



ตลาดไทยเที่ยวไทยกับโจทย์ธุรกิจที่ไม่เหมือนเดิมหลังโควิด-19 ...
คาดทั้งปี 2563 คนไทยเดินทางเที่ยวในประเทศเหลือประมาณ
79.5-89.5 ล้านคน-ครั้ง

CURRENT ISSUE

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3104

วันที่ 30 เมษายน 2563

▶ ประเด็นสำคัญ

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า สถานการณ์โควิด-19 แม้เริ่มคลี่คลาย ซึ่งอาจทำให้กิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยน่าจะค่อยๆ กลับมา แต่ตลาดในช่วงที่เหลือของปีนี้ก็คงจะยังไม่สามารถพลิกกลับมาเป็นบวกได้ เนื่องจากยังมีหลายปัจจัยลบ อาทิ นักท่องเที่ยวยังมีความกังวลเพราะยังไม่มียุทธศาสตร์ป้องกันโควิด-19 รวมถึงผลกระทบจากความเชื่อมั่นต่อการมีงานทำและกำลังซื้อที่อ่อนแอของประชาชน หลังกิจกรรมเศรษฐกิจส่วนใหญ่หยุดชะงัก จึงทำให้ทั้งปี 2563 ตลาดไทยเที่ยวไทยอาจหดตัวประมาณ 52.3% ถึงหดตัวประมาณ 46.4% หรือมีจำนวน 79.5-89.5 ล้านคน-ครั้ง ขณะที่รายได้ท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยน่าจะมียอดค่า 4.85-5.45 แสนล้านบาท หดตัวประมาณ 55.1% ถึงหดตัวประมาณ 49.4% จากปีก่อน (การประเมินอยู่ภายใต้สมมติฐานที่โควิด-19 ไม่กลับมาระบาดอีกในช่วงที่เหลือของปีนี้) อย่างไรก็ตามท่ามกลางภาพเชิงลบของตลาดโดยรวม ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ตลาดนักท่องเที่ยวระดับบน จะเป็นกลุ่มที่ฟื้นตัวกลับมาได้เร็วกว่ากลุ่มอื่นๆ
- หลังโควิด-19 ธุรกิจยังมีความท้าทาย โดยเฉพาะโจทย์ในการปรับวิถีการดำเนินธุรกิจใหม่ (New Business Norms) ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป อาทิ การปรับรูปแบบการให้บริการโดยยังต้องคำนึงถึงระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ซึ่งคงจะส่งผลกระทบต่อรายได้ แต่ก็เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างโรงแรมและที่พักก็คงต้องบริหารจัดการห้องพักเพื่อไม่ให้เกิดความหนาแน่นในแต่ละชั้น การลงทุนระบบออนไลน์ให้นักท่องเที่ยวเช็किनออนไลน์ ขณะที่ผู้ประกอบการหลายรายเผชิญกับสภาพคล่องที่จำกัด ทำให้ยังต้องระมัดระวังควบคุมรายจ่ายโดยให้มีผลกระทบต่อบริการน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนในสต็อกสินค้า การจ้างงาน หรือการจัดกิจกรรมการตลาดที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น

สถานการณ์โควิด-19 ในประเทศดีขึ้น เมื่อจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ทั่วประเทศลดลงอย่างต่อเนื่อง และในหลายจังหวัดไม่พบผู้ติดเชื้อรายใหม่เป็นระยะเวลาหลายวันติดต่อกัน นับเป็นสัญญาณที่ดีต่อทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และประชาชน และหากประเทศไทยไม่พบผู้ติดเชื้อรายใหม่ กิจกรรมการดำเนินชีวิตประจำวันและธุรกิจก็น่าจะทยอยกลับมาตามลำดับ สำหรับภาคการท่องเที่ยวในประเทศ ต้องยอมรับว่าการระบาดของเชื้อโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในช่วงใช้การท่องเที่ยวอย่างหนัก จากการลดลงของนักท่องเที่ยวต่างชาติและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทย

บริการทุกระดับประทับใจ

ทั้งนี้ หลังจากสถานการณ์โควิด-19 ตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศน่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวในปี นี้ โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มีมุมมองต่อทิศทางการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยในปี 2563 และการปรับตัวของธุรกิจหลังจากโควิด-19 ได้ผ่านพ้นไป ดังนี้

ตลาดไทยเที่ยวไทยเผชิญหลายปัจจัยท้าทายทั้งโควิด-19 และกำลังซื้อที่อ่อนแอ... คาดทั้งปี 2563 ตลาดไทยเที่ยวไทยหดตัวประมาณ 52.3% ถึง หดตัวประมาณ 46.4% จากปีที่ผ่านมา

◆ โควิด-19 เริ่มคลี่คลาย แต่ความกังวลยังมี ส่งผลให้ในช่วงครึ่งแรกปี 2563 การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยน่าจะหดตัวประมาณ 52.2%

ตั้งแต่ต้นปี 2563 การระบาดของโควิด-19 ได้สร้างความกังวลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวไทยบางกลุ่ม กอปรกับในช่วงปลายเดือนมี.ค. 63 ทางกาได้ประกาศใช้ พ.ร.ก. ฉุกเฉิน และในหลายจังหวัดได้ยกระดับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมการแพร่กระจายของโควิด-19 โดยเฉพาะควบคุมการเดินทางเข้า-ออกระหว่างจังหวัด มาตรการกักตัวสำหรับผู้เดินทางมาจากจังหวัดอื่นเป็นเวลา 14 วัน การปิดสถานที่ท่องเที่ยวอย่างสวนอุทยานแห่งชาติและชายฝั่งทะเล รวมถึงระบบการคมนาคมขนส่งอย่างบางสายการบินที่ปิดให้บริการเส้นทางการบินในประเทศ และแม้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวอย่างโรงแรมและที่พักในบางพื้นที่จะไม่ได้ปิดการให้บริการก็ตาม แต่จากสถานการณ์ดังกล่าวก็ส่งผลทำให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศลดลง

จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2563 นี้ จำนวนคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหดตัวถึง 29.5% (YoY) และส่งผลให้รายได้ท่องเที่ยวจากคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหายไปแล้วกว่า 90,000 ล้านบาท ทั้งนี้ แม้ว่าในช่วงปลายเดือนเม.ย. 63 สถานการณ์การระบาดของโควิด-19 จะเริ่มดีขึ้น โดยธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวอย่างสายการบินมีแผนที่จะกลับมาให้บริการอีกครั้งในช่วงเดือนพ.ค. 63 แต่ยังเป็นเฉพาะบางเส้นทาง อย่างไรก็ดี ยังคงต้องติดตามการผ่อนปรนมาตรการต่างๆ ที่ยังไม่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว อาทิ ในหลายๆ สถานที่น่าจะยังคงมาตรการเข้มข้นในการดูแลและป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดกลับมาอีกครั้ง อาทิ การควบคุมการเดินทางระหว่างจังหวัดหรือการกักตัว 14 วัน สำหรับประชาชนที่เดินทางมาจากพื้นที่อื่น และการปิดสถานที่ท่องเที่ยวในบางจังหวัด ดังนั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 ตลาดไทยเที่ยวไทยน่าจะหดตัวประมาณ 52.2% (YoY) ซึ่งหากในช่วง 1 เดือน ต่อจากนี้ประเทศไทยไม่พบผู้ติดเชื้อรายใหม่คาดว่าทางการน่าจะพิจารณาลดระดับความเข้มข้นของมาตรการลงในช่วงปลายไตรมาส 2 นี้

◆ ในครึ่งหลังของปี 2563 หากประเทศไทยไม่พบผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ สถานการณ์ตลาดไทยเที่ยวไทยน่าจะค่อยๆ กลับมา แต่ก็ยังไม่สามารถกลับมาฟื้นตัวเป็นบวกได้

ทิศทางตลาดไทยเที่ยวไทยในช่วงครึ่งหลังของปี 2563 ภายใต้สถานการณ์ที่ประเทศไทยไม่พบผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ ทางกาผ่อนคลายมาตรการลงเป็นลำดับ สถานที่ท่องเที่ยวและการให้บริการด้านการท่องเที่ยว น่าจะกลับมาเปิดให้บริการได้อย่างสายการบินที่น่าจะเริ่มเปิดเส้นทางการบินในประเทศมากขึ้น เมื่อประกอบกับการ

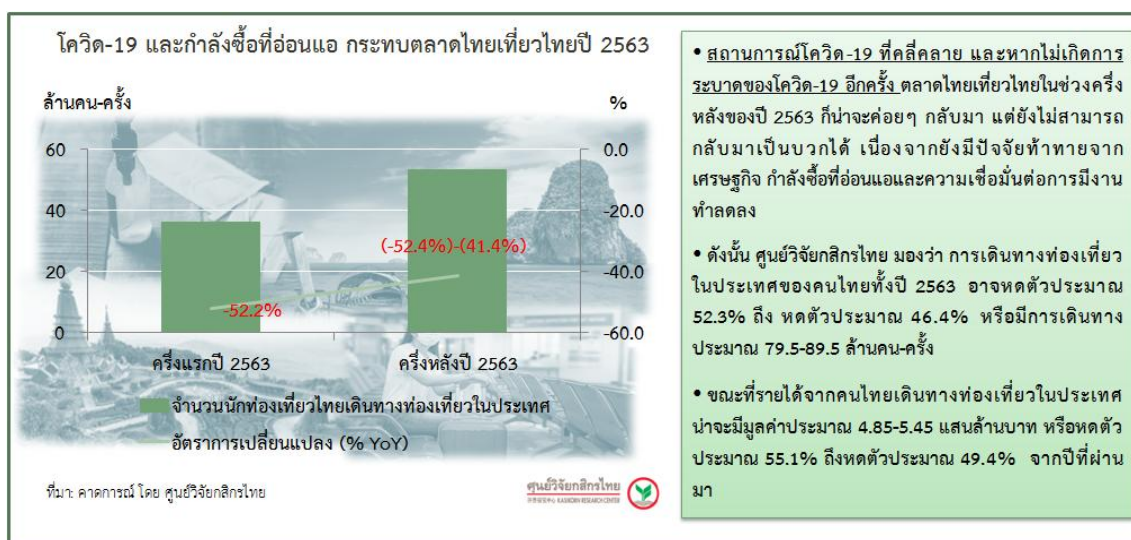
บริการทุกระดับประทับใจ

ทำกิจกรรมการตลาดเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจากผู้ประกอบการ จะทำให้บรรยากาศและความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศค่อยๆ กลับมา

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะกลับมาฟื้นตัวได้เร็ว น่าจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวตลาดบน เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่ไม่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัวมากนัก ประกอบกับสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 หลายประเทศยังไม่ดีขึ้น โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวระดับพรีเมียม เช่น โรงแรมหรู ที่โดยปกติจะเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติระดับบน หันมาทำกิจกรรมการตลาด จัดแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับพันธมิตรอย่างสายการบินหรือเรือยอร์ช เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยระดับบนมากขึ้นแทน

อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า เนื่องจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ต้องหยุดชะงักไปช่วงเวลาหนึ่ง ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคบางกลุ่มที่ยังอ่อนแอ ซึ่งทำให้ตลาดไทยเที่ยวไทยในช่วงครึ่งหลังของปีนี้จะยังไม่สามารถกลับมาเป็นบวก โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในช่วงครึ่งหลังของปี 2563 ตลาดไทยเที่ยวไทยน่าจะยังหดตัวประมาณ 52.4% ถึงหดตัวประมาณ 41.4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ทั้งปี 2563 นี้ คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจะอยู่ที่ประมาณ 79.5-89.5 ล้านคน-ครั้ง หรือหดตัวประมาณ 52.3% ถึงหดตัวประมาณ 46.4% จากปีที่ผ่านมา ขณะที่รายได้จากคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศน่าจะมีมูลค่าประมาณ 4.85-5.45 แสนล้านบาท หรือหดตัวประมาณ 55.1% ถึง หดตัวประมาณ 49.4% จากปีที่ผ่านมา (การประเมินอยู่ภายใต้สมมติฐานที่โควิด-19 ไม่กลับมาระบาดอีกครั้งในช่วงที่เหลือของปีนี้) อย่างไรก็ตาม คาดว่าในช่วงครึ่งหลังของปี 2563 ผู้ประกอบการคงจะทำการตลาดกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ขณะเดียวกันยังต้องติดตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ภาครัฐน่าจะทยอยออกมาหลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย ซึ่งอาจจะช่วยให้ตลาดไทยเที่ยวไทยปรับตัวดีขึ้นบ้าง



บริการทุกระดับประทับใจ

หลังการระบาดของโควิด-19... ธุรกิจยังมีความท้าทายกับการปรับตัวสู่วิถีการดำเนินธุรกิจใหม่ (New Business Norms) ท่ามกลางสภาพคล่องที่จำกัด

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจท่องเที่ยวอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาในอดีต และมีผลทำให้สภาพปัจจัยแวดล้อมของการทำธุรกิจท่องเที่ยวต้องเปลี่ยนแปลงไป โดยต้องปรับตัวเข้าสู่วิถีการดำเนินธุรกิจใหม่ (New Business Norms) อย่างการให้บริการที่ยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยจากโควิด-19 การบริหารจัดการธุรกิจที่ต้องระวังมากขึ้นในภาวะสภาพคล่องที่จำกัดแต่รายได้ยังไม่ได้ฟื้นกลับมา การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในภาคธุรกิจมากขึ้น และการทำธุรกิจร่วมกับพันธมิตรในพื้นที่มากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวในประเทศคงจะต้องใช้ระยะเวลาอีกสักพักกว่าสถานการณ์จะกลับมาเป็นปกติ สำหรับแนวทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรต้องดำเนินการ อาทิ

❖ การปรับรูปแบบการให้บริการเพื่อป้องกันและเฝ้าระวังโควิด-19 ที่ยังต้องเข้มข้นต่อเนื่องเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว

แม้ว่าสถานการณ์โควิด-19 จะคลี่คลายลง ภาคธุรกิจท่องเที่ยวยังคงต้องให้ความสำคัญในการป้องกันและเฝ้าระวังต่อเนื่อง ซึ่งแนวปฏิบัติอาจจะมีผลต่อรายจ่ายของผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น แต่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ อาทิ การปรับรูปแบบการให้บริการโดยคำนึงถึงระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เช่น ในธุรกิจโรงแรมและที่พัก ผู้ประกอบการอาจจะมีปรับรูปแบบการให้บริการ ได้แก่ 1. **จัดระบบการให้บริการเช็คอินออนไลน์** โดยให้ลูกค้าสามารถเช็คอินเข้าห้องพักผ่านระบบออนไลน์ หรือผู้ประกอบการอาจเปิดให้บริการจุดคอมพิวเตอร์ในที่พักรับกลุ่มลูกค้าที่สะดวกในการเช็คอินออนไลน์ 2. **ปรับรูปแบบการให้บริการในห้องอาหารและพื้นที่ส่วนกลาง** โดยห้องอาหารในโรงแรมควรจะมีการจัดสถานที่นั่งให้มีระยะห่าง การปรับจากรูปแบบการบริการอาหารแบบตักเองเป็นการสั่งและอาจบริการส่งถึงห้องพัก 3. **การจัดโซนนิ่งห้องพักที่จะเปิดให้บริการและควรลดความหนาแน่นเมื่อนักท่องเที่ยวเข้าพักในแต่ละชั้น** โดยผู้ประกอบการอาจจะหลีกเลี่ยงการให้บริการห้องพักติดกัน โดยอาจเว้นระยะระหว่างห้องพัก เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความสบายใจระหว่างการใช้บริการ เป็นต้น

นอกจากนี้ แนวปฏิบัติในการคัดกรองและรักษาความสะอาดของสถานที่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ อาทิ การตรวจวัดอุณหภูมิผู้มาใช้บริการ พนักงานผู้ให้บริการยังควรใส่หน้ากากอนามัยระหว่างทำงาน การทำความสะอาด การบริการเจลแอลกอฮอล์ในร้านค้าและที่พัก เป็นต้น **รวมถึงการอัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ของโควิด-19 ในพื้นที่ให้กับลูกค้ารับรู้** โดยผ่านช่องทางเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ แม้ว่าจะไม่พบผู้ติดเชื้อรายใหม่ในพื้นที่ก็ตาม แต่เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับข่าวสารที่แท้จริง

◆ ปรับรูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาดกระตุ้นลูกค้าโดยใช้ช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์

ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญกับโจทย์ในการทำธุรกิจหลายด้าน โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมการตลาดในงานต่างๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว ซึ่งจะยังทำได้ลำบากภายใต้สถานการณ์ที่ยังต้องรักษาระยะห่างทางสังคม โดย **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** มองว่า ผู้ประกอบการคงจะต้องใช้เทคโนโลยีออนไลน์ในการสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น อาทิ การทำตลาดผ่านแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่มีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าช่องทางอื่นๆ อาทิ การใช้แพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram หรือ Line โดยนำเสนอแพ็คเกจพิเศษให้กับผู้ที่เป็นเพื่อน/กลุ่มลูกค้าเก่าที่เคยมาใช้บริการ/สมาชิกกับผู้ประกอบการทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยมเข้าไปหาข้อมูลและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการสามารถเลือกกลุ่มที่เหมาะสมกับตำแหน่งการตลาดของธุรกิจ

◆ ทำงานร่วมกับพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว/ร้านค้าในชุมชน เพื่อลดต้นทุนและช่วยสร้างธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนให้เข้มแข็งเร็วขึ้น

ท่ามกลางสภาวะที่ผู้ประกอบการบางรายยังเผชิญกับสภาพคล่องที่จำกัด การใช้จ่ายหรือการลงทุนใดๆ อาจจะไม่ค่อยมากนัก ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจจะต้องปรับรูปแบบการทำธุรกิจ อาทิ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ที่นักท่องเที่ยวอาจจะยังไม่กลับมาเป็นปกติ การบริการด้านต่างๆ อาจจะต้องปรับลดลง เช่น การบริการด้านอาหาร ซึ่งผู้ประกอบการอาจจะลดต้นทุนในการสต็อกวัตถุดิบของสด โดยหาพันธมิตรร้านอาหารในชุมชนที่มีคุณภาพมาให้บริการลูกค้า หรือร้านขายสินค้าของที่ระลึกร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และจัดส่งได้ถึงที่พัก เป็นต้น

โดยสรุป แม้สถานการณ์โควิด-19 จะดีขึ้น หน่วยงานภาครัฐคงจะทยอยผ่อนคลายมาตรการต่างๆ และภาคธุรกิจคงจะกลับมาให้บริการ รวมถึงความเชื่อมั่นของประชาชนน่าจะดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวในประเทศ โดยเฉพาะทิศทางการตลาดไทยเที่ยวไทยในช่วงที่เหลือของปีนี้ แม้บรรยากาศการท่องเที่ยวจะยังไม่กลับเข้าสู่ภาวะปกติ แต่น่าจะค่อยๆ กลับมาได้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ยังมีความไม่แน่นอน ทำให้ผู้ประกอบการคงจะต้องเตรียมแผนธุรกิจรองรับกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใดในความเสี่ยงใดๆ จากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น