

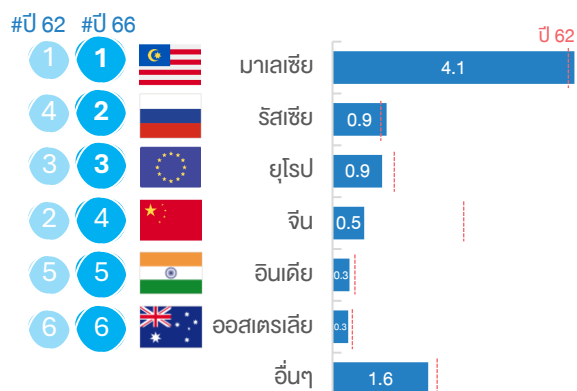
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ หลังโควิดต่อธุรกิจภาคใต้

ภัทริยา นวลไธ | ญาณิศา ศตะรัต | ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้

จากสถานการณ์โควิด เทคโนโลยีและดิจิทัลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งส่งผลให้รูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปเช่นกัน กระทั่งต่อรายได้ธุรกิจท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่องแตกต่างกัน

บทความนี้ ผู้เขียนจะมาฉายภาพพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังโควิด โดยเฉพาะสัญชาติหลักที่เข้ามาเที่ยวภาคใต้ สูงสุด 4 สัญชาติ ว่ามีการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อธุรกิจภาคใต้อย่างไร

รูปที่ 1 จำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางผ่าน ตม. ภาคใต้ ปี 66 (ล้านคน)



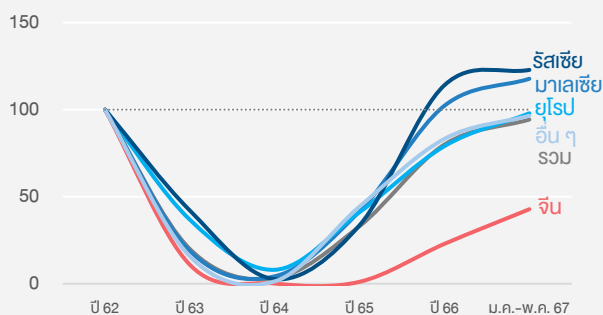
ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง, คำนวณโดย สปท.

การท่องเที่ยวภาคใต้หลังโควิดฟื้นตัวต่อเนื่อง แต่ยังมีความแตกต่างกันในแต่ละธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

- ก่อนโควิดเศรษฐกิจภาคใต้พึ่งพาการท่องเที่ยวสูง ถึง 16% ของ GRP โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่สร้างรายได้กว่า 77% ของรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับท่องเที่ยวสร้างงานให้คนใต้กว่า 22% ของแรงงานในภาค
- ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ฟื้นตัวมามากกว่าก่อนโควิด โดยกลุ่มหลักยังเหมือนช่วงก่อนโควิด ได้แก่ มาเลเซีย รัสเซีย และยุโรป (รูปที่ 1) มีเพียงจีนที่ฟื้นตัวช้า กลับมาเพียง 43% (ม.ค.-พ.ค.67) (รูปที่ 2) จากเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัวและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของจีน สะท้อนจากจำนวนเที่ยวบินตรงที่กลับมาเพียงประมาณ 60%

รูปที่ 2 การฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้

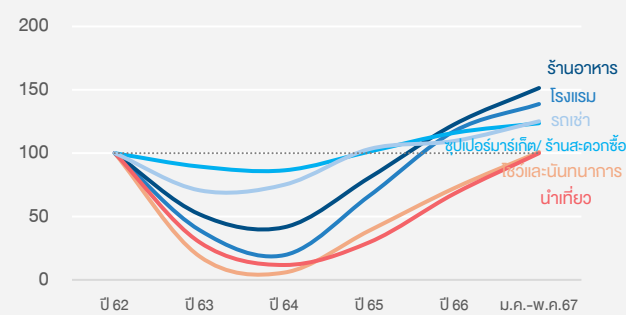
(ปี 62 = 100)



ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง, คำนวณโดย สปท.

รูปที่ 3 การฟื้นตัวของรายได้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

(ปี 62 = 100)



ที่มา: กรมสรรพากร, คำนวณโดย สปท.

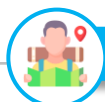
- ในมิติพื้นที่พบว่า นักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติยังนิยมเดินทางไปจังหวัดเดิมกับก่อนโควิด เช่น ชาวมาเลเซียยังคงนิยมท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ขณะที่ชาวรัสเซียและยุโรปยังคงกระจุกตัวในจังหวัดภูเก็ต
- ด้านรายได้ฟื้นตัวดีเช่นกัน สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยว แต่สังเกตเห็นว่า การฟื้นตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยรายได้ธุรกิจนำเที่ยวและทัวร์ ฟื้นตัวน้อยกว่าร้านอาหารหรือโรงแรม ส่วนหนึ่งจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป (รูปที่ 3)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ หลังโควิดต่อธุรกิจภาคใต้

ภัทริยา นวลไย | ญาณิศรา ศตะรัต | ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้

พฤติกรรมและลักษณะของนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติหลักเปลี่ยนแปลงจากก่อนโควิด

หลังโควิด แม้นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เข้ามาในภาคใต้ยังเป็นกลุ่มเดิมกับก่อนโควิด แต่เห็นได้ชัดว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวและลักษณะของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป โดยนักท่องเที่ยวทุกสัญชาติเป็นกลุ่มที่ไปด้วยตนเอง (F.I.T.) มากขึ้น อายุเฉลี่ยลดลง มีทั้งกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานเข้ามามากขึ้น จึงเน้นวางแผนเที่ยวด้วยตัวเองและนิยมไปสถานที่ท่องเที่ยวหรือร้านค้า/ร้านอาหารที่ได้รับความนิยมใน social media



เที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น



อายุเฉลี่ยลดลง



มองหาความเป็นท้องถิ่นมากขึ้น

มาเลเซีย 	- เที่ยวเองโดยขับริยนต์เข้ามามากขึ้น มีจำนวนรถยนต์ผ่านด่านสะเดาต่อเดือนสูงกว่าก่อนโควิด 8% จองตรงกับโรงแรมมากขึ้น โดยเน้นที่กินและที่เที่ยวยอดฮิตตาม social media	กลุ่มเพื่อนและครอบครัว นิยมขับริยนต์ส่วนตัวและคาราวาน Big Bike เข้ามา จากเดิมที่ส่วนใหญ่เป็นกรุ๊ปทัวร์สูงอายุหรือวัยเกษียณ	- กินอาหารท้องถิ่นตามรีวิว social media โดย 76% ทาน street food จากเดิมเพียง 60% รวมถึงนิยมเข้าร้านสะดวกซื้อ ช้อของฝากเป็นเงินบาทด้วย เที่ยวธรรมชาติที่พัทลุง รวมถึงสายมูถิ่นนครศรีธรรมราช
รัสเซีย 	จองที่พักและ package เที่ยวผ่านออนไลน์มากขึ้น - กลุ่มที่อยู๋ยาวนิยมเช่าบ้าน คอนโด หรือวิลล่า	เป็นกลุ่มวัยทำงาน Digital Nomad และพักยาวขึ้น เฉลี่ยประมาณ 15 วัน – 1 เดือน	- ชอบผลไม้ไทย โดยเฉพาะมะม่วง นิยมซื้อผลไม้ตามฤดูกาลเป็นของฝาก - เที่ยวตลาดนัด ถนนคนเดิน มากขึ้น แต่ยังไม่นิยมกินอาหารรัสเซียเป็นหลัก
ยุโรป 	จองที่พักและ package เที่ยวผ่านออนไลน์มากขึ้น จอง last minute และพักหลายโรงแรมมากขึ้น - นิยมซื้อ all inclusive package^{1/} เพื่อควบคุมงบประมาณท่องเที่ยว	- เป็นกลุ่มวัยทำงานและวัยรุ่น มากขึ้น โดยเฉพาะที่กระบี่ ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 25-34 ปี - เป็นกลุ่มวัยทำงาน Digital Nomad และพักยาวขึ้น โดยเฉพาะที่เกาะพะงัน	- วัยรุ่น/วัยทำงาน ชอบอาหารและกิจกรรม night life ท้องถิ่น เช่น street food ร้านสะดวกซื้อ - วัยสูงอายุ สนใจวัฒนธรรมท้องถิ่น และ Responsible Tourism^{2/} มากขึ้น
จีน 	- ยังเป็น F.I.T. เกือบทั้งหมด ต่างจากเดิมที่เป็นกรุ๊ปทัวร์เกือบครึ่ง จองที่พักผ่านออนไลน์ ซื้อ package เที่ยวตามรีวิวใน social media และจากไกด์ไทยแนะนำ	เกือบ 60% เป็นกลุ่ม first visit ที่เป็นวัยทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะในภูเก็ต อานิสงส์จากมาตรการ Visa Free	- กินอาหารท้องถิ่น ชอบปิ้งร้านค้าตามรีวิว social media เช่น street food - เที่ยวตลาดนัด ถนนคนเดิน มากขึ้น

^{1/}all inclusive package ส่วนใหญ่ครอบคลุมค่าโดยสารเครื่องบิน ค่าที่พัก และค่ารถรับส่งสนามบิน-ที่พัก โดยบาง package อาจครอบคลุมเพิ่มค่าอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม

^{2/}Responsible Tourism หรือ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจชุมชน

ที่มา: จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในภาคใต้ และโครงการสำรวจเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ททท.)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ หลังโควิดต่อธุรกิจภาคใต้

ภัทริยา นวลไย | ญาณิศา ศตะรัต ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้

ธุรกิจได้ประโยชน์ต่างกันจากพฤติกรรมและลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลผลสำรวจด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้สามารถประเมินประโยชน์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปต่อธุรกิจต่าง ๆ ดังนี้

รายได้

สาขาธุรกิจ

เพิ่ม และกระจาย		ร้านอาหาร/cafe มีร้านเปิดใหม่เพิ่มขึ้นถึง 23% ^{3/} นักท่องเที่ยวกระจายไปร้านเล็ก โดยเฉพาะที่โฆษณาผ่าน social media
		ห้าง/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าท้องถิ่น ยอดขายเพิ่มได้จากที่นักท่องเที่ยวกินอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงซื้อของฝาก
		ธุรกิจรถเช่า โดยนิมรджกรยานยนต์ รถยนต์ และรถตุ่ เนื่องจากเที่ยวเองและกระจายไปหลายแหล่ง เห็นจากยอดขายรถในพื้นที่หลักยังสูง โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต
เพิ่ม แต่กระจุก		โรงแรม 4 ดาว ขึ้นไปปรับราคาเพิ่มจากปีก่อน โดยกว่า 45% ปรับราคาเพิ่มขึ้น 10-20% ^{4/} จากรูปลักษณ์และคุณภาพที่ตอบโจทย์ ขณะที่โรงแรมไม่เกิน 3 ดาว ปรับราคาได้ค่อนข้างจำกัด
		ธุรกิจนำเที่ยว ที่จัด package เที่ยวได้หลายรูปแบบตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กได้ รวมถึงเรือนำเที่ยวที่ตกแต่งสวยงาม จูงใจนักท่องเที่ยวให้ใช้บริการและถ่ายรูปมากขึ้น
		ร้านขายของที่ระลึก ที่ปรับมาขายสินค้าตามความชอบของนักท่องเที่ยว เช่น เน้นขายอาหารและขนมคบเคี้ยวแก่ชาวมาเลเซีย
		ธุรกิจสวนน้ำและนันทนาการอื่น ๆ กระจุกตัวในสวนน้ำ โดยเฉพาะที่รับลูกค้าต่างชาติ เช่น ตะวันออกกลางที่ชอบเล่นน้ำ เนื่องจากภูมิประเทศตะวันออกกลางที่ร้อนและแล้ง รวมถึงสวนสนุก Adventure ที่ได้รับความนิยมจาก facility ครบวงจร
ยังไม่ฟื้น		ธุรกิจที่รับกรุ๊ปทัวร์จีน - โรงแรม หลายแห่งยังปิดกิจการ แต่บางแห่งปรับตัวรับสัญชาติอื่น เช่น มาเลเซีย อินเดีย - ธุรกิจแสดงโชว์ เน้นหา F.I.T สัญชาติอื่นแทน แม้จำนวนหัวยังไม่เท่าช่วงก่อนโควิด แต่สามารถเพิ่มราคาขายได้ - ร้านขายของที่ระลึก ยังปิดกิจการ
		ธุรกิจขนาดเล็กที่มีปัญหาเงินทุน ไม่สามารถปรับตัวธุรกิจและแข่งขันได้ อาทิ เรือนำเที่ยวรายเล็ก

^{3/}ปี 65 เทียบปี 62, ข้อมูล สสว. และ ^{4/}ผลสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการที่พักแรมเดือน พ.ค. 67

มองไปข้างหน้า การท่องเที่ยวภาคใต้คาดว่าจะยังคงขยายตัวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลัก ทั้งมาเลเซีย รัสเซีย ยุโรป และจีน ซึ่งด้วยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจต่างกัน อาทิ ร้านอาหาร รถเช่า มีรายได้เพิ่ม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชอบเดินทางเอง โดยริ้วจาก Social media ทำให้เข้าถึงธุรกิจรายย่อยได้มากขึ้น ขณะที่รายได้โรงแรมเพิ่มขึ้นแต่ยังกระจุกตัว เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายและมีเอกลักษณ์ ทั้งนี้ หากธุรกิจสามารถดำเนินกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่สัญชาติที่เปลี่ยนไปได้ จะเป็นการเพิ่มโอกาสให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนมากขึ้น และสร้างรายได้ให้ภาคการท่องเที่ยวของไทยอย่างต่อเนื่องในระยะยาว