฒนธรรม เป็นเครื่องมือไปสู่ความยั่งยืนในทุกมิติ



# ความยั่งยืน เป็นข้อบังคับ ไม่ใช่แค่การตลาด

ความโปร่งใสของคาร์บอน
(Carbon Transparency)
การท่องเที่ยวแบบฟื้นสร้าง
(Regenerative Tourism)

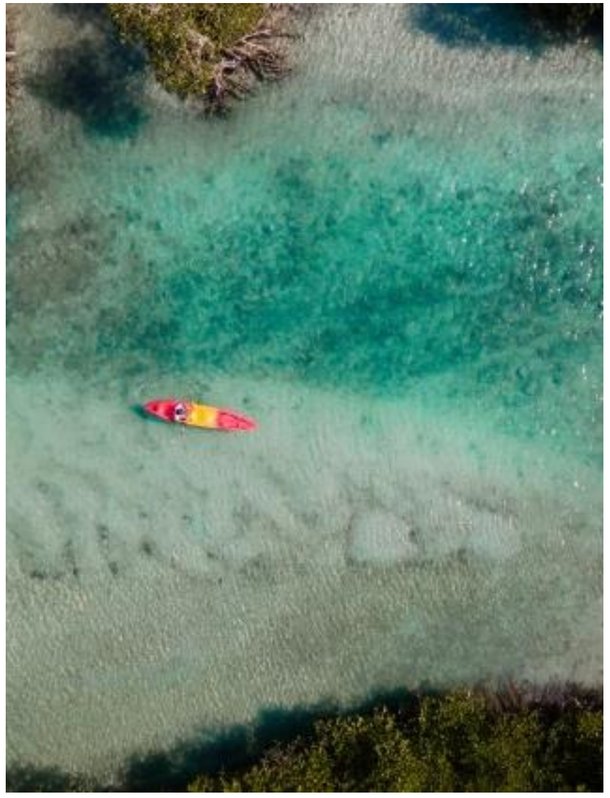


# การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ (Longevity Tourism)









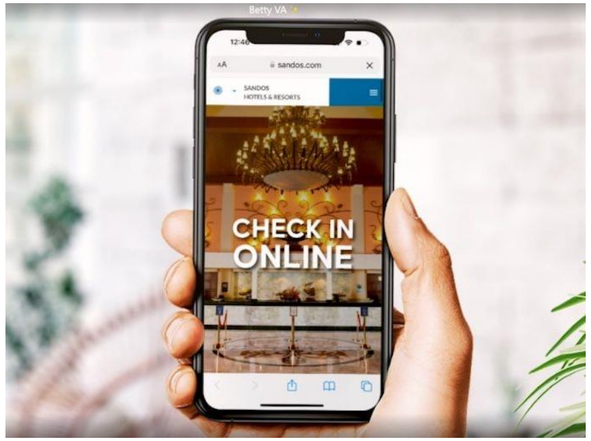


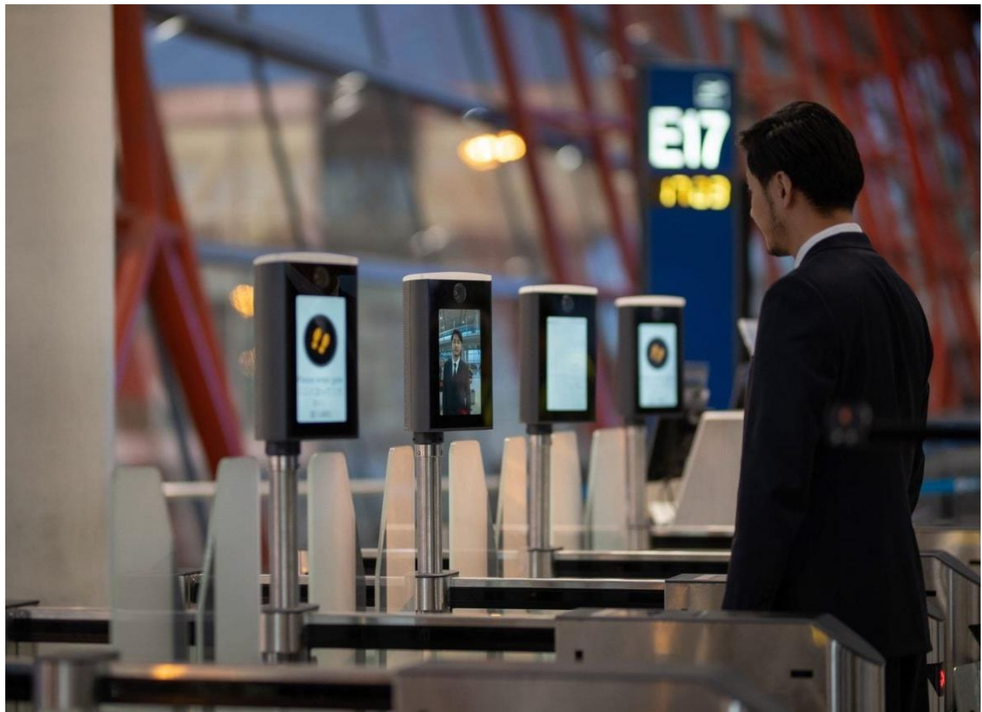

# พลังของ
# ปัญญาประดิษฐ์

# ประสบการณ์ไร้รอยต่อไร้สัมผัส (Frictionless)











# ‘สนามบินดูไบเปิดตัวอุโมงค์อัจฉริยะ’ ใช้ AI ช่วยจดจำใบหน้า

จากยุคตัวแทนนำเที่ยว

สู่ยุคปัญญาประดิษฐ์จัดการ

เทคโนโลยีเปลี่ยนบทบาทจาก

เครื่องมือในนการจอง มาเป็น

ผู้ช่วยตัดสินใจ





# การท่องเที่ยวแบบเงียบ (Silence Tourism)









# ผสานความเป็นไทยในความเป็นสากล (Hi Tech & Hi Touch)

# ปรับกระบวนทัศน์รับโลกทัศน์ใหม่
# เมื่อการท่องเที่ยวแบบเดิม.. ไม่ใช่คำตอบ



ทลายกำแพงการท่องเที่ยวแบบเดิม (The Great Reset)



เปลี่ยนเลนส์มองโลกทัศน์ใหม่ (The New Paradigm Shift)



อนาคตท่องเที่ยวไทยต้องไม่เหมือนเดิม (Beyond Tomorrow)

# ปรับตัว ตอบโจทย์ อนาคตการท่องเที่ยวไทย





# การท่องเที่ยวบ้านเรา

## นั่งกินบุญเก่าอย่างเดียว เดี๋ยวก็หมดบุญ



# CHANGE MAKERS

# Tourism is a mean for sustainability.



# เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย



เพิ่มการใช้จ่าย



พักนานขึ้น



คุณภาพมากขึ้น



ยั่งยืนมากขึ้น


Thailand Digital Tourism Platform
High Value Tourism Strategies
Thailand Tourism Sustainable Roadmap
Thailand Tourism
HR Development
Thailand Inclusive Tourism
Tourism Regulatory Guillotine Roadmap




เจ้าบ้าน
กลไกการจัดการ
การจัดการการท่องเที่ยว
การตลาด
ผู้มาเยือน

# การจัดการการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey Management)

**Service** | **Safety** | **Sanitation** | **Satisfaction** | **Sustainability**

## High Tech VS High Touch




Green for Growth

# From Sustainable to Regenerative Tourism

# From Mindset through Skillset to Eco-system


















Green Tourism

GSTC
Global Sustainable Tourism Council

จากคุณค่า.. สู่มูลค่า

from Hi-tech to High Touch..





# การสร้างคุณค่า

- แตกต่าง
- สร้างสรรค์นวัตกรรม
- เรื่องราวผ่านการเล่าเรื่อง
- คุ้มค่า
- ประสบการณ์จริง
- ยั่งยืนทุกมิติ



# ต้องเปลี่ยนชุดความคิด ผลิตสินค้าการท่องเที่ยวที่แตกต่างและตอบโจทย์

HERMÈS
PARIS



Handmade



## from Hermes to Handmade

# ต้องเปลี่ยนชุดความคิด ผลิตสินค้าการท่องเที่ยวที่แตกต่างและตอบโจทย์





## คุณค่าสร้างมูลค่า

# Paradigm Shift to Value-based Tourism



CLOTHEAR
VESTIARE



YAYEE ◆ MOLIDA
BEAUTY IN EVERY BREATH



















DIOR


DIOR










หนึ่งเดียวในโลก
GOOD DESIGN








LOVED



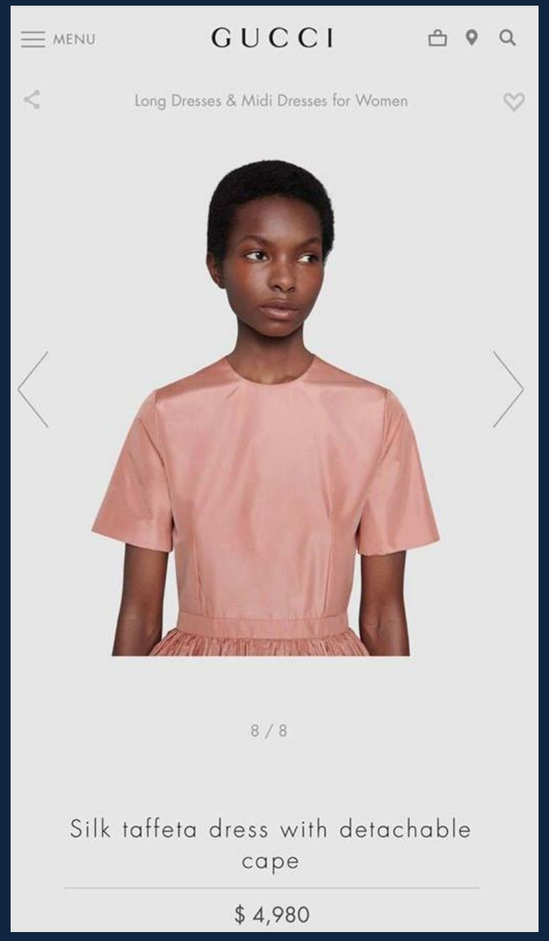


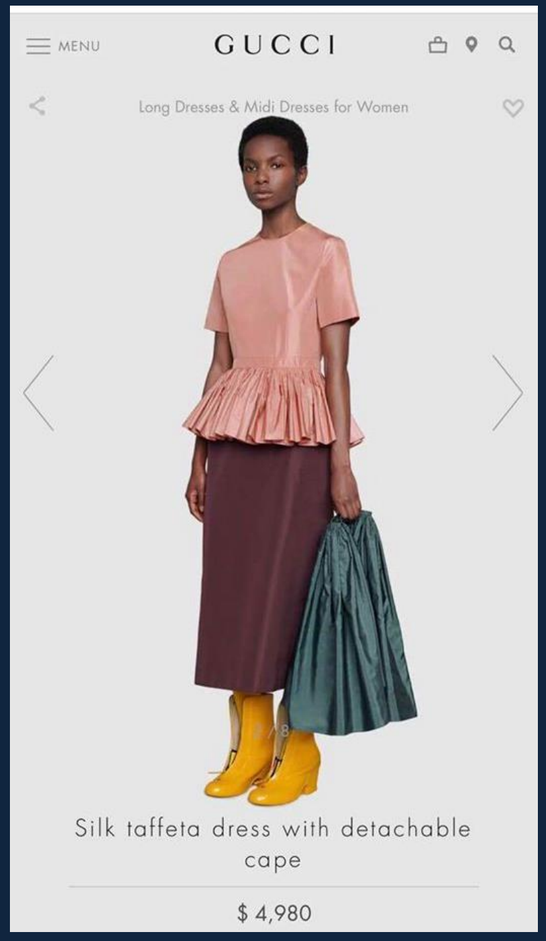









MENU
GUCCI
Long Dresses & Midi Dresses for Women
8 / 8
Silk taffeta dress with detachable cape
$ 4,980


MENU
GUCCI
Long Dresses & Midi Dresses for Women
Silk taffeta dress with detachable cape
$ 4,980


Dresses for Women


จากต้นกระจูด
สู่ภูมิปัญญาท้องถิ่นเมืองพัทลุง
ที่ไม่กระจอก(เลย)
CLUSIVE GIFTING
STARBUCKS RESERVE®
HRAYA RIVERFRONT
© 2021 Starbucks Corporation.














El Jardin by Dek Ban Suan




ย่านลิเภา


Grandma's
Home Cooking School




Grandma's
Home Cooking School










หนึ่งเดียวในโลก
GOOD DESIGN











# การห่มป่า (Forest Bathing)


หงส์ไทย
Household Remedies
Made in Thailand
COMPOUND
สูตร 2
เข้าถึง
ซื่อสัตย์
ยอมรับ
สังคม
เข้าใจ
ศรัทธา
ไทย
บริษัท สมุนไพรไทยหงษ์ไทย จำกัด
Use inhalant
Net Weight 25 g




ได้แล้วหอยแครงตัวแรก
PHUKET
OK ••••


จิบชา ทานขนมพื้นเมืองภูเก็ต ไปพร้อมกับการล่องเรือ
PHUKET
OK ••••



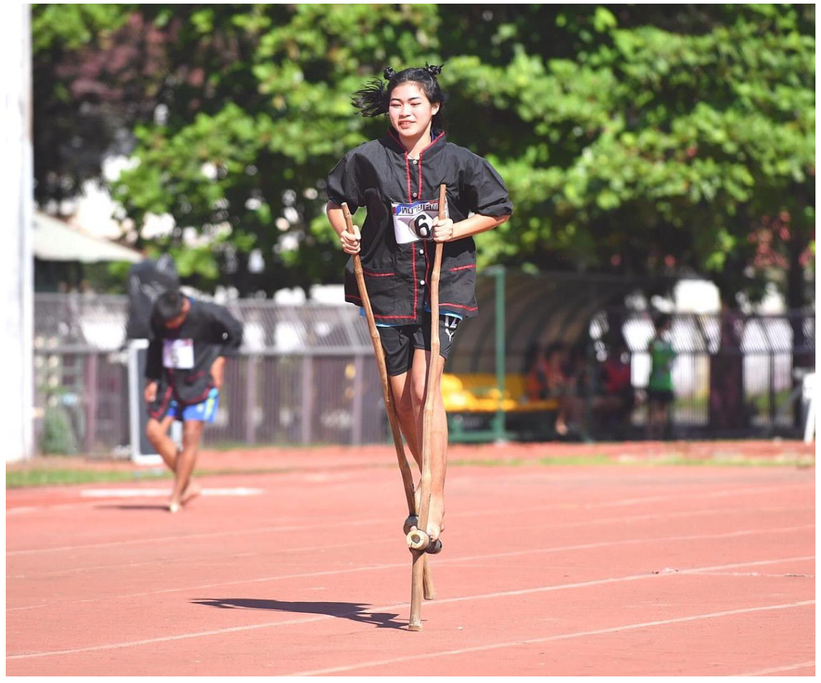

และป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์
















กระเป๋าสานจากหางประทัดไอ้ไข่
1 ใบ ใช้ 999 ชิ้น


AYONE
ปลี่ยนขยะทะเล
ป็นสินค้าสร้างร


NOCtourism

# NOCtourism

**Noctourism** เป็นคำที่เกิดจากการรวมคำว่า **Nocturnal (กลางคืน) และ Tourism (การท่องเที่ยว)** ซึ่งหมายถึง **การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในช่วงเวลากลางคืน** โดยเน้นไปที่กิจกรรมและสถานที่ที่สามารถสัมผัสได้เฉพาะเวลากลางคืน เช่น พิพิธภัณฑ์กลางคืน ชายหาดเรืองแสง แสงเหนือ เดินป่ายามค่ำ ดำน้ำยามค่ำคืน ชมจันทร์ชมดาว ชมหิ่งห้อย เป็นต้น (กลางวันร้อน กลางคืนสบาย)







# ประสบการณ์วิถีท้องถิ่นถวิลหา

- หลีกเลี่ยงแหล่งท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยนักท่องเที่ยว และมุ่งหน้าสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและไม่ซ้ำใคร (Local over tourist traps: The shift toward authentic travel experiences)
- ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่นในการท่องเที่ยว (Live Like Local)
- ไม่ใช่แค่การเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวชื่อดัง แต่เป็นการดื่มด่ำกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น (Soul of Local)







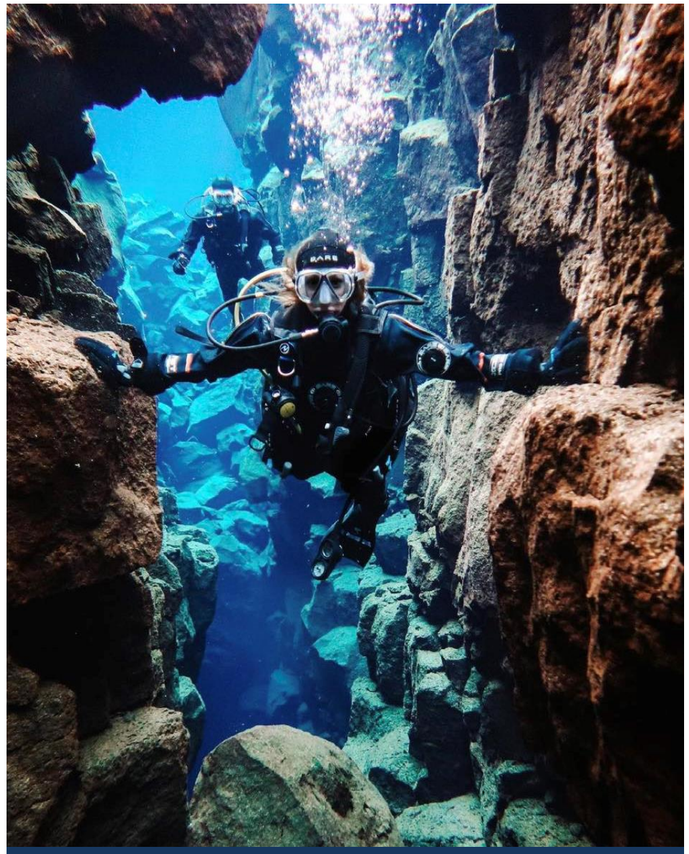


# การท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบหรูหรา (Luxury CBT)



1. ความหรูหราผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างสมดุล
2. อาหารแบบโลคอลแต่มีมาตรฐานระดับ Fine Dining
3. ประสบการณ์แปลกใหม่แบบเอ็กซ์คลูซีฟ
4. ความยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
5. การดูแลแบบ VIP และบริการเฉพาะบุคคล

# ประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิต (Once in a Lifetime Tourism)



**Touch Two Continents**
**ดำน้ำแตะไหล่ทวีป**



**Travel to Space**
**ท่องเที่ยวอวกาศ**



**Explore Titanic**
**ชมซากไททานิค**

# Digital Nomadism & Remote Work Travel เติบโต

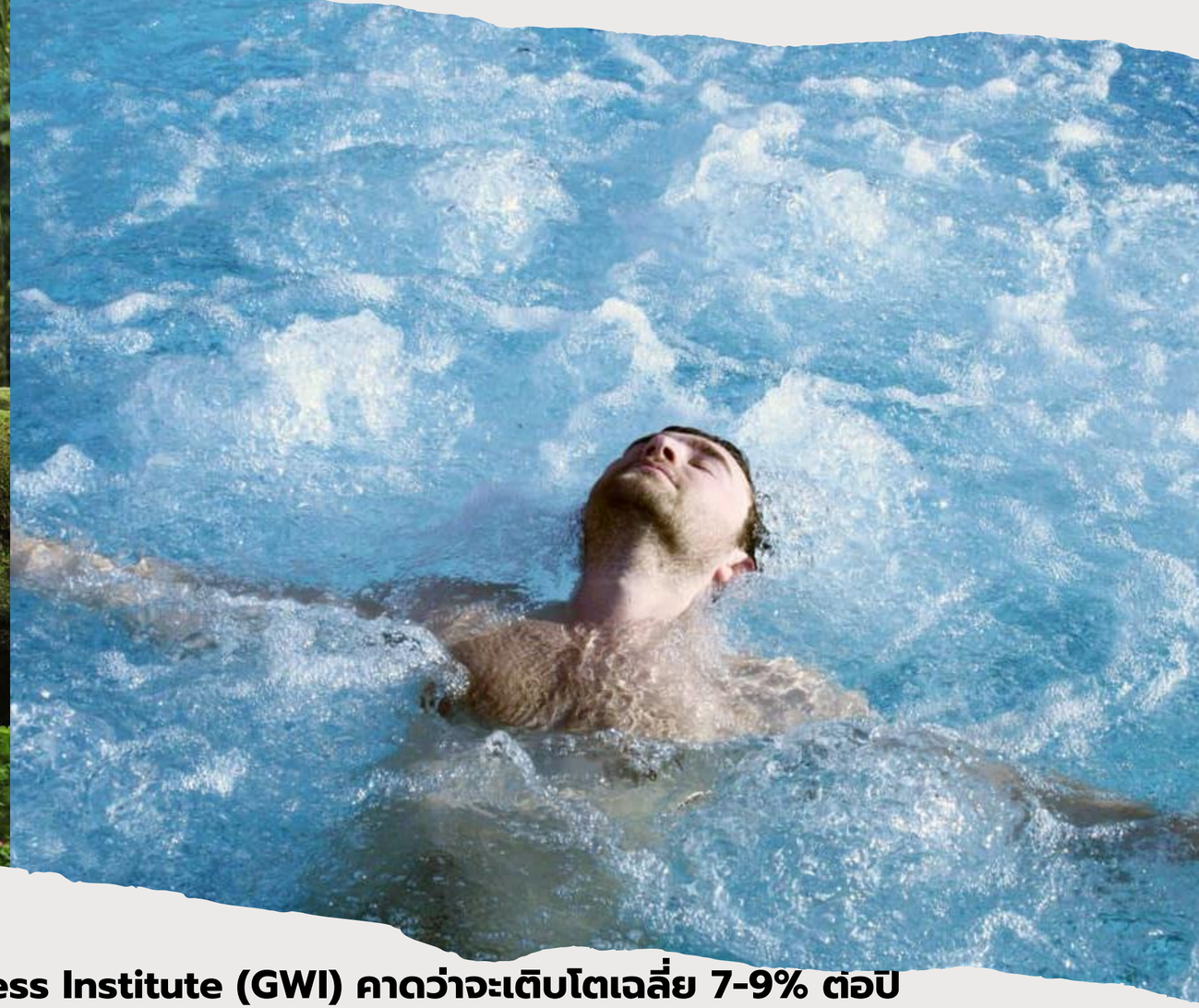
1. การอนุญาตวีซ่าสำหรับ Digital Nomads (Remote Work Visas)
2. โค-เวิร์กกิ้งสเปซและโค-ลิฟวิ่งสเปซเพิ่มขึ้น (Co-Working & Co-Living Spaces)
3. เทรนด์ Workation (Work + Vacation)
4. การขยายตัวของ Freelance และ Gig Economy
5. นโยบายภาษีและกฎหมายที่สนับสนุนการทำงานทางไกล











## Wellcation (เที่ยว พัก ป้องกัน ฟื้นฟู ดูแลสุขภาพ)

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังเติบโต รายงานจาก Global Wellness Institute (GWI) คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย 7-9% ต่อปี
- มุ่งเน้นสุขภาพกาย ใจ จิตวิญญาน โดยมีเป้าหมายเพื่อป้องกัน (Prevention) ฟื้นฟู (Maintenance & Enhancement) รักษาและฟื้นฟู (Healing & Recovery) ผ่านกิจกรรมและบริการที่ส่งเสริมสุขภาวะในหลายด้าน
- เทคโนโลยีและ AI ช่วยยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- การผสมผสานสุขภาพกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Experiential & Sustainable Wellness Tourism)

# Calmcation
## การท่องเที่ยวเพื่อความสงบ

- เป็นแนวโน้มที่เน้นการเดินทางเพื่อความสงบและหลีกหนีจากความวุ่นวาย
- มุ่งเน้นไปที่การลดมลพิษทางเสียงและการลดการพึ่งพาเทคโนโลยี
- มลพิษทางเสียงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อสุขภาพ (องค์การอนามัยโลก)
- ความเงียบ (Silence Tourism)
- การตัดขาดจากเทคโนโลยี (Digital Detox Travel)
- การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน (Sustainable & Off-Grid Accommodations)
- การเชื่อมต่อกับธรรมชาติ (Nature Immersion)







# Coolcation (เย็นกว่า สบายกว่า ยั่งยืนกว่า)



- แนวโน้มเปลี่ยนจาก “Where is hot” ไปสู่ “Where is not” เนื่องจากภาวะโลกเดือด
- เที่ยวฤดูหนาว ฤดูใบไม้ร่วง เมืองหนาว เที่ยวนอกฤดูกาล
- ลดความต้องการการใช้พลังงานปรับอากาศ

# Greenovative Tourism



การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตอบโจทย์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมที่นำไปสู่ความยั่งยืน เช่น โรงแรมที่ใช้พลังงานสะอาด ร้านอาหารที่ไม่สร้างขยะจากอาหาร เป็นต้น









# Regenerative Tourism

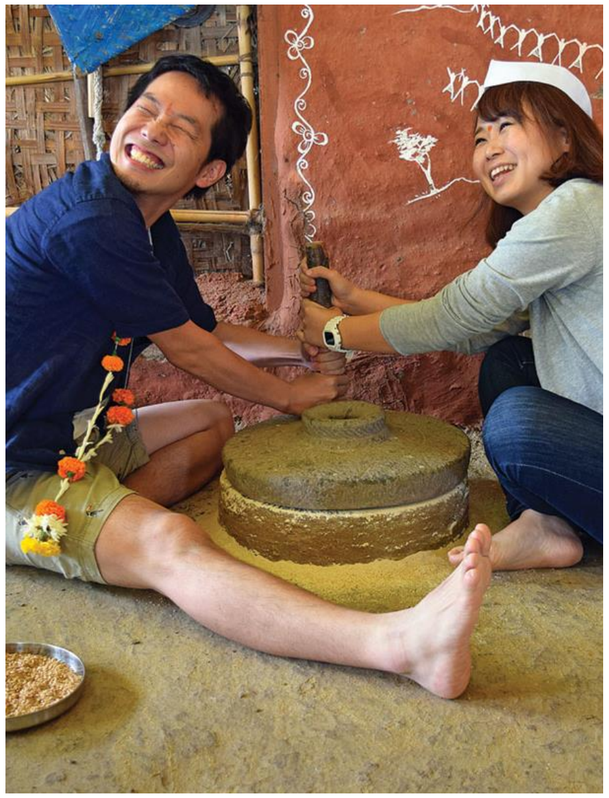
**การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นสร้างอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการพื้นฟูและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ผ่านการออกแบบกิจกรรมตอบโจทย์ “ดีขึ้นกว่าเดิม” เช่น การปลูกปะการังเทียม**

# Gastronomy as a Cultural  Gateway

1. อาหารท้องถิ่นและของแท้ (Authentic & Local Experiences)
2. อาหารที่สะท้อนวัฒนธรรมและเรื่องราว (Cultural & Storytelling Food)
3. การทำอาหารเองและเวิร์กช็อปทำอาหาร (Cooking Classes & Food Workshops)
4. อาหารสุขภาพและยั่งยืน (Sustainable & Health-Conscious Dining)









# Gastronomy as a Cultural  Gateway

5 อาหารฟิวชั่นและเทรนด์ใหม่ (Fusion & Experimental Food Trends)

6 ทัวร์อาหารและประสบการณ์เชิงชิม (Food & Beverage Tours)

7 สตรีทฟู้ดและมื้ออาหารราคาประหยัด (Street Food & Budget-Friendly Culinary Experiences)








# มิตรภาพแนวใหม่

## กิจกรรมสำหรับลูก (Kid-based Tourism)



## มิตรภาพแน่นแฟ้นแมนๆสองคน (Bromance)



## เที่ยวตอนท้อง (Babymoons)





## ครอบครัวหลายเจน (Multi-generation Mix)



## ฮันนิมูนกับเพื่อนสนิทแทนคู่รัก (Bestiesmoons)



## ฮันนิมูนพร้อมเพื่อนสนิท (Buddymoons)


Storytelling
เรื่องเล่า
Safety/
Sanitation
สุขภาวะ
Space
จัดการพื้นที่
Sustainability
ความยั่งยืน
Service
การบริการ
Sense
สัมผัสทั้ง ๕
Standard
มาตรฐาน

# เสน่ห์ 7S



# ร่วมพลังท่องเที่ยวไทย ก้าวไกล ยั่งยืน



**ขอบคุณค่ะ**

**สนใจเรียนปริญญาโทท่องเที่ยว**

**ท่องเที่ยว นิด้า**

**มีหลักสูตรออนไลน์ 100%**