

ttb analytics มองไทยเที่ยวไทยยอดพุ่งครึ่งปีหลัง คาดทั้งปีไทยเที่ยวไทยโต 161.7% สร้างรายได้ราว 7.2 แสนล้านบาท ห่วงเงินเฟ้อจุดกำลังซื้อ และใช้เทรนด์ท่องเที่ยวแนวใหม่หมุนเศรษฐกิจภูมิภาค

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี หรือ ttb analytics ประเมินว่า จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศในปี 2565 จะอยู่ที่ 188.1 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวราว 7.2 แสนล้านบาท โดยตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศยังเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในปีนี้ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวระยะใกล้หรือจังหวัดเมืองรองที่เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น ส่วนหนึ่งเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดของเมืองท่องเที่ยวหลักตามแนวทางการรักษาระยะห่างทางสังคม และมองหาประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับเมืองหลักในภูมิภาคเดียวกัน

ปี 2565 ไทยเที่ยวไทยฟื้นแรงหนุนรายได้ 7.2 แสนล้านบาท

จากการที่ภาครัฐประกาศให้พื้นที่ 77 จังหวัดเป็นพื้นที่เฝ้าระวัง (สีเขียว) ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถขยายเวลาเปิดปิดกิจการให้กลับสู่ภาวะปกติได้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคมเป็นต้นไป รวมไปถึงการยกเลิกไทยแลนด์พาส ช่วยให้บรรยากาศการท่องเที่ยวในประเทศไทยกลับมาคึกคักมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ภาวะวิกฤตน้ำมันแพงทั่วโลกอย่างรวดเร็ว อาจทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยเพิ่มขึ้นได้น้อยกว่าคาด ขณะที่นักท่องเที่ยวไทยเอง ถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน แต่คาดว่าความต้องการท่องเที่ยวเพื่อชดเชยช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รุนแรงก่อนหน้า (Pent-Up Demand) ที่ยังมีสูง ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการใช้มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวเข้มข้นในช่วงครึ่งปีหลัง ด้วยการเพิ่มและขยายสิทธิ์ในโครงการ “เราเที่ยวด้วยกันเฟส 4 ส่วนต่อขยาย” อีก 1.5 ล้านสิทธิ์ ต่อเนื่องไปจนถึงเดือนตุลาคม และโครงการ “รัฐทัวร์ทั่วไทย” ที่เปิดโอกาสให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่รัฐท่องเที่ยวได้ในวันธรรมดา โดยไม่ถือเป็นวันลาได้ สูงสุด 2 วัน

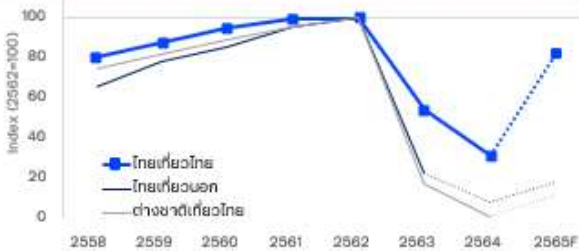
ttb analytics จึงประเมินว่า จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศจะสูงถึง 188.1 ล้านคน-ครั้ง หรือขยายตัว 161.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวราว 7.2 แสนล้านบาท หรือ ขยายตัว 228% สะท้อนจากตัวเลขผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยช่วง 4 เดือนแรกของปี 2565 ที่เพิ่มขึ้นถึง 87.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 สร้างรายได้ 2.2 แสนล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 82.9% สอดคล้องกับข้อมูลเทรนด์สืบค้นจุดหมายปลายทางในประเทศ (Google Destination Insights) ที่มีสัญญาณดีขึ้นตามลำดับนับตั้งแต่ต้นปี

ราคาสินค้าและบริการพุ่งน้ำมันแพงยังคงส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการใช้จ่ายท่องเที่ยวในช่วงที่เหลือของปี แม้บรรยากาศการท่องเที่ยวในประเทศช่วง 4 เดือนแรกของปี 2565 เริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา แต่ระดับการฟื้นตัวยังคงค่อนข้างต่ำและไม่ทั่วถึงในทุกพื้นที่ โดยเฉพาะจังหวัดที่พึ่งพิงรายได้จากต่างชาติสูง เช่น จังหวัดท่องเที่ยวในภาคใต้ที่มีแนวโน้มฟื้นตัวได้ช้าตามข้อจำกัดในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก (จีนและรัสเซีย) สอดคล้องกับจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศทั่วโลกโดยรวมที่ยังคงต่ำกว่าก่อนเกิดวิกฤตโควิด-19 ราว 10-20% ทำให้มีเพียง 12 จังหวัด หรือราว 15% ที่มีการฟื้นตัวอย่างชัดเจนทั้งในส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ในช่วงที่ผ่านมา

สำหรับครึ่งหลังของปี 2565 คาดว่า อัตราเงินเฟ้อที่เร่งขึ้นและยาวนานจะส่งผ่านต้นทุนการผลิตให้กระจายเป็นวงกว้าง จนทำให้ราคาสินค้าและบริการมีแนวโน้มพุ่งสูงขึ้นกว่าช่วงครึ่งปีแรก และอาจบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและการท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งถือเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของคนไทย โดยเฉพาะราคาพลังงานที่ทะยานสูงสุดในรอบเกือบทศวรรษ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทยกว่า 70% นิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวที่ต้องแบกรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10% ต่อคนต่อวัน

มอไทยเที่ยวไทยยอดพุ่งครึ่งปีหลัง คาดทั้งปีคนเที่ยวไทยโต 161.7% สร้างรายได้ราว 7.2 แสนล้านบาท ห่วงเงินเพื่อจุดกำลังซื้อ และใช้เทรนด์ท่องเที่ยวแนวใหม่หมุนเศรษฐกิจภูมิภาค

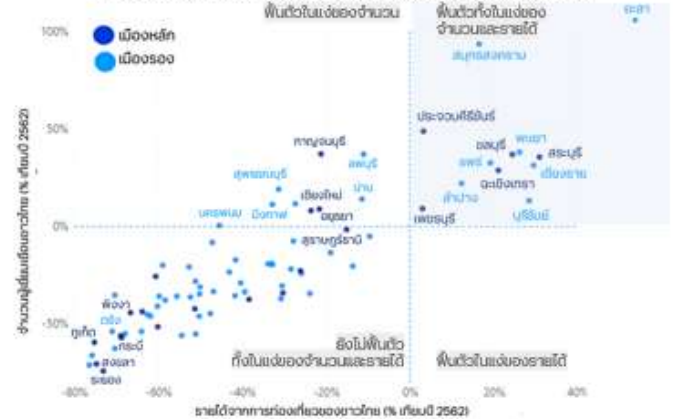
ระดับการฟื้นตัวของจำนวนท่องเที่ยวตามประเภทนักท่องเที่ยว



เทรนด์การท่องเที่ยวในประเทศ ปี 2565

- ท่องเที่ยวระยะใกล้/กระจายไปเมืองรองมากขึ้น
- เสาะหาประสบการณ์แปลกใหม่จากที่เที่ยว Unseen
- เป็นใช้จ่ายแบบคุ้มค่า แต่ครบครัน
- เทคโนโลยีจะเข้ามาเป็นบทบาทในการท่องเที่ยวมากขึ้น

การเติบโตของจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวรายจังหวัด ระหว่างเดือน ม.ค.-เม.ย. 2565 เทียบช่วงเดียวกันของปี 2562



ที่มา: MOTs, ttb analytics
หมายเหตุ: ปรับปรุงแผนภาพจังหวัดละจากผลการเติบโตทั้งในมิติรายได้และจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนสูงมาก

ซีเทรนด์ท่องเที่ยวเปลี่ยนหลังยุคโควิด-19 จาก “เมืองหลักยอดฮิต” เป็น “เมืองรองสุดชิค”

ผลกระทบที่รุนแรงและยืดเยื้อจากสถานการณ์โควิด-19 นอกจากจะสร้างความเสียหายให้กับเศรษฐกิจในวงกว้างแล้ว ยังทำให้เกิดข้อจำกัดในการเดินทางข้ามพื้นที่ในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้เทรนด์การท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากเดิม จากการเสาะหาจุดเช็किनสถานที่เที่ยวยอดนิยม (Mass Travel) เป็น “การท่องเที่ยวระยะใกล้แต่ให้ประสบการณ์แปลกใหม่” (Niche Travel) โดยเทรนด์การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ได้รับความนิยมมากขึ้น เห็นได้จากดัชนีการเคลื่อนที่ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook Mobility Index) ที่ทยอยปรับตัวดีขึ้นในทุกภูมิภาคและกระจายไปยังเมืองรองมากขึ้น สอดคล้องกับจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยที่หันมาท่องเที่ยวเมืองรองในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2565 สูงถึง 23.3 ล้านคน-ครั้ง หรือประมาณ 30% ของผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยทั้งหมด ซึ่งจังหวัดเมืองรองที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ เชียงราย สมุทรสงคราม ลพบุรี และสุพรรณบุรี เหล่านี้สะท้อนการตอบโต้ภัยทั้งเรื่องการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงของเมืองท่องเที่ยวหลัก การให้ประสบการณ์และเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น และค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าราว 20-40% เมื่อเทียบกับเมืองหลักในภูมิภาคเดียวกัน

“โปรโมท Local Destination” อัปเดตแผนท่องเที่ยวกระตุ้นการใช้จ่ายกระจายรายได้ท่องเที่ยว

เมื่อเทรนด์การท่องเที่ยวเปลี่ยนไป จะทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาอยู่ในเมืองรองได้นานขึ้น จึงเป็นโจทย์ใหญ่ในการพัฒนาเมืองรองให้มีความน่าสนใจและดึงดูดมากขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวเมืองรองส่วนใหญ่จะเป็นแบบเข้าไปเย็นกลับ (One-Day Trip) หรือเป็นเพียงเส้นทางผ่านไปเมืองหลักเท่านั้น ดังเช่นตัวเลขรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยในปี 2562 ที่เกือบ 80% หรือราว 8.5 แสนล้านบาท กระจุกอยู่ที่เมืองหลัก และที่เหลือกระจายไปยัง 55 จังหวัดเมืองรอง ดังนั้น นโยบายการส่งเสริม “ท่องเที่ยวเมืองรอง” ของภาครัฐจึงควรเน้นทั้งด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว เช่น การนำค่าใช้จ่ายเที่ยวเมืองรองมาลดหย่อนภาษี โครงการเราเที่ยวด้วยกัน ควบคู่กับการพัฒนาด้านอุปทานอย่างยั่งยืน ทั้งการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้สะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้มีความหลากหลายและน่าดึงดูด ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนทำการตลาดผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวเมืองรอง 3 วัน 2 คืน แพคเกจเที่ยวเมืองหลัก พักเมืองรอง ฯลฯ เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวเมืองรองเป็นที่รู้จักในฐานะ “Local Destination” จนเกิดการกระจายการท่องเที่ยวในมิติพื้นที่และรายได้สู่ชุมชนต่อไป

ดึงกำลังซื้อกลุ่ม Digital Nomad โอกาสธุรกิจโรงแรมขนาดกลาง-เล็กในพื้นที่รอบนอก

ในช่วงที่หลายประเทศจำเป็นต้องล็อกดาวน์เป็นเวลายาวนานจากวิกฤตโควิด-19 ทำให้นายจ้างทั่วโลกต้องปรับตัวและนำเทคโนโลยีติดต่อสื่อสารและรูปแบบการทำงานผ่านระบบออนไลน์มาใช้อย่างแพร่หลาย จนเกิดเทรนด์การทำงานจากที่ไหนก็ได้ในยุคดิจิทัล (Digital Nomad) เช่น งานฟรีแลนซ์ เจ้าของธุรกิจออนไลน์ และงานที่ไม่จำเป็นต้องเข้าออฟฟิศ (Remote Working) ซึ่งได้กลายเป็นบรรทัดฐานใหม่ และได้รับการยอมรับในวงกว้าง เห็นได้จากปัจจุบันมีการออกวีซ่าประเภท "Digital Nomad" ต้อนรับนักเดินทางกลุ่มนี้แล้วมากกว่า 20 ประเทศทั่วโลก

ttb analytics มองว่า กลุ่ม Digital Nomad มีจุดเด่นในเรื่องของระยะเวลาพำนักที่ยาวนานกว่ากลุ่มอื่น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานยุค Millennial (อายุระหว่าง 24-37 ปี) ที่มีกำลังซื้อสูง หัวใจสำคัญของตลาดกลุ่มนี้คือ "การสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและการพักผ่อน" เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศทำงานในช่วงสั้น ๆ และถือโอกาสท่องเที่ยวไปยังสถานที่แปลกใหม่ จึงทำให้โรงแรมที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในพื้นที่รอบนอกหรือเมืองรอง ซึ่งมีข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่เป็นส่วนตัว สงบเงียบ ไม่วุ่นวาย และมีค่าใช้จ่ายต่ำเหมาะแก่การพักผ่อนระยะยาว ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรปรับปรุงที่พักให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอในราคาที่จับต้องได้ การนำแพลตฟอร์มออนไลน์มาใช้เพื่อสร้างความยืดหยุ่นในการให้บริการ การสร้างความพร้อมด้านเทคโนโลยีและบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง รวมถึงการสร้างบรรยากาศทำงานที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น Coworking space หรือ Social space ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดตลาด Digital Nomad ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างก้าวกระโดด

* * * * *