บทวิเคราะห์สถานการณ์

MSME

สาขาธุรกิจท่องเที่ยว ปี 2564 และแนวโน้มปี 2565

โดย นายณัฏฐกฤติ นิธิประภา

ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ

กันยายน 2564

สสว. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ต่อเศรษฐกิจและภาคการท่องเที่ยว

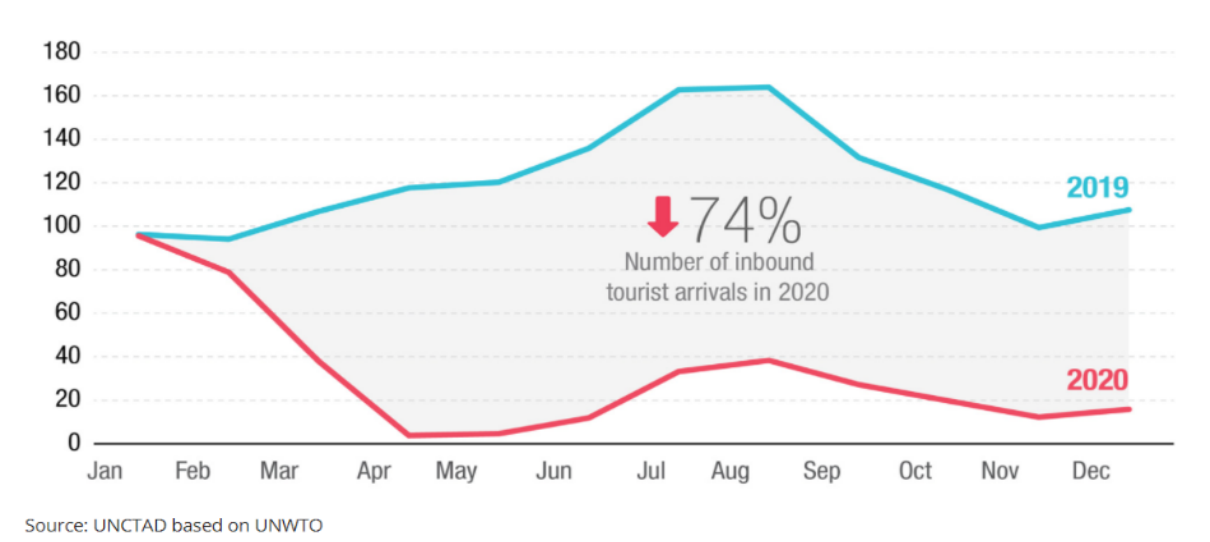
ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและภาคการท่องเที่ยวโลก

"ข้อมูลจาก statista.com พบว่า ในปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงที่ยังไม่มีการแพร่ระบาดของโควิด 19 รายได้จากภาคการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม มีสัดส่วนประมาณ 10.4% ของ GDP โลก"

จากข้อมูลขององค์กรการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) เผยแพร่เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2564 คาดว่าผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อมจากการระบาดครั้งใหญ่ของโควิด 19 ทั่วโลกต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทำให้ GDP โลกลดลงไปมากกว่า 4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในช่วงระหว่างปี 2563 - 2564 โดยเป็นการลดลง 2.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และ 1.7 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2563 และ 2564 ตามลำดับ และยังพบว่าการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับการรับวัคซีนโควิด 19 ทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งหลายประเทศพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งอัตราการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด 19 ของแต่ละประเทศแตกต่างกันอย่างมาก ตั้งแต่ต่ำกว่า 1% ไปจนถึงมากกว่า 60%

นอกจากนี้ ยังพบว่าภาคการท่องเที่ยวจะฟื้นตัวเร็วขึ้นในประเทศที่มีอัตราการฉีดวัคซีนสูง เช่น ฝรั่งเศส เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา และคาดว่าการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศอาจจะกลับมาอยู่ในระดับก่อนเกิดโควิด 19 คือตั้งแต่ปี 2566 เป็นต้นไป โดยมีอุปสรรค ได้แก่ การจำกัดการเดินทาง การกักกันไวรัสที่ช้า ความเชื่อมั่นของผู้เดินทางต่ำ และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ ทั้งนี้เป็นการประมาณการโดยคำนึงถึงผลกระทบจากการลดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเท่านั้น ไม่รวมถึงนโยบายต่างๆ เช่น โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจที่อาจทำให้ผลกระทบจากการแพร่ระบาดต่อภาคการท่องเที่ยวโลกลดลง การสูญเสียงานข้ามประเทศ

ในด้านการจ้างงานการ พบว่า การลดลงของการท่องเที่ยวทำให้เกิดการว่างงานของแรงงานไร้ฝีมือโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 5.5% โดยมีความแปรปรวนสูงระหว่าง 0% ถึง 15% ขึ้นอยู่กับความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ โดยค่าจ้างแรงงานคิดเป็นประมาณ 30% ของค่าใช้จ่ายบริการท่องเที่ยวทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา



จากข้อมูลของ UNWTO พบว่า ในปี 2563 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางข้ามประเทศลดลงจากปีก่อนประมาณ 1 พันล้านคน หรือคิดเป็น 73% ขณะที่ไตรมาสแรกของปี 2564 ลดลงถึง 84% ซึ่งในปี 2563 ประเทศกำลังพัฒนามีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมากที่สุด ระหว่าง 60% - 80% โดยภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โอเชียเนีย แอฟริกาเหนือ และเอเชียใต้ ในขณะที่ภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ได้แก่ อเมริกาเหนือ ยุโรปตะวันตก และแคริบเบียน

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและภาคการท่องเที่ยวไทย

สภาพัฒน์ได้ประมาณการการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยปี 2564 ณ เดือนสิงหาคม อยู่ระหว่าง 0.7 - 1.2% จากการลดลง 6.1% ในปี 2563 โดยเป็นการปรับลดจากประมาณการ ณ เดือนพฤษภาคม ค่อนข้างมาก สาเหตุหลักมาจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ระลอกใหม่ ซึ่งเป็นโควิดสายพันธุ์เดลต้าที่แพร่ระบาดเป็นวงกว้างและมีความรุนแรงของโรคมากกว่าสายพันธุ์ที่แพร่ระบาดก่อนหน้า

"อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทยมีสัดส่วนคิดเป็น 21 - 22% ของ GDP รวม"

ข้อมูลล่าสุด ณ 28 กันยายน 2564 ธนาคารโลกได้ปรับลดตัวเลขคาดการณ์ GDP ไทยในปีนี้ลงจาก 2.2% เหลือ 1% ขณะที่ GDP ในปี 2565 คาดว่าจะเติบโตที่ 3.6% โดยคาดว่าเศรษฐกิจไทยอาจต้องใช้เวลาถึง 3 ปีในการฟื้นตัว เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย มีสัดส่วนคิดเป็น 21 - 22% ของ GDP รวม และจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นฟูที่ยาวนาน

สถานการณ์ภาคการท่องเที่ยวไทยในปี 2564

ภาพรวมสถานการณ์ภาคการท่องเที่ยวไทย

นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดเผยว่า แนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวปี 2564 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยประมาณ 1.2 ล้านคน ลดลง 82% จากปีก่อนมีจำนวนนักท่องเที่ยว 6.7 ล้านคน และลดลงจากเป้าหมายเดิมที่ตั้งไว้ว่าปีนี้จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทย 3 ล้านคน หรือลดลง 55% คาดมีรายได้ประมาณ 8.5 หมื่นล้านบาท คิดเป็นรายได้ที่ลดลงจากปีก่อน 74%

ส่วนนักท่องเที่ยวคนไทยอาจลดลงต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้เหลือเพียง 50 - 60 ล้านคน/ครั้ง ลดลงประมาณ 34 - 45% จากปีก่อนที่มีจำนวน 90.55 ล้านคนครั้ง และลดลงจากเดิมที่ตั้งเป้าหมายมีนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยประมาณ 90 - 100 ล้านคน/ครั้ง คาดมีรายได้รวมประมาณ 2.7 - 3.2 แสนล้านบาท หรือลดลง 33% - 43% จากรายได้ปีก่อน 4.82 แสนล้านบาท และลดลงจากเดิมที่ตั้งเป้าหมายมีรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยรวม 5.5 แสนล้านบาท

สำหรับเป้าหมายที่รัฐบาลตั้งไว้ขณะที่ยังไม่ปรับเป้า คือ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีประมาณ 3 ล้านคน ลดลงจากปีก่อน 55% สร้างรายได้ประมาณ 3 แสนล้านบาท ลดลง 10% จากปีก่อนที่มีรายได้ 3.3 แสนล้านบาท มีนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยจำนวน 100 - 120 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 10% -32% มีรายได้ 5.5 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 14% โดยเป้าหมายรวมของการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศจะสร้างรายได้ประมาณ 8.5 แสนล้านบาท

"ขณะนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ว่ารัฐบาลจะสามารถควบคุมการระบาดอยู่หรือไม่ หากคุมไม่อยู่มีการขยายล็อกดาวน์ออกไปนาน 3 เดือน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเผชิญกับจุดต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ มีรายได้จากการท่องเที่ยวภาพรวมทั้งปีเพียง 3.5 - 4.05 แสนล้านบาท หรือลดลงประมาณ 50 - 56% จากปีก่อนหน้าที่มีรายได้ประมาณ 8.15 แสนล้านบาท"

นายยุทธศักดิ์ กล่าวเพิ่มเติมยอมรับว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศประสบภาวะถดถอย ซึ่งก่อนการระบาดของโควิด คนไทยเดินทางท่องเที่ยวเกือบ 100 ล้านคน/ครั้ง โดยถ้ามีการล็อกดาวน์นานกว่า 3 เดือน คนไทยจะเดินทางท่องเที่ยวเหลือเพียง 50-60 ล้านคน/ครั้ง หากควบคุมสถานการณ์ได้ต้องใช้เวลาประมาณ 1 เดือน คนไทยจึงจะกล้าเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นไตรมาส 4 ของปีนี้สถานการณ์อาจยังไม่กลับมาเป็นปกติ

สถานการณ์ภาคการท่องเที่ยวไทย ม.ค. - ส.ค. 64

จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า **สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคของประเทศ ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2564 ปรับตัวลดลงทุกพื้นที่**เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยในด้านการเข้าพักแรม จะเห็นว่าพื้นที่กรุงเทพมหานคร และภาคตะวันออก ซึ่งปกติจะเป็นจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเนื่องจากมีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มีการปรับตัวลงลงมากกว่าพื้นที่อื่นๆ ซึ่งเป็นผลจากมาตรการล็อกดาวน์ที่ค่อนข้างเข้มงวดในช่วงมที่ผ่านมา

อัตราการเข้าพักและจำนวนผู้เข้าพักจำแนกตามภูมิภาค ในช่วง ม.ค. - ส.ค. ของปี 2564 เทียบกับปี 2563

ภูมิภาค	อัตราการเข้าพัก (%)		% การเปลี่ยนแปลง	จำนวนผู้เข้าพัก (คน)		%การเปลี่ยนแปลง
	2564(P)	2563(P)		2564(P)	2563(P)	
กรุงเทพมหานคร	8.9	30.9	-22.1	2,452,441	8,780,981	-72.1
ภาคกลาง	9.4	24.4	-15.0	867,742	2,049,866	-57.7
ภาคตะวันตก	15.4	34.3	-18.9	2,459,209	4,674,305	-47.4
ภาคตะวันออก	7.8	28.9	-21.2	1,620,817	6,773,482	-76.1
ภาคใต้	6.8	24.1	-17.3	2,561,530	8,996,523	-71.5
ภาคเหนือ	14.0	32.5	-18.4	3,405,298	7,966,015	-57.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	15.3	28.6	-13.3	3,674,065	6,306,677	-41.7

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้เฉลี่ยต่อคนจากผู้เยี่ยมเยือนคนไทยจำแนกตามภูมิภาคในช่วง ม.ค. - ส.ค. ของปี 2564 เทียบกับปี 2563

ภูมิภาค	จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน)		% การเปลี่ยนแปลง	รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทยเฉลี่ยต่อคน (บาท)		%การเปลี่ยนแปลง
	2564(P)	2563(P)		2564(P)	2563(P)	
กรุงเทพมหานคร	7,440,951	10,656,542	-30.2	4,975	8,093	-38.5
ภาคกลาง	4,136,231	7,554,182	-45.3	1,468	1,411	4.0
ภาคตะวันตก	6,264,889	10,239,766	-38.8	2,793	2,767	0.9
ภาคตะวันออก	2,461,132	7,831,717	-68.6	3,705	3,921	-5.5
ภาคใต้	3,814,190	7,830,644	-51.3	5,318	7,126	-25.4
ภาคเหนือ	6,377,319	10,269,902	-37.9	3,787	4,265	-11.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7,372,065	12,216,991	-39.7	1,769	2,172	-18.6

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ด้าน**จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย**ปรับลดลงในทุกภูมิภาค เป็นผลจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ระลอกที่ 3 รวมทั้งมาตรการล็อกดาวน์ในช่วง มิ.ย. - ส.ค. เป็นหลัก โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคตะวันออกและภาคใต้ ซึ่งปกติคนไทยจะนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลานี้ ขณะที่พื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คนไทยจะนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงปลายปีถึงต้นปี และเมื่อพิจารณาด้าน**รายได้เฉลี่ยต่อผู้เยี่ยมเยือนคนไทย**แล้ว พบว่า มีการใช้จ่ายลดลงมากในพื้นที่กรุงเทพมหานครและภาคใต้ สาเหตุน่าจะมาจากการระมัดระวังในการใช้จ่ายที่มากขึ้น รวมทั้งค่าครองชีพในพื้นที่ดังกล่าวโดยเฉพาะในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สูงกว่าภูมิภาคอื่นๆ โดยเปรียบเทียบ

สำหรับ**เครื่องชี้ภาคการท่องเที่ยว** เฉลี่ยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2564 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนจำแนกตามภูมิภาค พบว่า มีการปรับตัวลดลงในทุกพื้นที่

เครื่องชี้ภาคการท่องเที่ยว	รวมทั้งประเทศ		ภาคกลาง (รวมกรุงเทพฯ)		ภาคใต้		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
	2563	2564	2563	2564	2563	2564	2563	2564	2563	2564
อัตราการเข้าพักของสถานพักแรม (ร้อยละ)	28.9	10.9	30.5	11.1	25.6	8.5	31.5	19.9	27.2	21.5
อัตราการจองห้องพักล่วงหน้า 3 เดือนของสถานพักแรม (ร้อยละ)	2.8	0.5	3.0	0.5	3.1	0.5	2.4	0.5	2.7	0.9
ค่าห้องพักที่ขายได้ (เฉลี่ย) ของสถานพักแรม (บาท/ห้อง)	1,174.2	929.7	1,164.8	988.1	1,492.8	1,035.8	1,091.3	867.3	638.2	653.0
สัดส่วนรายได้จากการจัดประชุม/สัมมนาของสถานพักแรม (ร้อยละ)	7.2	2.0	7.2	1.8	6.8	3.0	8.3	3.6	6.9	4.8
สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศที่เข้าพักในสถานพักแรม (ร้อยละ)	24.9	1.9	32.6	2.6	50.8	3.9	9.8	0.8	1.6	0.2

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

วิเคราะห์โดย ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ สสว.

ใน**ด้านการจ้างงานของภาคการท่องเที่ยว** จากข้อมูลสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) ณ วันที่ 29 มิ.ย. 64 พบว่า การแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้แรงงานในภาคธุรกิจท่องเที่ยวที่มีจำนวนกว่า 4 ล้านคน ได้รับผลกระทบอย่างหนัก ทั้งถูกพักงานชั่วคราวและถูกลดเงินเดือน โดยคาดว่าหลังรัฐใช้มาตรการล็อกดาวน์จะทำให้แรงงานตกงานเพิ่มอีกกว่า 2 ล้านคน เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีรายได้มากพอที่จะรักษาการจ้างงานได้อีกต่อไป โดยพิจารณาธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ขณะนี้มีการเปิดบริการปกติเพียง 50% เท่านั้น โดยมีปิดกิจการชั่วคราว 35% เพิ่มขึ้นจาก 22% และปิดกิจการถาวร 4% เพิ่มขึ้นจาก 1% โดยกิจการที่ปิดกิจการถาวรมากที่สุด คือ ร้านขายของที่ระลึก รองลงมา คือ สปา นวดแผนไทย สถานบันเทิง และ โรงแรม

ด้านการให้สินเชื่อแก่ธุรกิจในภาคการท่องเที่ยว จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า เงินให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์แก่ธุรกิจที่พักแรมและบริการด้านอาหาร ณ ไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 เท่ากับ 499,801 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนคิดเป็น 1.62% และเพิ่มขึ้น 11.90% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยธุรกิจบริการด้านอาหารได้รับสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้นถึง 16.50% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับมาตรการล็อกดาวน์ในช่วงไตรมาสที่ 2 ซึ่งทำให้ธุรกิจประเภทนี้ได้รับผลกระทบโดยตรง ทั้งนี้ สัดส่วนของเงินให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์แก่ธุรกิจที่พักแรมคิดเป็น 90% หรือประมาณ 4.5 แสนล้านบาท ขณะที่ธุรกิจบริการด้านอาหารมีสัดส่วน 10% หรือประมาณ 5 หมื่นล้านบาท

สรุปสถานการณ์ธุรกิจในภาคการท่องเที่ยวในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2564 พบว่าธุรกิจในทุกพื้นที่ต่างประสบปัญหาในด้านรายได้ที่ลดลง โดยได้รับผลกระทบเพิ่มขึ้นจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ระลอกที่ 3 เป็นสำคัญ ซึ่งมีความรุนแรงมากกว่าผลกระทบจากการล็อกดาวน์เมื่อช่วง พ.ค. - มิ.ย. 63 ธุรกิจจำนวนมากขาดสภาพคล่องทำให้ต้องหยุดหรือเลิกกิจการ และแรงงานถูกเลิกจ้าง ขณะที่มาตรการเยียวยาต่างๆ อาจจะไม่เพียงพอหากมีการล็อกดาวน์ต่อไปอีก ซึ่งปัจจัยที่สำคัญคือการเร่งฉีดวัคซีนโควิด 19 แก่ประชาชนให้ได้ 100 ล้านโดสภายในปี 2564 ตามแผน ที่จะทำให้ทั้งธุรกิจและประชาชนกลับมาดำเนินกิจการการดำเนินชีวิต และจับจ่ายใช้สอยได้ตามปกติ

โครงสร้างธุรกิจ MSME สาขาท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ MSME: GDP MSME

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ MSME สาขาธุรกิจท่องเที่ยวในปี 2563 มีมูลค่า **621,668** ล้านบาท คิดเป็น **11.6%** ของ GDP MSME รวม ซึ่งเมื่อเทียบกับในปี 2562 ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่มีสัดส่วนถึง 17.5% แสดงถึงผลกระทบจากโควิด 19 ที่ MSME ธุรกิจท่องเที่ยวได้รับนั้น ค่อนข้างหนักเมื่อเทียบกับธุรกิจในสาขาการอื่นๆ และเมื่อแยกตามขนาดธุรกิจ พบว่า MSME มีสัดส่วน GDP ถึง **52.9%** ในสาขาท่องเที่ยว

Micro
5.9%

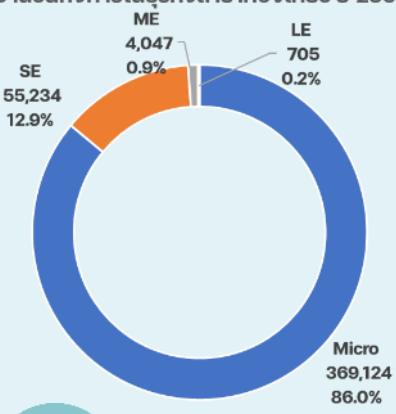
SEs
26.3%

MEs
20.7%

MSME
52.9%

จำนวนกิจการ MSME

จำนวนกิจการในธุรกิจสาขาท่องเที่ยว ปี 2563

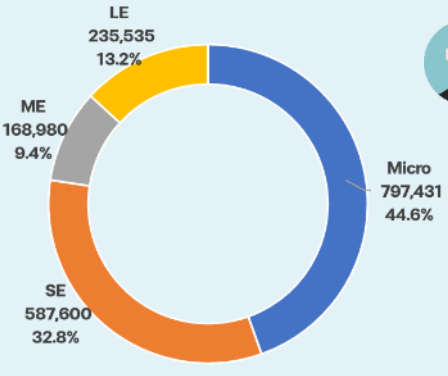


MSME
99.8%

"จากข้อมูลโครงสร้างของธุรกิจสาขาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า MSME มีบทบาทสูง ทั้งในด้านมูลค่า GDP จำนวนกิจการ และจำนวนการจ้างงาน" ดังนั้นเมื่อสถานการณ์โควิด 19 ทำให้เทรนด์การท่องเที่ยวในอนาคตเปลี่ยนไป ผู้ที่ได้รับผลกระทบและจำเป็นต้องปรับตัวมากที่สุดก็คือ MSME นั่นเอง

จำนวนการจ้างงานของ MSME

จำนวนการจ้างงานในธุรกิจสาขาท่องเที่ยว ปี 2563



MSME
86.8%

เทรนด์การท่องเที่ยวสำคัญที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับจากนี้ไป

พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวโลกที่เปลี่ยนไป

Google Search แพลตฟอร์มออนไลน์ยอดนิยมสำหรับค้นหาข้อมูลที่ตนต้องการ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว รีวิวโรงแรม ที่พัก เปรียบเทียบราคาสายการบิน หรือยานพาหนะในการเดินทางต่างๆ ด้วยเหตุนี้เอง Google จึงเริ่มที่จะเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Google Search ของเหล่านักเดินทาง เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นเทรนด์การท่องเที่ยวโลก ที่ปรับเปลี่ยนไปในแต่ละช่วงเวลาเมื่อเกิดวิกฤตต่างๆ โดยตั้งแต่ช่วงต้นปี 2020 ที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทั่วโลก นับว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่มาเปลี่ยนเทรนด์ของการท่องเที่ยวโลกแบบพลิกหน้ามือเป็นหลังมือ ทำให้ทุกกิจการที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับตัวครั้งใหญ่เพื่อความอยู่รอด

ปี 2020 คือปีแรกที่การค้นหาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวลดลง 15% ในธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นที่พัก สายการบิน แพ็กเกจทัวร์ ทุกฝ่ายจึงได้รับผลกระทบ แต่การท่องเที่ยวแบบหรูหราหรือการท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่มกลับได้รับผลกระทบน้อยกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีกลุ่มเล็กๆ ที่ธุรกิจไปได้ดีกว่าผู้ประกอบการทั่วไป นอกจากนี้ยังพบว่าเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวมียอดเข้าชมลดลงประมาณ 40% ในปีที่ผ่านมา ต่างจากเว็บไซต์ด้านการศึกษาและการค้าออนไลน์ที่มียอดเข้าชมสูงขึ้น และยังมีสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปอีกได้แก่ คำถามที่ถามบ่อยที่สุดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ในปี 2019 คือ ผู้คนสนใจเข้าทำงานด้านการท่องเที่ยว จึงมักจะถามว่าจะเข้าทำงานในบริษัทนำเที่ยวได้อย่างไร แต่ในปี 2020 คำถามอันดับหนึ่งกลับกลายเป็นจะออกเดินทางได้อีกครั้งเมื่อใด

พฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยว: เนื่องจากผู้คนอยู่กับบ้านมากขึ้น มาตรการกักบริเวณในบ้านและเว้นระยะห่างทางสังคมจึงทำให้ผู้คนค้นหาเนื้อหาที่หลากหลายทาง YouTube เพื่อศึกษาวิธีปรับตัวให้เข้ากับรูปการณ์แวดล้อมใหม่ๆ ของตน ทั้งหมดนี้กลายเป็นช่องทางและโอกาสที่ดีให้ธุรกิจท่องเที่ยวเข้าถึงผู้บริโภคในบริบทใหม่ได้ทันที โดยกูเกิลได้แนะนำให้ลองใช้หัวข้อที่ผู้บริโภคสนใจแทน เช่น หากเป็นธุรกิจเกี่ยวกับที่พัก ซึ่งมีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม หรือสปาและการออกกำลังกาย ก็ลองผลิตวิดีโอที่ช่วยผู้บริโภคทำอาหารที่บ้าน หรือผ่อนคลายง่ายๆ ที่บ้าน การช่วยเหลือผู้บริโภคและสร้างทัศนคติต่อธุรกิจในเชิงบวกภายใต้วิกฤติการณ์เช่นนี้ จะช่วยประคองการตลาดของธุรกิจนั้นๆ ไว้ได้นานจนถึงเวลาที่สามารถเปิดตลาดได้อีกครั้งหนึ่ง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้คน: เปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัดในหลายรูปแบบ ดังนี้

- **การท่องเที่ยวแบบเสมือนจริง:** คือทางออกของคนอยากเที่ยวทั้งการออกทัวร์เสมือนจริง การชมสวนสัตว์ออนไลน์ การชมวิดีโอท่องเที่ยว การอ่านบล็อกท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้คนได้รับประสบการณ์อย่างที่เคยได้เมื่อครั้งออกไปท่องเที่ยวเอง เพราะผู้บริโภคไม่เคยหยุดฝันที่จะออกเดินทาง และยังคงมองหาวิธีการหล่อเลี้ยงความกระตือรือร้นที่จะออกเดินทางเมื่อโอกาสมาถึง

- **ออกเที่ยวตามสถานที่ใกล้ตัว:** เป็นอีกทางหนึ่งที่ผู้คนใช้เปลี่ยนบรรยากาศ อาจเป็นสวนสาธารณะและแม่น้ำสายต่างๆ ในภูมิภาค คำว่า สถานที่เที่ยวใกล้ฉัน และเส้นทางขับรถเที่ยวเอง จึงกลายเป็นคำสำคัญที่ใช้ค้นหากันมากขึ้นเรื่อยๆ

- **Staycation:** การพักแรมนานๆ จากที่เคยพักแรมเฉลี่ย 7 วันก่อนวิกฤตโควิด ก็กลายมาเป็น 11 วัน เพราะในเมื่อออกเดินทางยากกว่าเมื่อก่อน และต้องเตรียมตัวรอบด้าน ผู้คนจึงต้องการใช้เวลาพักแรมและท่องเที่ยวนานขึ้น เพื่อให้คุ้มกับกระบวนการเตรียมตัวทั้งหมด

- **เลือกเที่ยวกับครอบครัว:** ทำกิจกรรมกันพร้อมหน้า ทั้งการเช่าที่พักส่วนบุคคล และการเล่นกีฬากลางแจ้ง (ขี่ม้า เดินเขา ล่องเรือคายัก สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ) นอกจากนี้ผู้คนยังกังวลและสนใจในความปลอดภัยด้านสุขภาพมากขึ้น ทั้งเพื่อตนเองและเพื่อคนรอบตัว โดยเฉพาะสมาชิกครอบครัว

- **ความสะอาดต้องมาก่อน:** หลังจากการใช้ชีวิตด้วยการรักษาความสะอาด ปลอดเชื้อโรคมาหลายเดือน ความใส่ใจเรื่องเชื้อโรคจะกลายเป็น New Normal ผู้คนจะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้จนกลายเป็นเรื่องปกติ การท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน นักท่องเที่ยวจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก จากความสะอาด ปลอดภัยเชื้อโรคเป็นลำดับแรก โดยพิจารณาจากระบบการทำความสะอาด มาตราการการดูแลแขก เป็นต้น

ระบบการดูแลความสะอาดในที่พักมีหลายองค์ประกอบร่วมกัน ตั้งแต่ การเว้นระยะการเข้าพัก จากปกตินักท่องเที่ยวสามารถพักต่อกันได้วันต่อวัน ต้องเปลี่ยนเป็นการเว้นระยะการเข้าพักให้นานขึ้น (เปลี่ยนจากแขกคนเดิมเช็คเอาท์ตอนเที่ยง แขกคนใหม่เช็คอินบ่ายสอง เป็นแขกคนใหม่สามารถเข้าพักได้ในเก้าโมงเช้าวันถัดไป เพื่อให้มีเวลาให้การฆ่าเชื้อโรค) หรือ การใช้แอพพลิเคชั่นในการดำเนินงานทั้งการจ่ายเงิน รับสลิป การเปิดปิดประตูห้อง เพื่อลดการสัมผัส เป็นต้น

- **ความแออัดต้องลดลง:** จากอดีตนักท่องเที่ยวต่างต้องการไปสถานที่สำคัญ สถานที่มีชื่อเสียง ถึงแม้จะต้องเผชิญกับเพื่อนนักเดินทางจำนวนมากก็ตาม แต่ในอนาคตสถานที่เหล่านี้ อาจไม่อยู่ในตัวเลือกของนักเที่ยวอีกต่อไป การหลีกเลี่ยงเพื่อเผชิญกับผู้คนจำนวนมาก เป็นความเคยชินจากการรักษาระยะห่างในสังคม ซึ่งอาจเกิดกับการท่องเที่ยวในอนาคต เมื่อการรักษาระยะห่างกลายเป็นเรื่องที่จำเป็น สถานที่ยอดนิยมกลายเป็นเป้าหมายรอง สถานที่ท่องเที่ยวภายในเมือง การเยี่ยมชมสถาปัตยกรรม สัมผัสวัฒนธรรมของแต่ละประเทศจะลดลงน้อยลง ส่วนการท่องเที่ยวแบบสำรวจธรรมชาติอย่างเช่น การเดินป่า ปีนเขา การดำน้ำลึก จะเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากกิจกรรมเหล่านี้เป็นการท่องเที่ยวที่มีผู้คนจำนวนไม่มาก ทำให้ความเสี่ยงด้านโรคภัยไข้เจ็บจะลดน้อยตามไปด้วย

สำหรับสัญญาณการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวในปีนี้ คาดว่าจะยังไม่แข็งแกร่ง ส่วนหนึ่งเป็นเพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ทั่วโลกยังคงใช้มาตรการควบคุมการเดินทาง ประกอบกับมาตรการอื่นๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความไม่มั่นใจและความกลัวที่จะเดินทาง กอปรกับนักเดินทางมีคำถามเพิ่มขึ้นอยู่เสมอเกี่ยวกับข้อบังคับล่าสุดที่จุดหมายแต่ละแห่งบังคับใช้ และกฎการกักตัวที่แตกต่างกัน ผู้คนพยายามทำความเข้าใจกฎระเบียบต่างๆ เช่น การเดินทางที่จำเป็นกับไม่จำเป็นมีนิยามต่างกันอย่างไร จะเดินทางในช่วงวิกฤติโควิดอย่างไรให้ปลอดภัย การเดินทางด้วยเครื่องบินปลอดภัยหรือไม่ ประเทศใดบ้างที่ปลอดภัย ที่ใดบ้างที่ไม่ต้องกักตัว และถ้าต้องกักตัวจะใช้เวลากี่วัน เมื่อกลับจากการเดินทางควรกักบริเวณตัวเองกี่วัน เพราะกฎข้อบังคับเปลี่ยนแปลงไปมา และมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทางทฤษฎีกันมากมายว่าสิ่งใดทำได้ สิ่งใดทำไม่ได้ จึงทำให้ผู้คนสับสนในที่สุด เพราะมีข้อมูลมากเกินไปจากหลายแหล่ง องค์กรทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจึงควรมีบทบาทในการสรุปและให้ข้อมูลล่าสุดที่ถูกต้องที่สุดแก่ผู้บริโภค ยิ่งข้อมูลชัดเจนและทันเหตุการณ์เท่าใด ผู้คนก็จะยิ่งมั่นใจในจุดหมายปลายทางนั้นๆ มากขึ้นเท่านั้น

Google Search ย้ำชัด **เทรนด์การท่องเที่ยวโลกยุคโควิด ต้องเตรียมความพร้อมในช่วงเปลี่ยนผ่าน ไม่ว่าการฟื้นตัวจะเกิดขึ้นเร็วหรือช้า** สิ่งหนึ่งที่แน่ชัดก็คือ อนาคตของภาคการท่องเที่ยวและยอดขายนับจากนี้จะขึ้นอยู่กับช่องทางออนไลน์เป็นสำคัญ ผู้คนจะหาข้อมูลทางออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมที่จะทำการตลาดและการสื่อสารของธุรกิจ องค์กรภาคการท่องเที่ยวทางออนไลน์จึงสำคัญยิ่ง และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรเตรียมพร้อมให้มีทักษะทางด้านเทคโนโลยี

แต่ก่อนนั้นการท่องเที่ยวมีวงจรที่ค่อนข้างแน่นอน สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ในเดือนนั้นเดือนนี้ของปี แต่ไม่มีวงจรเช่นนั้นในปีที่ผ่านมา และปีนี้ก็เช่นกัน เมื่อสถานการณ์ผันแปรง่าย การเข้าถึงข้อมูลว่าผู้บริโภคคิดอะไรอยู่และมีแนวโน้มจะขยับไปทางไหนจึงจำเป็นมากเช่นกัน รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูล และนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างทันท่วงทีด้วย แพลตฟอร์มหนึ่งที่กูเกิลปรับปรุงตั้งแต่เกิดโรคระบาด เพื่อเตรียมเครื่องมือให้ทุกฝ่ายใช้ประเมินสถานการณ์ได้ตลอดเวลาแบบเรียลไทม์ พร้อมภาพรวมทั่วโลกออกมาเป็นแผนภูมิเชิงเปรียบเทียบ ก็คือ Google Trends ซึ่งสามารถค้นหาชื่อนี้ทางอินเทอร์เน็ตและใช้งานจริงได้เลย โดยแพลตฟอร์มดังกล่าวมีเครื่องมือให้ใช้อยู่ 2 ชุด ได้แก่ Destination Insights กับ Hotel Insights ส่วน Travel Analytics Center ซึ่งเป็นเครื่องมือชุดที่ 3 นั้น สงวนไว้ให้เฉพาะคู่ค้าที่มีบัญชีเฉพาะเท่านั้น

ที่มา: บทความเรื่อง "Google เผยผลสำรวจ...สิ่งที่เปลี่ยนไปด้านการท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา"
แปลและเรียบเรียงจาก : https://www.unwto.org/event/the-impact-of-covid-19-on-tourism-what-was-and-what-will-be เผยแพร่ในเว็บไซต์ TAT Academy

การเดินทางพักผ่อนอย่างยั่งยืน

อโกด้า เปิดเผยผลสำรวจในหัวข้อ "เทรนด์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2021" โดยผลสำรวจชี้ให้เห็นถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่

- การท่องเที่ยวมากเกินกว่าที่แหล่งท่องเที่ยวจะรับได้
- มลพิษและสิ่งปฏิกูลตามชายหาดและแหล่งน้ำ
- การตัดไม้ทำลายป่าเพื่อการท่องเที่ยว และการใช้พลังงานอย่างไม่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้น้ำและไฟเกินความจำเป็น

ขณะที่ แนวทางปฏิบัติที่นักท่องเที่ยวมองว่าสัมพันธ์กับการเดินทางอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือยั่งยืนมากที่สุด คือ

- พลังงาน และทรัพยากรหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ ลม ไฟฟ้าพลังน้ำ และน้ำ
- ไม่ใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง
- การอนุรักษ์สัตว์ และการสร้างคาร์บอนฟุตพริ้นท์ให้น้อยลง

จากผลการสำรวจเทรนด์การเดินทางอย่างยั่งยืนของอโกด้า พบว่า ตอนนี้ผู้คนทั่วโลกให้ความสำคัญกับการทำตามวิธีดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมง่ายๆ อย่างการปิดไฟ และเครื่องปรับอากาศเมื่อออกจากห้องพัก และการลดปริมาณขยะโดยการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง อีกสิ่งหนึ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือทั่วโลกมองว่ารัฐบาลต้องเป็นผู้นำในการบริหารจัดการการเดินทางท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่ในขณะเดียวกันหลายคน ก็ตระหนักว่าความรับผิดชอบบางอย่างในเรื่องนี้นั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของตนเองเช่นกัน

สำหรับประเทศไทย คนไทยส่วนใหญ่กังวลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากเกินที่แหล่งท่องเที่ยวจะรับได้ การตัดไม้ทำลายป่าเพื่อการท่องเที่ยว และการใช้พลังงานอย่างไม่มีประสิทธิภาพ โดย 30% ของคนไทยเชื่อว่าตัวเองมีความรับผิดชอบมากที่สุดในการสร้างการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามมาด้วยหน่วยงานการท่องเที่ยว (25%) และภาครัฐ (24%)

นอกจากนี้ คนไทยส่วนใหญ่ยังตอบว่า เมื่อไปท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ดีขึ้น พวกเขาจะจัดการขยะของตนเองระหว่างการท่องเที่ยว โดยใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งให้น้อยลง (53%) มองหาที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ (37%) และปิดเครื่องปรับอากาศ รวมถึงไฟเวลาออกจากห้องพัก (31%) แนวทางปฏิบัติที่คนไทยถือว่าเป็นประโยชน์ต่อการเดินทางอย่างยั่งยืนมากที่สุด ได้แก่ การที่ที่พักใช้พลังงาน หรือแหล่งน้ำหมุนเวียน (31%) การใช้ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (20%) และการใช้คีย์การ์ดจ่ายไฟในห้องพัก (15%)

และเมื่อถูกถามว่า มีแนวทางปฏิบัติอะไรที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนบ้าง คนไทย 47% ตอบการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน 41% ตอบการอนุรักษ์สัตว์ และ 35% ตอบการใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากธรรมชาติ และยังได้เสนอแนะมาตรการเพิ่มเติมที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น คือระบุตัวเลือกการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน/เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ง่าย เสนอสิ่งจูงใจทางการเงินแก่ผู้ให้บริการที่พักที่เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานถึงขีดสุด และจำกัดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งของสายการบินหรือในที่พัก

ที่มา: https://www.posttoday.com/economy/news/654682

เทรนด์การเดินทางในอนาคตที่ MSME ควรรู้:

คุ้มค่า ปลอดภัย และยั่งยืน

จากผลสำรวจโดย Booking.com ได้นำข้อมูลผู้เดินทางมากกว่า 20,000 คน ใน 28 ประเทศทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทยมารวมเข้ากับข้อมูลเชิงลึกของนักเดินทางบนแพลทฟอร์ม และเผยเทรนด์พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะเปลี่ยนไปหลังโควิด 19 ดังนี้

เห็นคุณค่าของการเดินทางมากขึ้น: จากความจำเป็นที่ต้องอยู่บ้านเป็นเวลานานยิ่งทำให้ผู้คนโหยหาการเดินทางมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงล็อกดาวน์ ที่นักท่องเที่ยวรู้สึกตื่นเต้นที่จะมีโอกาสได้กลับมาเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้ง ทำให้รู้สึกเห็นคุณค่าของการเดินทางมากขึ้นและจะไม่มองข้ามคุณค่าดังกล่าวอีก นอกจากนี้ 2 ใน 3 ของนักเดินทางชาวไทย (65%) ปรารถนาที่จะออกไปสำรวจโลกกว้างยิ่งขึ้นกว่าเดิม และอีก 60% ตั้งใจที่จะจองทริปที่ต้องยกเลิกไปก่อนหน้านี้อีกครั้งหนึ่ง

ความคุ้มค่าต้องมาก่อน: ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากโควิด 19 ทำให้ผู้คนมองหาความคุ้มค่าในทุกการจับจ่ายใช้สอย ไม่เว้นแม้แต่ด้านท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความใส่ใจกับราคามากขึ้นขณะวางแผนการเดินทาง และยังมีแนวโน้มมองหาโปรโมชั่นและข้อเสนอพิเศษต่างๆ มากขึ้น โดยพฤติกรรมเช่นนี้จะคงอยู่ไปอีกหลายปีอย่างไรก็ตาม ความคุ้มค่าที่ผู้บริโภคคาดหวังไม่ได้มีเฉพาะเรื่องราคา โดยผู้เดินทางไทยจำนวน 4 ใน 5 (80%) ระบุว่าต้องการให้แพลตฟอร์มจองการเดินทางเพิ่มความโปร่งใสเกี่ยวกับนโยบายการยกเลิก ขั้นตอนการคืนเงิน และตัวเลือกประกันการเดินทาง โดย 37% มองว่าตัวเลือกที่พักแบบยกเลิกฟรีเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทริปถัดไป ที่สำคัญ ผู้เดินทางชาวไทย 87% สนใจที่จะช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ 84% อยากให้การจองการเดินทางของตนสามารถช่วยเหลือชุมชนให้ฟื้นตัวได้

เน้นแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้และคุ้นเคย: เนื่องจากการท่องเที่ยวต่างประเทศยังคงเป็นเรื่องไกลตัวในปัจจุบัน การเดินทางในพื้นที่ใกล้เคียงและท่องเที่ยวภายในประเทศจึงกลายเป็นตัวเลือกที่โดดเด่น เนื่องจากสะดวกกว่า ปลอดภัยกว่า และมักช่วยส่งเสริมความยั่งยืนได้มากกว่า โดยผู้เดินทางชาวไทย 61% วางแผนจะเดินทางในประเทศภายใน 7-12 เดือนที่จะถึง และ 53% วางแผนจะเดินทางในไทยในระยะยาว (ในช่วง 1 ปีขึ้นไป) ในแง่ของการเที่ยวใกล้ๆ คนไทย 36% วางแผนที่จะไปสำรวจจุดหมายใหม่ๆ ที่ไม่เคยไปที่อยู่ใกล้เคียงภูมิลำเนาหรือในภายประเทศ และ 55% อยากใช้เวลาไปชื่นชมความงดงามของธรรมชาติในเมืองไทย

ค้นหาแรงบันดาลใจสำหรับทริปพักผ่อน โดยกว่า 2 ใน 3 (68%) ได้เสิร์ชหาจุดหมายท่องเที่ยวต่างๆ บ่อยถึงสัปดาห์ละครั้ง นอกจากนี้ 41% ตอบว่ารู้สึกหวนคิดถึงวันวานเมื่อเปิดดูภาพถ่ายเก่าๆ จากทริปก่อนๆ ขณะมองหาแรงบันดาลใจการท่องเที่ยวในอนาคต

ปลอดภัยไว้ก่อน: ผู้ตอบแบบสำรวจเกือบ 9 ใน 10 (89%) จะใช้ความระมัดระวังในการเดินทางมากขึ้นสืบเนื่องจากโคโรนาไวรัส และ 83% คาดหวังให้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีการปรับใช้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ในขณะเดียวกัน 86% จะเลือกจองเฉพาะที่พักที่มีการระบุมาตรการด้านสุขภาพและอนามัยไว้อย่างชัดเจน และยอมรับได้กับการตรวจสุขภาพเมื่อเดินทางถึงสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทาง

การเดินทางที่ยั่งยืน: ผู้ตอบแบบสำรวจเกิน 2 ใน 3 (68%) ต้องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยิ่งขึ้นในอนาคต โดย 86% คาดหวังให้ภาคการท่องเที่ยวนำเสนอตัวเลือกการเดินทางที่ยั่งยืนมากขึ้น และคนไทยมากกว่า 4 ใน 5 (84%) ต้องการตัวเลือกในการเดินทางที่ช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูจุดหมายปลายทางนั้นๆ ได้ และ 82% ต้องการเห็นว่าเม็ดเงินที่จ่ายไปจะกลับเข้าสู่ชุมชนท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

รวมการทำงานเข้ากับทริปท่องเที่ยว: การทำงานจากบ้านได้กลายเป็นพฤติกรรมกระแสหลักในช่วงของการแพร่ระบาด ทำให้สามารถวางแผนการเดินทางได้ยาวนานขึ้น การที่ผู้คนไม่จำเป็นต้องเข้าออฟฟิศ 5 วันต่อสัปดาห์อีกต่อไป ทำให้เราเห็นพฤติกรรมของนักเดินทางแบบ "Workation" หรือเที่ยวไปทำงานไปเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

หลีกเลี่ยงความแออัด และดื่มด่ำกับธรรมชาติมากขึ้น: ผู้เดินทางต่างหันมาเปิดรับวิถีใหม่ที่เรียบง่ายในการออกสำรวจโลกกว้าง ตั้งแต่เริ่มมีเหตุการณ์แพร่ระบาด โดยผู้เดินทางชาวไทยกว่า 4 ใน 5 (85%) วางแผนจะดื่มด่ำกับประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบเรียบง่ายมากขึ้น เช่น การทำกิจกรรมกลางแจ้งกับครอบครัวระหว่างทริปพักผ่อน นอกจากนี้ นักเดินทางชาวไทยจำนวนใกล้เคียงกัน (80%) ยังอยากมองหาประสบการณ์ท่องเที่ยวในชนบทหรือที่ท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยมีใครไป เพื่อดื่มด่ำกับประสบการณ์ท่ามกลางธรรมชาติให้เต็มที่พฤติกรรมการท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ผู้คนให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว พื้นที่เว้นระยะห่างทางสังคม รวมถึงความสะอาดและสุขอนามัยที่ควบคุมได้ จึงไม่น่าแปลกใจที่จะเห็นผู้เดินทางชาวไทยต่างมองหาที่พักที่ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้านตัวเอง โดย 55% ของนักเดินทางชาวไทยเลือกมองหาที่พักประเภทบ้านพักตากอากาศหรืออพาร์ตเมนต์มากกว่าโรงแรม และ 63% จะเลือกทานอาหารในที่พักมากขึ้นแทนที่จะออกไปร้านอาหาร นอกจากนี้ ประเภทของทริปที่นักเดินทางชาวไทยยุค "นิวนอร์มอล" อยากไปเที่ยวมากที่สุดได้แก่ ทริปเที่ยวริมทะเล (51%) ตามมาด้วยทริปพักผ่อนหย่อนใจ (48%) และทริปเที่ยวในเมือง (27%)

เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกระตุ้นการเดินทาง: เราจะเห็นนวัตกรรมเทคโนโลยีจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้เดินทางอีกครั้งในโลกหลังการระบาดใหญ่ โดย 81% ของผู้เดินทางชาวไทยเห็นด้วยว่าเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยป้องกันความเสี่ยงด้านสุขภาพระหว่างเดินทาง นอกจากนั้น 80% ยังเห็นตรงกันว่าผู้ให้บริการที่พักจะต้องประยุกต์ใช้เทคโนโลยีล่าสุดเพื่อสร้างความรู้สึกปลอดภัยให้แก่ผู้เข้าพักโดย 7 ใน 10 ของนักเดินทางชาวไทย (70%) ต้องการให้มีตัวเลือกเทคโนโลยีที่สามารถใช้จองร้านอาหารแบบกระชั้นชิดได้ และนักเดินทางชาวไทยจำนวน 3 ใน 4 (75%) ต้องการให้มีเครื่องมือแบบบริการตนเองมากขึ้นแทนที่จะผ่านเคาน์เตอร์ให้บริการเพื่อลดการสัมผัส นอกจากนี้คนไทย 80% ยังรู้สึกตื่นเต้นกับศักยภาพของเทคโนโลยีที่ช่วยปรับเปลี่ยนประสบการณ์การเดินทางให้เข้ากับความต้องการเฉพาะบุคคลได้มากขึ้นในอนาคต โดยเทคโนโลยีจะเข้ามาเพิ่มประโยชน์และเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของผู้คนมากขึ้นเรื่อยๆ

ที่มา: https://www.thansettakij.com/lifestyle/457101

เทรนด์ท่องเที่ยวไทยจะเปลี่ยนไปอย่างไร ภายหลังสถานการณ์โควิด 19

ในมุมมองของ คุณยุทธศักดิ์ สุภสร
ผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

"การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวน่าจะสอดคล้องกับการฟื้นตัวของภาคเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ ที่คาดว่าอาจจะต้องใช้เวลาประมาณ 2 ปี ในการฟื้นตัวเต็มที่ แต่การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวค่อนข้างยึดโยงกับปัจจัยหลายอย่าง โดยเฉพาะการเปิดรับนักท่องเที่ยวจากตลาดต่างชาติ"

ดังนั้น ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ไม่สามารถคาดการณ์อนาคตได้อย่างแม่นยำ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ยุทธศักดิ์จึงเชื่อว่าผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นจะต้องปรับตัว หาแนวทางสร้างรายได้ที่แตกต่างจากในอดีต เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้แม้โควิด 19 จะยังดำเนินอยู่

"ปี 2564 จะเป็นปีที่เป็นเรื่องของการปรับตัว ส่วนปี 2565 เป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลง" โดยในห้วงเวลาที่หลายฝ่ายมองหาแก่นแกนใหม่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ททท.ได้เสนอแนวทางการฟื้นฟูภายใต้แผนพลิกฟื้นฉบับใหม่อย่าง 'แผนฟีนิกซ์' ครอบคลุมระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่ 2564-2465 หวังพลิกฟื้นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ สร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและอยู่บนอุปทานที่เหมาะสม โดยเน้นหนักในการลดการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเน้นทำตลาดศักยภาพหารายได้มากกว่าปริมาณ เพื่อรับกับโลกยุคหลังโควิด

สิ่งสำคัญที่จำจะต้องเปลี่ยนแปลงคือ **"การลดจำนวนนักท่องเที่ยว แต่ เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว"** เพื่อปรับภาพท่องเที่ยวไทยจากตลาดแมส (mass tourism) ให้เป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ สร้างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจนสามารถขายสินค้าท่องเที่ยวที่มีราคาดีแตกต่างจากที่ผ่านมา โดยในปี 2564 ททท. เสนอเน้นทำตลาดในประเทศ จับกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่ยังคงมีกำลังซื้อ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนโสด คนทำงาน วัยเก๋า ครอบครัว ผู้มีความหลากหลายทางเพศ ฯลฯ รวมถึงกลุ่มคนไทยเที่ยวนอกที่มีจำนวนมากกว่า 12 ล้านคน และยังไม่สามารถออกเดินทางไปท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาอันใกล้ กลุ่มเอ็กแพทหรือชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนัก

ถาวรภายในประเทศไทยที่มีจำนวน 2 ล้านคน มีกำลังซื้อและสามารถเดินทางตลอดเวลา และยังมีกลุ่มประชุมสัมมนาที่มีความสำคัญต่อกลไกการขับเคลื่อนประเทศ

ส่วนในปี 2565 ที่จะต้องขยับกลับรุกตลาดต่างชาติ จะให้ความสำคัญกับการทำตลาดที่มีความเฉพาะ มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง อย่างเช่นกลุ่มที่รักสุขภาพ กลุ่มที่มารักษาตัว กลุ่มแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ โดยมีเป้าหมายขยับค่าใช้จ่ายต่อคนต่อการเดินทางจาก 47,000 บาท ไปเป็น 62,000 บาทหรือเพิ่มขึ้นประมาณ 30% ภายในปี 2565 ปลายทางคือในปี 2565 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจะสามารถทำรายได้จากการท่องเที่ยวใกล้เคียงกับปี 2562 แม้จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติน้อยกว่าครึ่งต่อครึ่ง

ยุทธศักดิ์ เชื่อว่า ในปีนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติน่าจะเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยได้ในไตรมาสที่ 3 หรือช่วงครึ่งหลังของปีไปแล้ว ดังนั้น จึงคาดหวังว่ารายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวมในปี 2564 จะสามารถสะสมได้ราว 1.2 ล้านล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากตลาดในประเทศประมาณ 7 แสนล้าน และรายได้จากตลาดต่างประเทศประมาณ 5 แสนล้าน จากนักท่องเที่ยวอย่างน้อย 10 ล้านคนหรือเหลือเกือบ 1 ใน 4 ของปี 2562

ส่วนต่อเนื่องไปในปี 2565 คาดว่าประเทศไทยจะสามารถสะสมจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ 20 ล้านคน หรือราว 50% ของปี 2562 แต่จะสามารถทำรายได้ใกล้เคียงกับปี 2562 โดยการจับกลุ่มตลาดศักยภาพ แม้จำเป็นจะต้องรวมปัจจัยสถานการณ์การแพร่ระบาดและการล็อกดาวน์ในไทยรวมถึงในต่างประเทศเพิ่มเติมเข้ามาอีก และ**คาดว่าภายในปี 2566 ตัวเลขท่องเที่ยวไทยจะคืนสู่ตัวเลขก่อนโควิด 19**

แต่ถึงอย่างนั้น 'ยุทธศักดิ์' ก็ยอมรับว่าท่องเที่ยวไทยไม่อาจจะกลับไปเป็นเหมือนเดิมอีกต่อไป

"ก็คงไม่เหมือนเดิมครับ มันก็ต้องเปลี่ยนแปลงไป แต่เราเชื่อมั่นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะต้องกลับมา เรามีประสบการณ์ในการเปลี่ยนแปลงมาหลายหน เจอความท้าทายนับครั้งไม่ถ้วน สถานการณ์โรคระบาดก็เคยเจอมาแล้วอย่างเช่นโรคซาร์ส เจอสึนามิก็เคยเจอมาแล้ว สิ่งต่างๆ เหล่านั้นทำให้เห็นถึงความมีพลวัตของภาคการท่องเที่ยวไทยซึ่งทุกๆ ครั้งก็กลับมาได้ซึ่งครั้งนี้ก็เหมือนกัน ททท.เชื่อว่าจะกลับมาและกลับมาแข็งแรงกว่าเดิม"

"แต่โดยวิธีการไม่สามารถกลับไปเป็นเหมือนเดิมได้และต้องเปลี่ยนแปลงไป โควิด 19 ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ถ้าเราจะให้บริการแบบเดิมรับมือกับนักท่องเที่ยวแบบเดิมยังไงก็อยู่ไม่ได้"

โลกหลังโควิดจึงต้องมุ่งสู่ท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ "ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในระดับประเทศจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น มุ่งสู่การท่องเที่ยวมูลค่าสูง (high value tourism) ใน 3 เรื่อง ทั้งมีมูลค่าสูงในเรื่องของเศรษฐกิจ มูลค่าสูงในเรื่องของสิ่งแวดล้อม และมูลค่าสูงในเรื่องของสังคม โดยอยู่บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีปริมาณนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม (optimum scale) ดังนั้น ภาพเดิมที่เคยเกิดในอดีตอย่างเช่นคนเยอะเต็มหาดก็จะหายไป หรือภาพการท่องเที่ยวที่ไปทรมาณสัตว์ เอารัดเอาเปรียบ ถ้ามันอยู่บนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบแล้วสิ่งนี้ก็จะหายไปเหมือนกัน"

ยุทธศักดิ์ บอกว่า ททท. เห็นภาพอนาคตท่องเที่ยวไทยหลังวิกฤตชัดเจน นักท่องเที่ยวคุณภาพจะเพิ่มมากขึ้น แนวทางการตลาดตอบกลุ่มเป้าหมายกำลังซื้อสูง สินค้าทางการท่องเที่ยวและธรรมชาติจะฟื้นฟูดี สวยงาม แตกต่าง หลากหลาย โดดเด่น และสามารถทำราคาได้ โดยประเทศไทยมีภาพลักษณ์ใหม่ที่สร้างมูลค่าการท่องเที่ยวได้สูงอย่างแท้จริง

นอกจากนั้น ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยืนยันว่า ในห้วงเวลาแห่งความท้าทายในการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ททท.จะไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ไม่ปล่อยทุกคนต้องเดียวดายและสูญเสียจากสมรภูมิโควิด 19 นี้อย่างแน่นอน โดย ททท.พร้อมจะสนับสนุนทุกคนที่ยังมีใจสู้ฝ่าวิกฤตโควิด 19 ไปด้วยกัน

อนาคตภาคการท่องเที่ยวไทย: Set zero

"อนาคตภาคการท่องเที่ยวควรเน้นขยายกลุ่ม/ความถี่ของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติในภูมิภาคให้หลากหลายขึ้นใน 3 กลุ่ม คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสชีวิตคนท้องถิ่น และการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการทำงาน เพื่อสร้างรายได้ที่มีเสถียรภาพและกระจายตัวสมดุลขึ้น ตัวช่วยสำคัญที่จะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ คือ หน่วยงานและกลไกการขับเคลื่อนนโยบายของภาครัฐที่เป็นเอกภาพ โครงสร้างพื้นฐานทั้งระบบคมนาคมและแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยว และมาตรการสนับสนุนการปรับตัวของภาคธุรกิจ เช่น เงินทุน การปรับกฎเกณฑ์ และการ Up-skilled Reskilled แรงงาน"

จากบทความ Revitalising Thailand's tourism sector: In search of enablers for futuresustainability ชี้ปัญหาว่า โมเดลการท่องเที่ยวแบบเดิมๆ ของไทย อาจเพิ่มความเปราะบางและความผันผวนของรายได้ภาคการท่องเที่ยวในโลกหลังโควิด ทั้งจากการสร้างรายได้ผ่านการพึ่งพาจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากไป ขณะที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายลดลง รวมถึงยังมีปัญหาการกระจุกตัวทั้งด้านสัญชาตินักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเดิมๆ และช่วงเวลาท่องเที่ยว โดยบทความฯ ได้นำเสนอโมเดลการท่องเที่ยวใหม่ภายใต้ 2 หลักการ ได้แก่ **"Value over volume" approach** และ **Diversification approach** เพื่อเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยหากสามารถเพิ่มจากเดิม 48,000 บาทต่อคน เป็น 60,000 บาทได้ จะทำให้ไทยได้รายได้เท่าเดิมแต่ด้วยนักท่องเที่ยวเพียง 32 ล้านคน อีกทั้งต้องเพิ่มสมดุลในภาคการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ เช่น กระจายแหล่งที่มาของรายได้ให้พึ่งพาตลาดนักท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้น เพื่อให้รายรับจากการท่องเที่ยวมีเสถียรภาพ และช่วยรองรับความเสี่ยงในอนาคต รวมถึงเพิ่มการกระจายรายได้ผ่านการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น และที่สำคัญต้องทำให้การท่องเที่ยวไม่สร้างต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมมากเหมือนในอดีต

นอกจากนี้ การปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยวไปโมเดลใหม่นี้ จะสร้างการลงทุนในภาคการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อาทิ การลงทุนด้านดิจิทัลเพื่อสนับสนุนกระแส Contactless และแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยว การปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวและการลงทุนในระบบการคมนาคม จากปัจจุบันที่ไทยลงทุนเพียงแค่ 13% ของรายได้ภาคการท่องเที่ยว เทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น เช่น ฟิลิปปินส์ และมาเลเซียที่มีสัดส่วนที่ 21% และ 27% ตามลำดับ รวมทั้งจะทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรการผลิต ทั้งสินค้าทุน เครื่องจักร และแรงงานไปในที่ที่จะได้รับผลดีสูงสุดและจะมีส่วนช่วยเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) การให้บริการ ทั้งนี้ การปรับโฉมภาคท่องเที่ยวให้พึ่งพาปัจจัยทุนมากขึ้น จากเดิมที่ภาคการท่องเที่ยวพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานจำนวนมาก (มากกว่า 7 ล้านคน คิดเป็น 20% ของการจ้างงานทั้งหมด) ทำให้ในช่วงเปลี่ยนผ่านแรงงานบางส่วนจำเป็นต้องมีการปรับทักษะให้สอดคล้องกับเทรนด์ใหม่ ขณะที่แรงงานส่วนเกินจำเป็นต้องได้รับการดูแลให้สามารถเปลี่ยนไปทำงานในภาคบริการอื่นที่อาจได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคต เช่น ภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Hospitality and wellness

เราควรฟื้นจากมรสุมด้วยภาคการท่องเที่ยวที่มีหน้าตาอย่างไร?

ไทยควร Reposition ภาคการท่องเที่ยว โดยเน้นการท่องเที่ยวกลุ่มที่คาดว่าจะมีความต้องการเพิ่มขึ้น โดยเริ่มจากการต่อยอดกิจกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเดิม (Old legacy) อยู่แล้ว เช่น ด้านธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ควบคู่กับสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสชีวิตคนท้องถิ่นที่เพิ่มมูลค่าและแรงจูงใจ พร้อมไปกับการขยายกลุ่ม/ความถี่ของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติในภูมิภาค (Regional travelers) เช่น ญี่ปุ่น ไต้หวัน จากแนวโน้มการปรับพฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้มากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางด้วยตนเอง (Free Independent Travelers: FIT) หรือกลุ่ม Customized tour ซึ่งจะใช้จ่ายต่อทริปประมาณ 51,000 บาทต่อคน สูงกว่ากรุ๊ปทัวร์ที่ประมาณ 39,000 บาท และเน้นการรองรับนักท่องเที่ยว 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

- **กลุ่ม Medical & wellness tourism** ที่จะได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อทริปสูงถึงประมาณ 80,000-120,000 บาท และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจไทยสูงกว่า 80% ของรายได้ที่ได้รับ
- **กลุ่ม Green & community-based tourism** ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองและลด over-tourism อีกทั้งรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจถึงประมาณ 60-80% ของรายได้ที่ได้รับอีกด้วย
- **กลุ่ม Business** เช่น กลุ่มนักลงทุน และ Professional staffs ที่เข้ามาทำงานในไทย หรือมาจัดสัมมนาในไทย รวมถึงกลุ่ม Work from anywhere และผู้ติดตาม ซึ่งจะเป็นกลุ่มศักยภาพที่ใช้จ่ายสูงเพราะมีแนวโน้มที่จะอยู่นาน (ค่าใช้จ่ายต่อทริปของกลุ่ม Long-stay ที่พักมากกว่า 14 วัน 75,000 บาท) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามนโยบายดึงดูดการลงทุนและบุคลากรต่างชาติมาทำงานในไทย

ภาคการท่องเที่ยวต้องการตัวช่วย (Enabler) อะไร และทำอย่างไร (How to) ให้ปรับโครงสร้างได้จริง?

เนื่องจากภาคการท่องเที่ยวไทยมีธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องหลากหลาย ประเด็นสำคัญในการขับเคลื่อนการปรับโครงสร้าง คือ การมีนโยบายแบบรวมศูนย์และเชื่อมโยงกันหมด ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายใน Ecosystem

ภาคแรงงาน ต้องเพิ่มทักษะหรือปรับเปลี่ยนความถนัดให้สอดคล้องเทรนด์ใหม่ ขณะที่ภาคธุรกิจต้องเร่งปรับสถานที่ เส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงที่พัก เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของเมืองรองและช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและใช้จ่ายสูงขึ้น

ภาครัฐ กำหนดทิศทางการพัฒนา เป้าหมาย และแผนงานที่ชัดเจน โดยกำหนดอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 และเพื่อให้บรรลุผลในทางปฏิบัติ ภาครัฐจำเป็นต้อง (1) มีหน่วยงานขับเคลื่อนที่เป็นเอกภาพ เพื่อให้นโยบายในทุกมิติมีความสอดคล้องและสามารถดำเนินการได้ทันการณ์ (2) สร้างกลไกการขับเคลื่อนแผนยุทธ์ศาสตร์ที่ชัดเจน โดยอาจพิจารณาใช้ Incentive policy อาทิ การกำหนดค่าเยี่ยมชมหรือราคาอื่น ๆ และโควตา เพื่อปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยวใหม่ให้เป็นไปตามเป้าหมายในเชิงพื้นที่และเวลาที่วางไว้มากขึ้นเช่นที่หลายประเทศดำเนินการ เช่น สหรัฐฯ กำหนดค่าเข้าอุทยานแห่งชาติในช่วง peak season สูงกว่าช่วงเวลาปกติ 2 เท่า และฟิลิปปินส์กำหนดโควตาจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะขึ้นเกาะโบราไกย์ (Boracay island) ได้ไม่เกิน 6,405 คนต่อวัน (3) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งระบบคมนาคมเพื่อเชื่อมเมืองรอง และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นแบบ Contactless และ Seamless มากขึ้น โดยเฉพาะการยกระดับแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นช่องทางการตลาดดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย มีระบบ Track & trace เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นฐานข้อมูลภาคการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนและรวดเร็วเพื่อเป็นประโยชน์แก่ทั้งภาคธุรกิจและผู้กำหนดนโยบาย และ (4) สนับสนุนการปรับตัวของภาคธุรกิจและแรงงานให้สอดคล้องกับเทรนด์การท่องเที่ยวใหม่ หรือถ้าธุรกิจหรือแรงงานจำเป็นต้องออกจากภาคการท่องเที่ยว ต้องมีกลไกที่เอื้อให้เกิดการปรับตัวไปสู่ภาคเศรษฐกิจที่ยังขยายตัวได้ต่อไป เพื่อดูแลไม่ให้สูญเสียทรัพยากรมากจนเกินไป ทั้งการสนับสนุนด้านเงินทุน การปรับกฎเกณฑ์ต่าง ๆ และการ Up-skilled Reskilled แรงงาน เป็นต้น

ประชาชน มีส่วนสำคัญในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์น่าท่องเที่ยว และช่วยสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ดีให้กับผู้มาเยือน

ที่มา: https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/Pages/ThailandFutureGrowth.aspx
บทความ Revitalising Thailand's tourism sector: In search of enablers for future sustainability, Joint-study between Bank of Thailand and VISA International (Thailand) Ltd.

แนวทางการปรับธุรกิจท่องเที่ยว MSME ไทย เพื่อรับมือเทรนด์การท่องเที่ยวแห่งอนาคต

จากการที่ภาคการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญทั้งต่อเศรษฐกิจประเทศ และธุรกิจ MSME ไม่ว่าจะเป็นสัดส่วนต่อ GDP จำนวนธุรกิจ และจำนวนการจ้างงาน โดยเฉพาะธุรกิจขนาดย่อย หรือ Micro และ ธุรกิจขนาดย่อม ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 มากที่สุด แต่กลับฟื้นตัวได้ช้ากว่าธุรกิจขนาดอื่นๆ นั้น

สำหรับธุรกิจ Micro และธุกิจขนาดย่อม ในสาขาการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาถึงแหล่งที่มาของรายได้แล้ว จะพบว่า รายได้ส่วนใหญ่จะมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งในช่วงโควิด 19 ตั้งแต่ครึ่งหลังของปี 2563 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวภายในประเทศเริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัวที่ดีขึ้นเรื่อยๆ จากการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ รวมทั้งมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายจากภาครัฐ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการคนละครึ่ง และมาตรการเงินเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด 19 กลุ่มต่างๆ เป็นต้น

แต่การฟื้นตัวดังกล่าว กลับมาหยุดชะงักอีกครั้งตั้งแต่ปลายไตรมาสแรกของปี 2564 จนถึงปัจจุบัน จากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ระลอกใหม่ ยิ่งไปกว่านั้นการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 สายพันธุ์เดลต้าที่แพร่ระบาดในประเทศอย่างหนักและกระจายเป็นวงกว้าง ทำให้ธุรกิจ MSME จำนวนมากขาดสภาพคล่องจนต้องหยุด หรือปิดกิจการ และแรงงานถูกเลิกจ้างเป็นจำนวนมาก

จากการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยองค์กรและธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต่างๆ พบว่าสถานการณ์โควิด 19 ทำให้เทรนด์การท่องเที่ยวโลก และเทรนด์ท่องเที่ยวของคนไทย เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก สสว. จึงเสนอแนวทางในการปรับธุรกิจ MSME เพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ดังนี้

การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยว: ภายใต้ 3 แนวคิดหลัก คือ "คุ้มค่า ปลอดภัย และ ยั่งยืน"

สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเงินที่จ่ายไป สามารถตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด ซึ่งไม่ใช้การลดราคาให้ต่ำ แต่เป็นการเพิ่มมูลค่าและความหลากหลายให้กับบริการ โดยคำนึงถึงความต้องการของแต่ละกลุ่มตามเทรนด์ใหม่ ได้แก่

- **แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว:** อาจจัดพื้นที่เฉพาะสำหรับแต่ละครอบครัว แยกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีพื้นที่ให้ทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น ทำอาหาร การปลูกต้นไม้ การชมธรรมชาติ เป็นต้น โดยมีเครื่องมือ/อุปกรณ์ ที่เหมาะสมสำหรับเด็ก หรือผู้สูงอายุ เป็นต้น
- **แนวโน้มการท่องเที่ยวที่ยาวนานมากขึ้น และ Workation:** แนวโน้มการ work from home จะคงอยู่ต่อไปภายหลังโควิด 19 เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่ สามารถปรับตัวในการทำงานนอกออฟฟิซได้แล้ว ทำให้สามารถท่องเที่ยวได้ยาวนานขึ้น ซึ่งอาจจัดพื้นที่สำหรับทำงาน work space เล็กๆ มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สำนักงานที่จำเป็น รวมทั้งสัญญาณ WIFI ที่เพียงพอต่อการใช้งานพร้อมๆ กัน
- **แนวโน้มการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือในระยะใกล้ๆ:** ซึ่งผู้ที่เดินทางมาใช้บริการ อาจเป็นคนในพื้นที่ หรือละแวกใกล้เคียง ที่ส่วนมากจะรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวในพื้นที่อยู่แล้วบางส่วน ดังนั้นจึงควรมีข้อมูลอื่นๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ร้านอาหารเปิดใหม่ เพื่อนำเสนอผู้ใช้บริการได้ทันที หรืออาจปรับเปลี่ยนรูปแบบในการตกแต่งสถานที่ ให้มีความแตกต่างออกไปจากธุรกิจรายอื่นๆ เพื่อไม่ให้เกิดความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำซาก จำเจ

- **แนวโน้มการใส่ใจในด้านความสะอาดและความปลอดภัย:** การปรับธุรกิจเพื่อให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยต่างๆ เช่น SHA ซึ่งต่อไปจะเป็นปัจจัยอันดับต้นๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวทุกประเภท

- **แนวโน้มการหลีกเลี่ยงความแออัดและการอยู่กับธรรมชาติ:** โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่เมืองรองหรืออยู่ในเขตชนบท ซึ่งจะมุ่งเน้นในลักษณะของการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจะตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ดีกว่า แต่ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ต้องมีไว้ให้ด้วยเช่นกัน เช่น รถรับจ้าง ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก สัญญาณ wifi หรือแม้แต่สถานพยาบาล ในพื้นที่ เป็นต้น

- **แนวโน้มการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน:** จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยของ agoda.com พบว่าคนไทยมีการคำนึงถึงเรื่องความยั่งยืน หรือเรื่องสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมาก ดังนั้น ธุรกิจจึงควรคำนึงถึงเรื่องนี้ เช่น การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานสะอาด เช่น โคมไฟ solar cell หรือ การประหยัดพลังงานในธุรกิจ เช่นการใช้คีย์การ์ดแทนกุญแจธรรมดา เป็นต้น

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้กับธุรกิจ:

จากข้อมูลของ Google Search ที่ว่า อนาคตของภาคการท่องเที่ยวและยอดขายนับจากนี้จะขึ้นอยู่กับช่องทางออนไลน์เป็นสำคัญ ผู้คนจะหาข้อมูลทางออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมที่จะทำการตลาดและการสื่อสารของธุรกิจ องค์กรภาคการท่องเที่ยวทางออนไลน์จึงสำคัญยิ่ง และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรเตรียมพร้อมให้มีทักษะทางด้านเทคโนโลยี ดังนั้น MSME จึงควรปรับรูปแบบธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่

- **การทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์:** ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย มีการทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์มาตั้งแต่ก่อนเกิดโควิด 19 แล้ว แต่เนื่องจากผู้คนมีเวลาที่จะค้นหาข้อมูล และใช้เวลาในการตัดสินใจมากขึ้น ดังนั้นสิ่งที่ MSME ควรปรับปรุงคือการสร้างคอนเทนท์ให้น่าสนใจ การสื่อสารที่ให้ข้อมูลรอบด้านนอกเหนือจากบริการของธุรกิจ เช่น แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ บริเวณใกล้เคียง ร้านอาหาร สินค้าชุมชน เป็นต้น

- **การเชื่อมโยง application ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง:** เช่น การจองโต๊ะอาหาร การเรียกใช้บริการรถขนส่ง การจองห้องพัก การโอนชำระเงิน เป็นต้น

การพัฒนาทักษะแรงงาน re-skill/ up-skill/ cross-skill:

จากการที่สถานการณ์โควิด 19 ส่งผลให้เทรนด์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากนั้น ในด้านการจ้างงานของประเทศก็ได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน โดยทั่วไปแล้วธุรกิจ MSME จะมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแรงงานที่มีทักษะสูง ดังนั้นสิ่งที่ธุรกิจควรปรับตัว คือ การพัฒนาทักษะแรงงานที่มีอยู่ เดิมให้มีความเชี่ยวชาญ และมีทักษะที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งมีความต้องการที่หลากหลายจากผู้รับบริการแต่ละกลุ่ม

ดังนั้น MSME จึงปรับตัวด้านแรงงานให้พร้อมและทันกับการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าการทำงานในรูปแบบ work from home การ up-skill, reskill หรือ cross-skill ซึ่งหมายถึงพนักงาน 1 คน ต้องสามารถทำงานได้หลายตำแหน่งงาน เช่น เดิมหน้าที่ประจำคือเขียนโปรแกรมทัวร์ อาจจะต้องสามารถออกแบบทำ content ทำคลิปส่งเสริมการตลาดได้ หรือ ไกด์ทัวร์ อาจจำเป็นต้องช่วยเหลือหรือแนะนำลูกค้าในการวางแผนเดินทางได้ด้วย ทั้งนี้ พนักงานในองค์กรจะต้องพร้อมที่จะพัฒนาทักษะงานของตัวเองด้วยเช่นกัน

มาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐที่ธุรกิจท่องเที่ยวต้องการ

การกระจายวัคซีน: โดยเร่งฉีดให้จังหวัดท่องเที่ยว โดยจัดสรรวัคซีนให้คนในพื้นที่รวมประชากรแฝงและชาวต่างชาติ 70% ในแต่ละพื้นที่ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวและเปิดรับนักท่องเที่ยวให้ได้เร็วที่สุด โดยเร่งฉีดให้กับบุคลากร ประเมินที่จำนวน 5.5 แสนคน คิดเป็นจำนวนวัคซีน 1.1 ล้านโดส พร้อมกระจายวัคซีนเพื่อสร้างความพร้อมให้กับเมืองท่องเที่ยวอื่นๆ ที่จะเปิดในไตรมาส 4 ตามรอย "ภูเก็ต แซนด์บ็อกซ์"

การจัดงานประชุมในพื้นที่สีแดงเข้ม ขอให้รัฐบาลอนุญาตให้จัดงานประชุมในโรงแรม โดยกำหนดจำนวนผู้ร่วมประชุมตามขนาดของห้อง เว้นระยะห่าง 2 เมตรต่อคน และอนุญาตให้บริษัทท่องเที่ยวและบริษัทรถจัดกรุ๊ปประชุมสัมมนา โดยโรงแรม บริษัทท่องเที่ยว และบริษัทรถต้องปฏิบัติตามมาตรฐานของ SHA หรือ SHA Plus+ ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงการท่องเที่ยวฯ

การลดเงื่อนไขเพื่อกระตุ้นตลาด ไม่กักตัวนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้รับการฉีดวัคซีนแล้วจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่ำและปานกลาง, ขยายประเภทของวัคซีน เป็นวัคซีนที่ได้รับการรับรองจากประเทศต้นทาง, ลดวงเงินประกันการเดินทางจาก 1 แสนดอลลาร์สหรัฐ ลงเหลือ 5 หมื่นดอลลาร์สหรัฐ หรือลดวงเงินสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และเดินหน้าส่งเสริมโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน" กับ "ทัวร์เที่ยวไทย"

มาตรการ "ลดต้นทุนค่าไฟฟ้า" พิจารณามาตรการการบรรเทาผลกระทบของผู้ใช้ไฟฟ้าของภาคธุรกิจท่องเที่ยวและประเภทที่ 5 กิจการเฉพาะอย่าง (ธุรกิจโรงแรม และกิจการให้เช่าพักอาศัย) โดยขอส่วนลดค่าไฟฟ้า 15% ตามใบแจ้งค่าไฟฟ้าเป็นระยะเวลา 7 เดือน ตั้งแต่เดือน มิ.ย. - ธ.ค. 2564 พร้อมขอยกเว้นการเรียกเก็บอัตราค่าไฟฟ้าต่ำสุด (Minimum Charge) และขอจ่ายตามกำลังไฟฟ้าที่ใช้จริง และยกเลิกการคิดค่าไฟในอัตราตามช่วงเวลาของการใช้ TOU Tariff on Peak เวลา 09.00-22.00 น. วันจันทร์-ศุกร์ ตามใบแจ้งค่าไฟฟ้าเป็นระยะเวลา 7 เดือน ตั้งแต่เดือน มิ.ย. - ธ.ค.2564 นอกจากนี้ยังขอขยายระยะเวลาการผ่อนชำระเงินค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้านครหลวงและการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ให้แก่ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทที่ 5 กิจการเฉพาะอย่าง เป็นระยะเวลา 7 เดือน เริ่มตั้งแต่รอบบิลสำหรับใบแจ้งค่าไฟฟ้าประจำเดือน มิ.ย.-ธ.ค.2564 โดยแบ่งชำระเป็นงวดและไม่เรียกเก็บดอกเบี้ย

มาตรการทาง "ภาษี" ในช่วงฟื้นตัวตั้งแต่ปี 2565-2566 ขอให้พิจารณาขยายเวลาการอนุญาตให้นำผลขาดทุนไปหักล้างกับกำไรสุทธิ (Tax Loss Carry Forward) จากปัจจุบันที่กำหนดไว้ 5 ปี เป็น 10 ปี ซึ่งบางประเทศในทวีปยุโรปถึงขั้นมีการพิจารณาอนุญาตให้สามารถนำผลขาดทุนไปใช้หักล้างในอนาคตได้แบบไม่จำกัดจำนวนปี เช่น เนเธอร์แลนด์ และสาธารณรัฐเช็ก นอกจากนี้ยังขอให้ขยายระยะเวลาการลดภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 90% ต่อไปอีก 2 ปี ตาม พ.ร.ฎ.ลดภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางประเภท พ.ศ.2563 ในราชกิจจานุเบกษา ซึ่งเริ่มมีผลใช้บังคับตั้งแต่เมื่อวันที่ 11 มิ.ย.2563 เพิ่มอีก 2 ปี ขณะเดียวกันยังขอให้ลดการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ซึ่งจะถือเป็นการให้ส่วนลดกับผู้บริโภคโดยตรงเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายภายในประเทศ รวมถึงการของดการจ่ายค่าธรรมเนียมภาษีบำรุงท้องที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นระยะเวลา 2 ปี

มาตรการพยุง "ผู้ประกอบการรถขนส่ง" โดยขอให้รัฐช่วยจัดโครงการเยี่ยมชมจังหวัดใกล้เคียงแบบ "คนละครึ่ง" รัฐจ่ายครึ่งหนึ่ง ผู้เดินทางจ่ายอีกครึ่งหนึ่ง จำนวน 40,000 เที่ยวต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อเที่ยวต่อวัน 16,000 บาท หรือคิดเป็นรัฐช่วยสนับสนุน 8,000 บาท และนักท่องเที่ยวจ่าย 8,000 บาท รวมเป็นงบประมาณ 320 ล้านบาท ผ่านสมาคมต่างๆ เพื่อความเป็นธรรม และโปร่งใสในการเดินทาง ตรวจสอบได้ด้วยระบบจีพีเอส ทั้งยังขออนุญาตให้มีบับเบิล (Bubble) เที่ยวระหว่างเมืองหรือระหว่างจังหวัดที่ไม่มีการระบาดของโรคโควิด-19 รวมถึงการของบประมาณในการ "ซ่อมแซมรถบัส" ให้กลับมาให้บริการด้วยความปลอดภัย วงเงินต่อคันละประมาณ 3 แสนบาทอีกด้วย

ที่มา: https://www.bangkokbiznews.com/news/942906

รวบรวมข้อมูลจาก 5 สมาคมท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมสปาไทย และสมาคมผู้ประกอบการรถขนส่งทั่วไทย ที่ได้ประชุมร่วมกับ รมว.การท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อเสนอมาตรการเยียวยาและฟื้นฟูธุรกิจท่องเที่ยว เมื่อวันที่ 9 มิ.ย. 64