

EIC
CONSUMER SURVEY

สองครอบครัวคนไทย
พร้อมเที่ยว
สัปดาห์ไหนที่ใช่
แนวไหนที่โดนใจ

SCB
Economic Intelligence Center



Contents

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	3
ส่วนที่ 1	หน้า
ภาพรวมคนไทยพร้อมเที่ยว	6
ส่วนที่ 2	หน้า
เจาะลึกพฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศ	11
ส่วนที่ 3	หน้า
จับกระแสนักท่องเที่ยวไทยไปเที่ยวต่างประเทศ	20
ส่วนที่ 4	หน้า
Main takeaways	24





Unasru
Purikar

บทสรุปผู้บริหาร



คนไทยวางแผนท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้นในอีก 6 เดือนข้างหน้าจากสถานการณ์ COVID-19 ที่ดีขึ้นและการผ่อนคลายมาตรการเดินทางเป็นลำดับ โดยแม้นักท่องเที่ยวไทยจะวางแผนไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้น แต่ก็เตรียมเที่ยวในประเทศเท่าเดิม/เพิ่มขึ้นเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ภาวะเงินเฟ้อที่ยังอยู่ในระดับสูงจะทำให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบจมนมีปัญหารายได้ไม่พอรายจ่ายส่วนหนึ่งมีแนวโน้มรัดเข็มขัดลดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลง



พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่มักจะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพื่อการพักผ่อนกับครอบครัว และเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากความสะดวกในการเดินทางเป็นหลัก ในส่วนที่พัก โรงแรมตั้งแต่ระดับ 2 ดาวขึ้นไป ตั้งอยู่ใกล้ช้อปปิ้งมอลล์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเที่ยวพร้อมด้วยอุปกรณ์ทันสมัยจะสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ดี ทั้งนี้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละ Generations หรือกลุ่มการท่องเที่ยว/การทำกิจกรรมต่าง ๆ มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน



การท่องเที่ยวในประเทศของกลุ่ม Baby boomer โดยเฉพาะกลุ่มไปเที่ยวกับเพื่อน เป็นกลุ่มที่น่าจับตามอง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ ใช้เวลาท่องเที่ยวยาวนาน 3-5 วัน และจะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น แม้เปิดให้เดินทางต่างประเทศแล้ว ทั้งนี้พฤติกรรมส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือพักโรงแรม 4-5 ดาวผ่านการจองกับโรงแรมโดยตรง เน้นความสะดวกในการเดินทางและความปลอดภัยด้านสุขอนามัย โดยกิจกรรมที่สนใจคือการพักผ่อน ทำบุญไหว้พระ และท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



กลุ่มคนรุ่นใหม่ Gen Z และ Gen Y กับกลุ่มผู้มีรายได้สูง เป็นกลุ่มที่เตรียมไปเที่ยวต่างประเทศเป็นกลุ่มแรก ๆ โดยประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออก เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ยังเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย รองลงมาเป็นอาเซียนและยุโรป อีกทั้ง นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ส่วนใหญ่ยังวางแผนเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเองมากขึ้น ขณะที่กลุ่ม Baby boomer ส่วนใหญ่ยังนิยมท่องเที่ยวต่างประเทศกับกรุ๊ปทัวร์อยู่

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม

ท่องเที่ยวในประเทศอย่างน้อย
1 ครั้งใน 6 เดือนข้างหน้า

84%

ท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างน้อย
1 ครั้งใน 6 เดือนข้างหน้า

65%

เที่ยวในประเทศเท่าเดิม/เพิ่มขึ้น
แม้วางแผนเที่ยวต่างประเทศ

91%

ไม่ท่องเที่ยวเมื่อเผชิญปัญหา
รายได้ไม่พอจ่ายบ่อยครั้ง

26%

ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน

72%

เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่
สะดวกในการเดินทาง

62%

กลุ่ม Baby boomer ท่องเที่ยว
ในประเทศกับกลุ่มเพื่อน 4-5 วัน

32%

โดยเฉลี่ย Gen Y และ Gen Z วาง
แผนท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตัวเอง

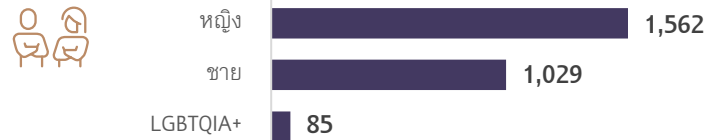
75%



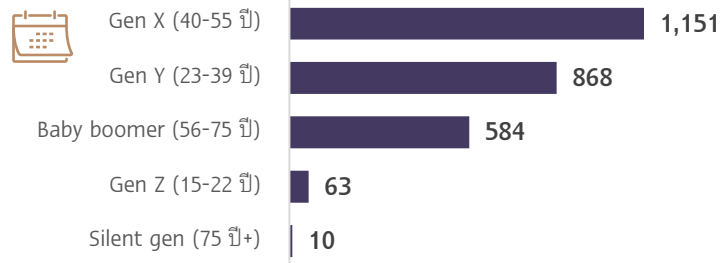
การสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคของ EIC (EIC Consumer survey) ผ่านช่องทางออนไลน์ SurveyMonkey

ระหว่างวันที่ 8 ถึง 22 กรกฎาคม 2022 มีผู้ตอบแบบสอบถามครบถ้วนทั้งสิ้น 2,676 คน

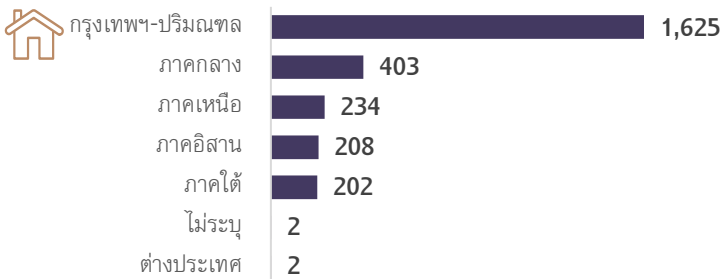
IWF



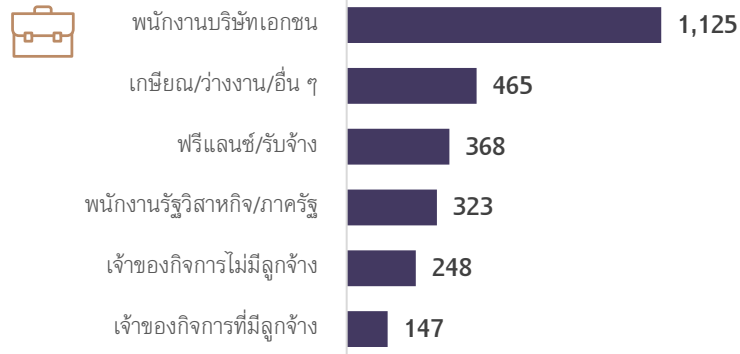
ช่วงอายุ



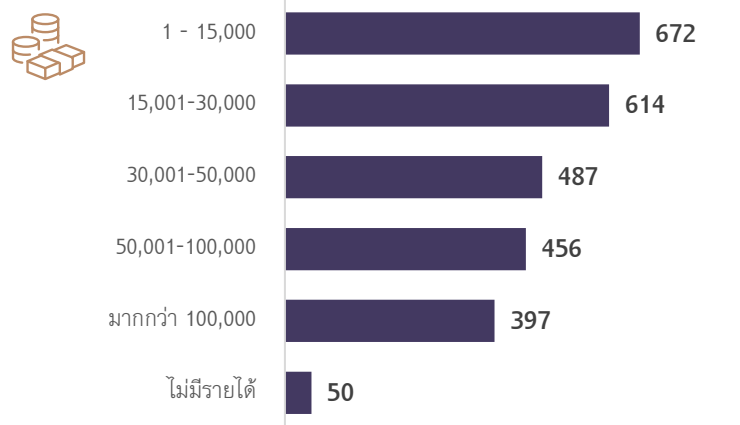
ที่อยู่อาศัย



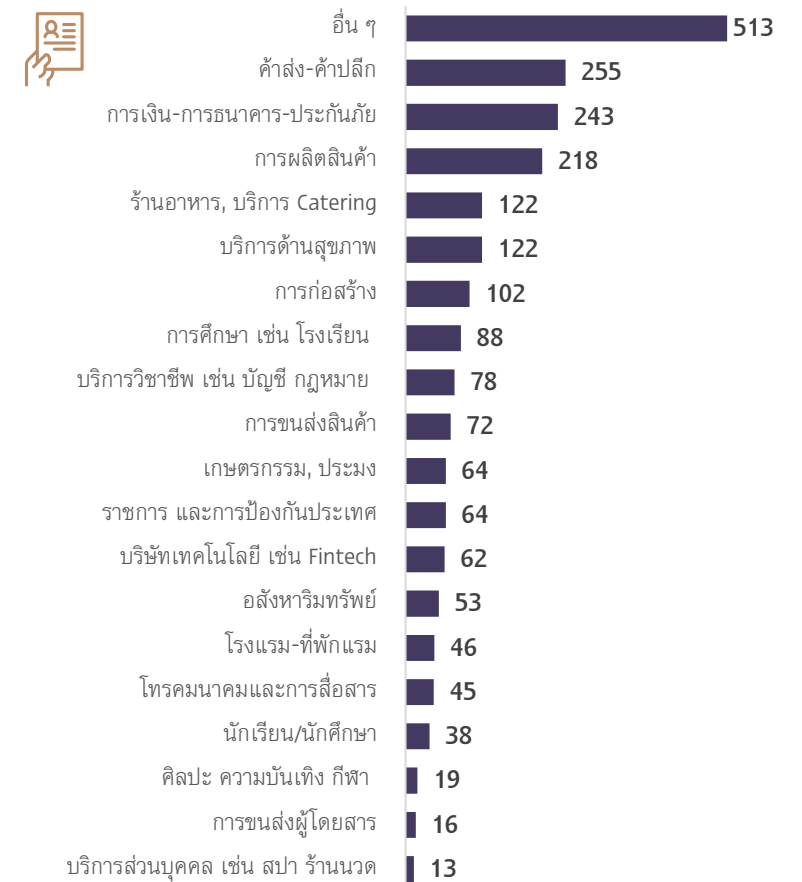
อาชีพปัจจุบัน



รายได้เฉลี่ยต่อเดือน



สาขาธุรกิจของอาชีพปัจจุบัน*



ภาพรวมคนไทย
พร้อมเที่ยว

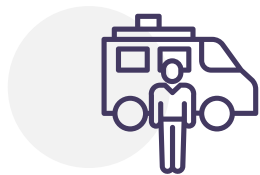


การท่องเที่ยวเป็น หนึ่งในกิจกรรม ยอดนิยมของชาวไทย

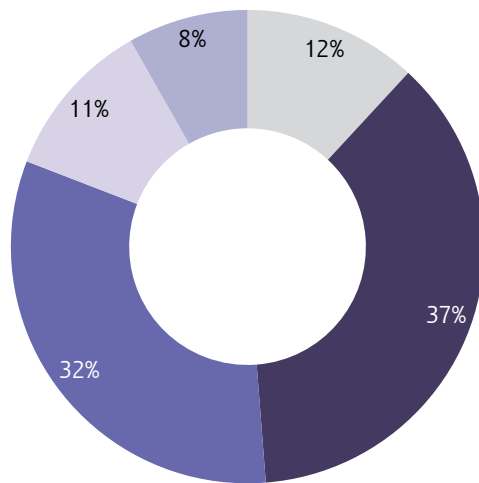
โดยในช่วงปี 2018-2019 ก่อน
วิกฤต COVID-19 นักท่องเที่ยว
ชาวไทยกว่าครึ่งเที่ยวในประเทศ
อย่างน้อย 3 ครั้งต่อปี และราว
40% เดินทางเที่ยวต่างประเทศ
อย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี

คำถาม : ในช่วง 1-2 ปี ก่อนเกิด COVID-19 ปกติคุณเดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้งต่อปี?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม



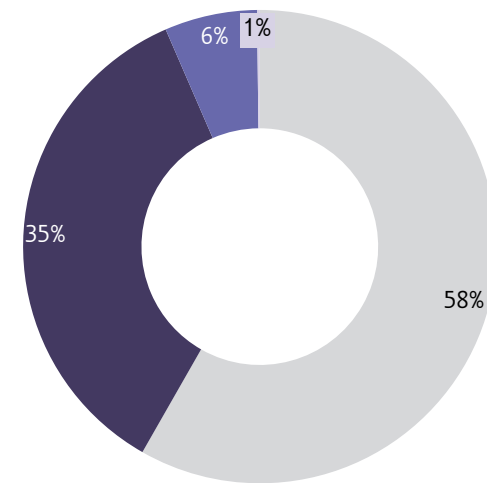
ท่องเที่ยวภายในประเทศ



0 ครั้ง 1-2 ครั้ง 3-5 ครั้ง 6-10 ครั้ง มากกว่า 10 ครั้ง



ท่องเที่ยวต่างประเทศ



0 ครั้ง 1-2 ครั้ง 3-5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง

เทรนด์การเดินทาง ท่องเที่ยวทั้งภายใน ประเทศและต่างประเทศ ใน 6 เดือนข้างหน้า ของชาวไทยมีแนวโน้ม เพิ่มมากขึ้น

โดยเฉพาะการท่องเที่ยวต่างประเทศ
ที่เร่งตัวขึ้นจากการผ่อนคลาย
มาตรการเดินทางทั้งของไทยและ
ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

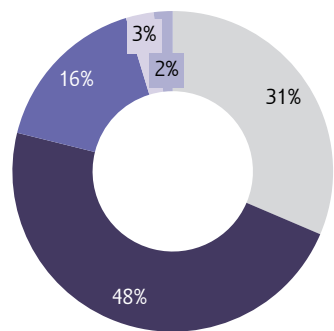
คำถาม : ใน 6 เดือนข้างหน้า คุณวางแผนว่าจะเดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้ง?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉพาะในช่วงปี 2018-2019 เดินทางไปเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้งในแต่ละกลุ่ม

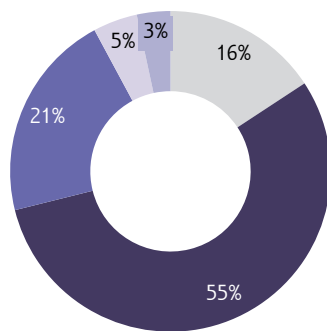


แนวโน้มการท่องเที่ยวภายในประเทศ

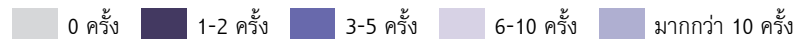
ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา



แนวโน้มในอีก 6 เดือนข้างหน้า

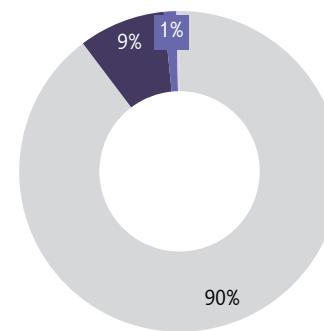


84% วางแผน
เดินทางในประเทศ

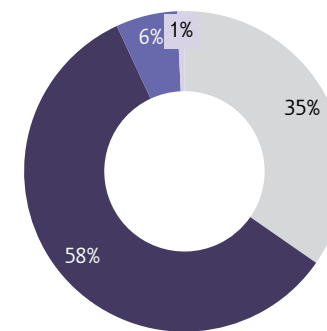


แนวโน้มการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา



แนวโน้มในอีก 6 เดือนข้างหน้า



65% วางแผน
เดินทางต่างประเทศ



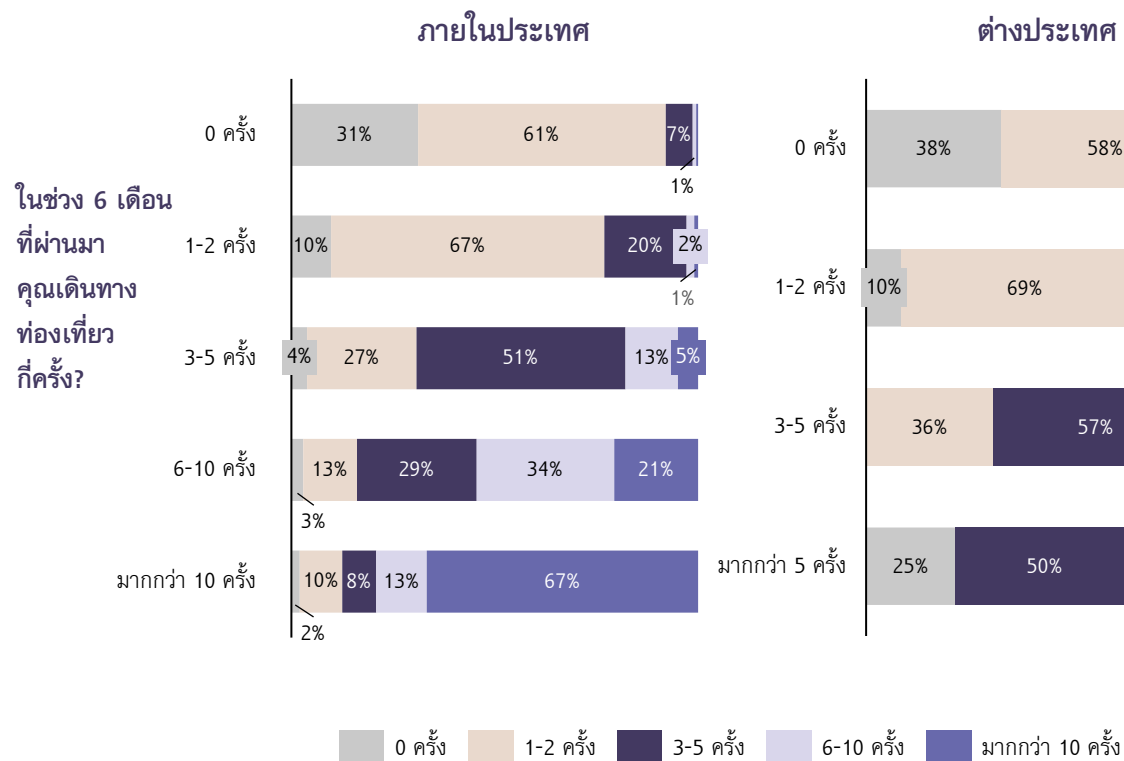
กลุ่มนักท่องเที่ยวประจำจะยังคงเป็นกลุ่มหลักที่เดินทางต่อเนื่องในปริมาณใกล้เคียงเดิม

โดยนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวมาแล้วใน 6 เดือนที่ผ่านมา มีแนวโน้มเที่ยวต่อในอีก 6 เดือนข้างหน้า อีกทั้ง ผู้ที่วางแผนไปต่างประเทศยังเตรียมเที่ยวในประเทศเท่าเดิมหรือมากขึ้น

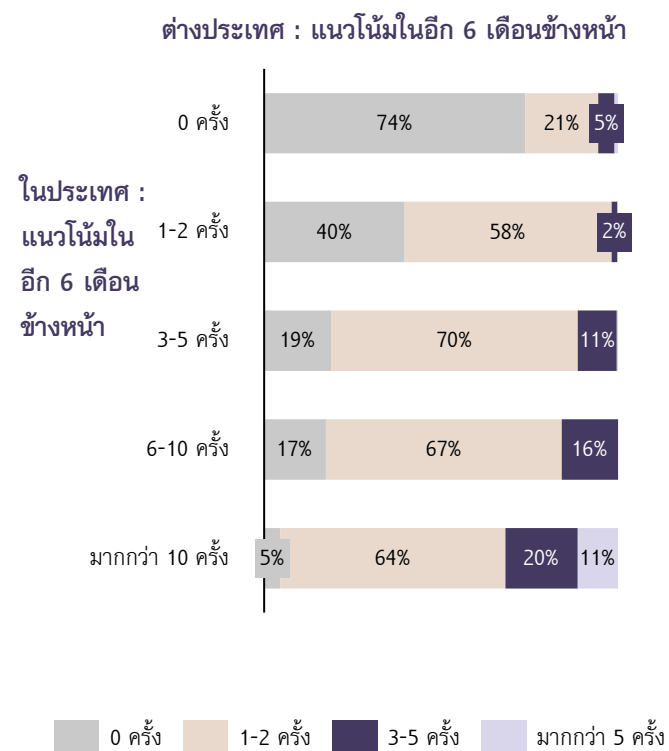
คำถาม : ใน 6 เดือนข้างหน้า คุณวางแผนว่าจะเดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้ง?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉพาะในช่วงปี 2018-2019 เดินทางไปเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้งในแต่ละกลุ่ม

แนวโน้มในอีก 6 เดือนข้างหน้า

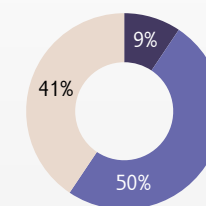


ในประเทศ VS ต่างประเทศ



กลุ่มนักท่องเที่ยวที่วางแผนเที่ยวในประเทศมากขึ้นก็มีแนวโน้มเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน โดยราว 90% ของนักท่องเที่ยวที่วางแผนเที่ยวต่างประเทศก็ยังคงเที่ยวในประเทศเท่าเดิมหรือมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการเที่ยวในประเทศของผู้วางแผนไปต่างประเทศ (ระหว่าง 6 เดือนหน้า กับ 6 เดือนก่อน)



■ ลดลง ■ เท่าเดิม ■ มากขึ้น

อาหารรายได้ลดลง และอาหารรายได้ไม่พอจ่ายมีแนวโน้มกดดันภาคท่องเที่ยว

โดยผู้ประสบปัญหาหนี้แนวโน้มท่องเที่ยวน้อยกว่า อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่ยังเดินทางอย่างน้อย 1 ครั้งทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

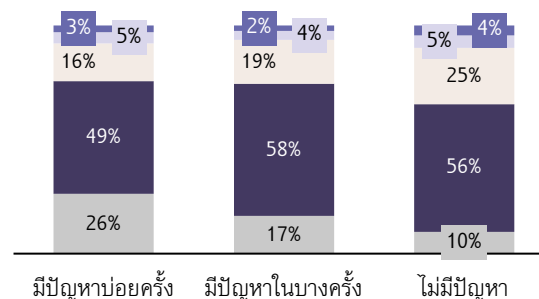
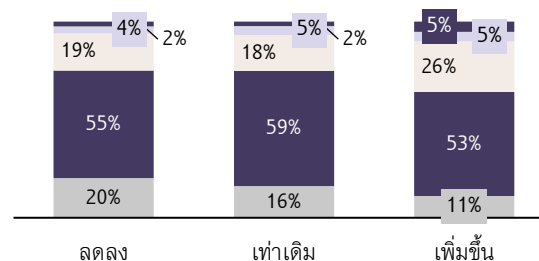
คำถาม : ใน 6 เดือนข้างหน้า คุณวางแผนว่าจะเดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้ง? จำแนกตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของรายได้กับปัญหา รายได้ไม่พอจ่าย

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉพาะในช่วงปี 2018-2019 เดินทางไปเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้งในแต่ละกลุ่ม

แนวโน้มการท่องเที่ยวภายในประเทศ

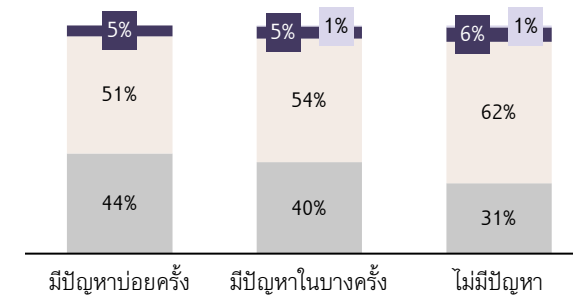
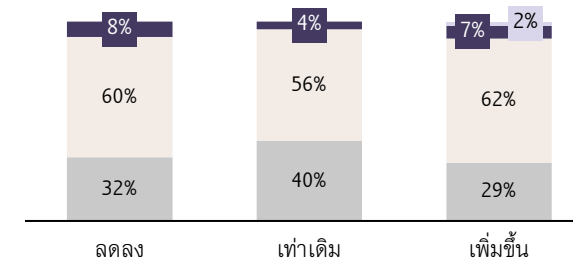
รายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าของคุณ จะเปลี่ยนแปลงอย่างไรเทียบกับปัจจุบัน?

ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา คุณมีปัญหา รายได้ไม่พอกับรายจ่ายหรือไม่?



0 ครั้ง 1-2 ครั้ง 3-5 ครั้ง 6-10 ครั้ง มากกว่า 10 ครั้ง

แนวโน้มการท่องเที่ยวต่างประเทศ



0 ครั้ง 1-2 ครั้ง 3-5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง

เจาะลึกพฤติกรรม
นักท่องเที่ยว
ภายในประเทศ

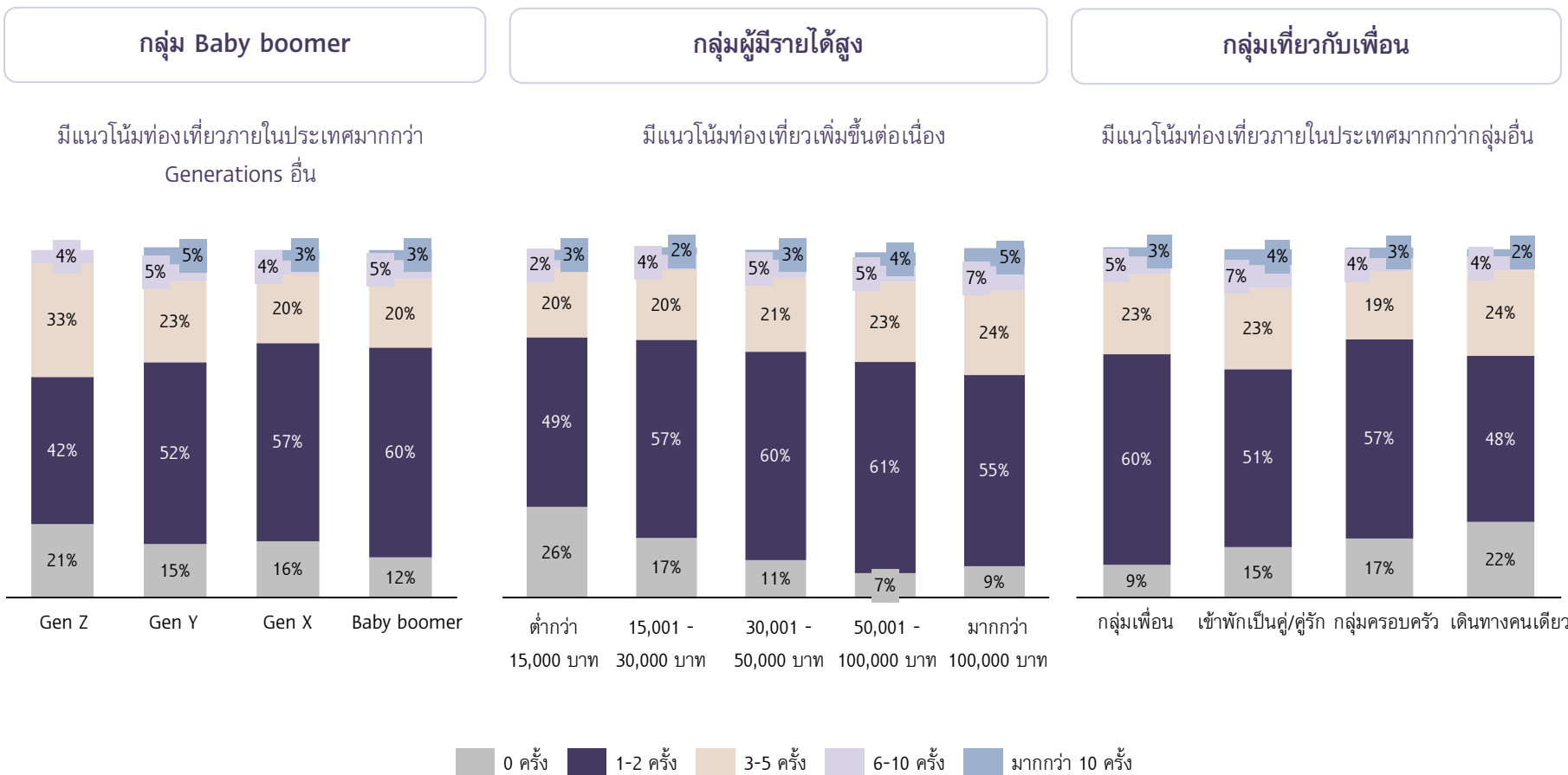


การเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศยังมี แนวโน้มเพิ่มขึ้น ต่อเนื่อง

โดยเฉพาะจากกลุ่ม Baby boomer กลุ่มผู้มีรายได้สูง และกลุ่มเที่ยวกับเพื่อน

คำถาม : ใน 6 เดือนข้างหน้า คุณวางแผนว่าจะเดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้ง?

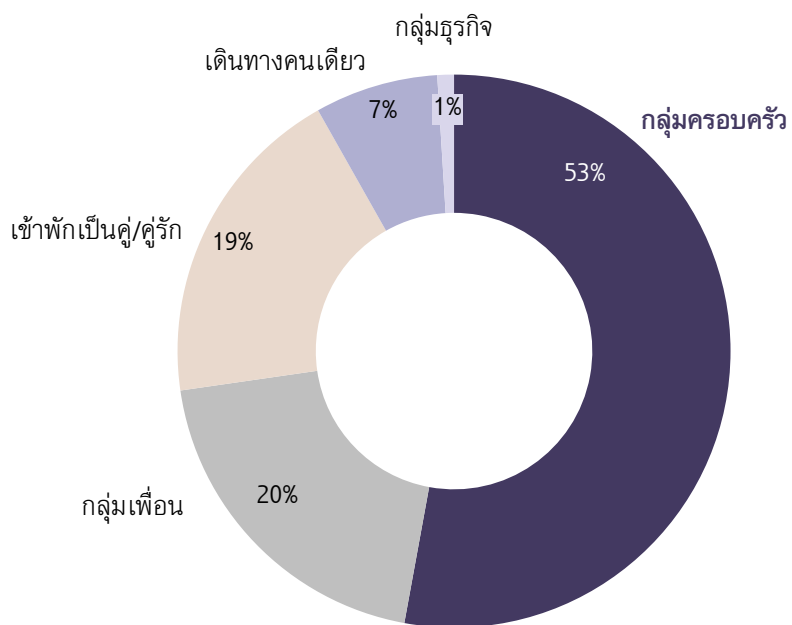
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉพาะในช่วงปี 2018-2019 เดินทางไปเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้งในแต่ละกลุ่ม



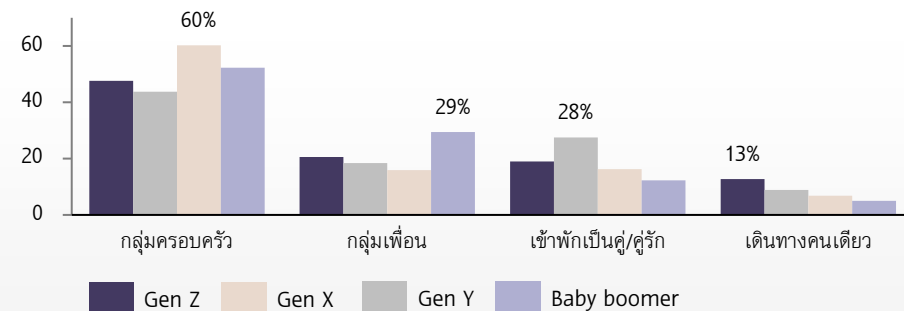
นักท่องเที่ยวมากกว่า 50% เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว โดยเฉพาะ Gen X ส่วนนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่อย่าง Gen Y และ Gen Z มีแนวโน้มเดินทางคนเดียวมากขึ้น และกลุ่ม Baby boomer กับกลุ่มคนโสดจะเน้นท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนมากกว่าทั่วไป

คำถาม : สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ โดยปกติคุณเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มใด

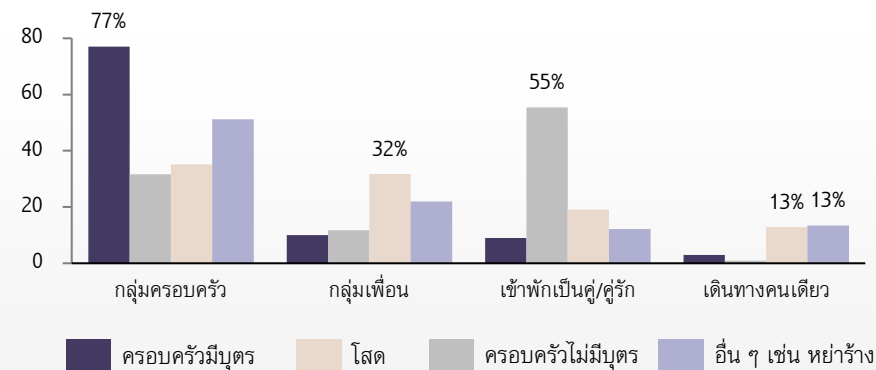
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม (แกนชาย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนขวา)



- กลุ่ม Gen Z เริ่มเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมากขึ้น
- กลุ่ม Gen Y เดินทางเที่ยวเป็นคู่/คู่รักมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ
- กลุ่ม Baby boomer ราว 30% เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน



- กลุ่มคนโสด มากกว่า 30%เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนโดยเฉพาะกลุ่ม LGBTQIA+ มีสัดส่วนมากถึง 35% อีกทั้ง หนุ่มโสดเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมีมากกว่าหญิงโสดถึงเท่าตัว



นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวในประเทศเพื่อพักผ่อนเป็นหลัก

ถัดมาเป็นการไปทำบุญไหว้พระ และการไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งนี้ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มทั้งในด้านเจเนอเรชันและกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน

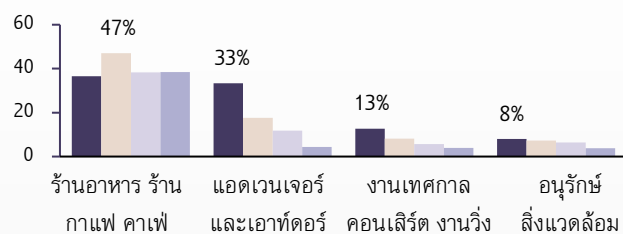
คำถาม : สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของคุณคืออะไร? (เลือกตอบได้ไม่เกิน 5 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม (แกนชาย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนขวา)

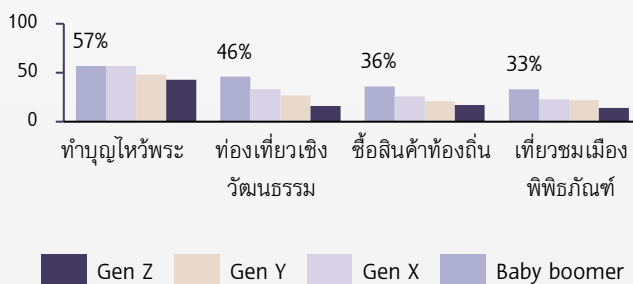


Generations

- กลุ่ม Gen Y ชอบไปร้านอาหาร คาเฟ่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ
- กลุ่ม Gen Z ชอบทำกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

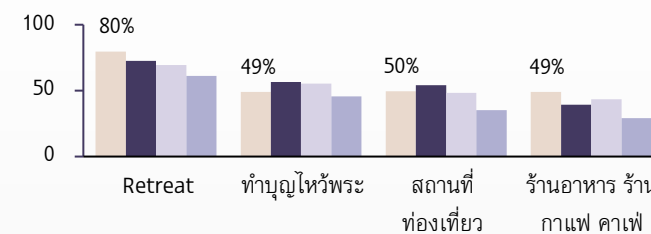


- กลุ่ม Baby boomer และ Gen X นิยมไปทำบุญไหว้พระ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และซื้อสินค้าที่ระลึกสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ

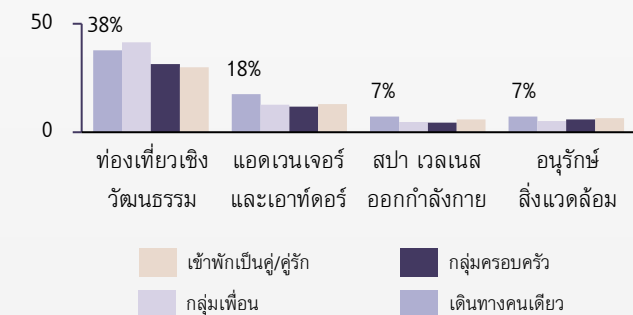


กลุ่มนักท่องเที่ยว

- กลุ่มเข้าพักเป็นคู่/คู่รัก และกลุ่มครอบครัว นิยมพักผ่อน ทำบุญไหว้พระ ไปสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหาร คาเฟ่



- กลุ่มเที่ยวกับเพื่อนและกลุ่มเดินทางคนเดียว เน้นทำกิจกรรมหลากหลาย



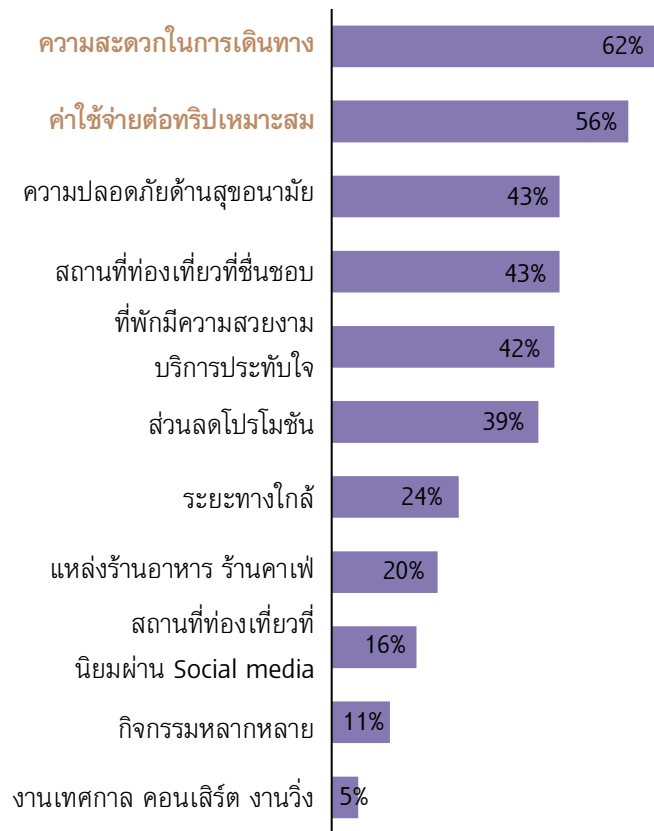
ความสะดวกในการเดินทางและค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมเป็น 2 ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

แม้นักท่องเที่ยวทั่วไปจะให้ความสำคัญกับความหลากหลายของกิจกรรมค่อนข้างน้อย แต่ยังมีนักท่องเที่ยว Gen Z ราว 25% สนใจทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

แม้นักท่องเที่ยวทั่วไปจะให้ความสำคัญกับความหลากหลายของกิจกรรมค่อนข้างน้อย แต่ยังมีนักท่องเที่ยว Gen Z ราว 25% สนใจทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

คำถาม : สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคุณคืออะไร? (เลือกได้ไม่เกิน 5 ข้อ)

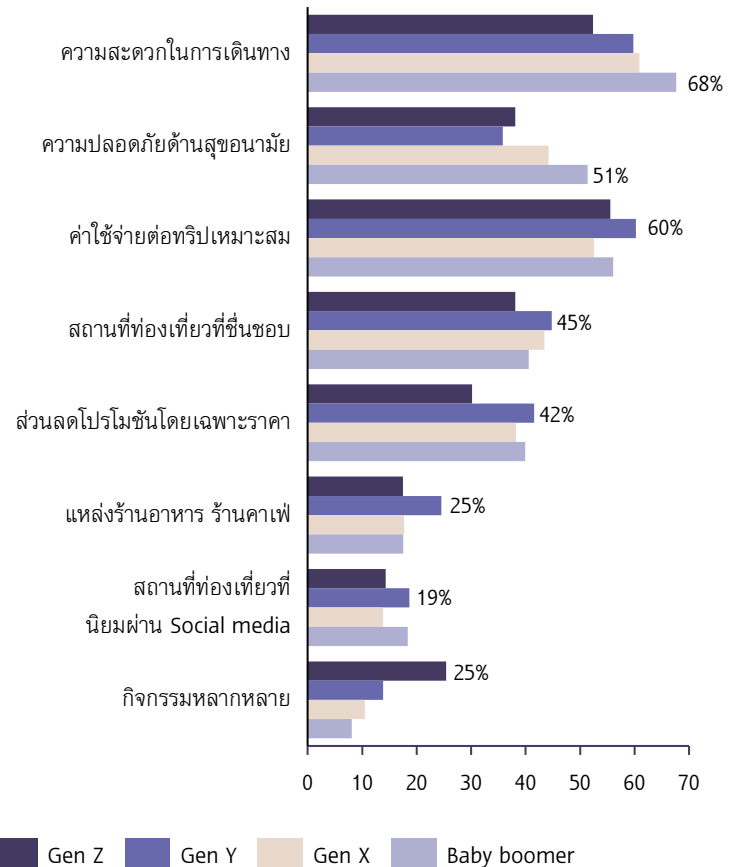
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม (แกนชาย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนขวา)



กลุ่ม Baby boomer ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางแต่ยังมีความกังวลในความปลอดภัยด้านสุขอนามัยอยู่ค่อนข้างสูง

กลุ่ม Gen Y มีปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวทั้งค่าใช้จ่ายและโปรโมชั่น อีกทั้ง ชอบเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากร้านอาหารอร่อย ร้านกาแฟ และจากสื่อ Social media ค่อนข้างสูง

กลุ่ม Gen Z สนใจทำกิจกรรมหลากหลายเป็นพิเศษ



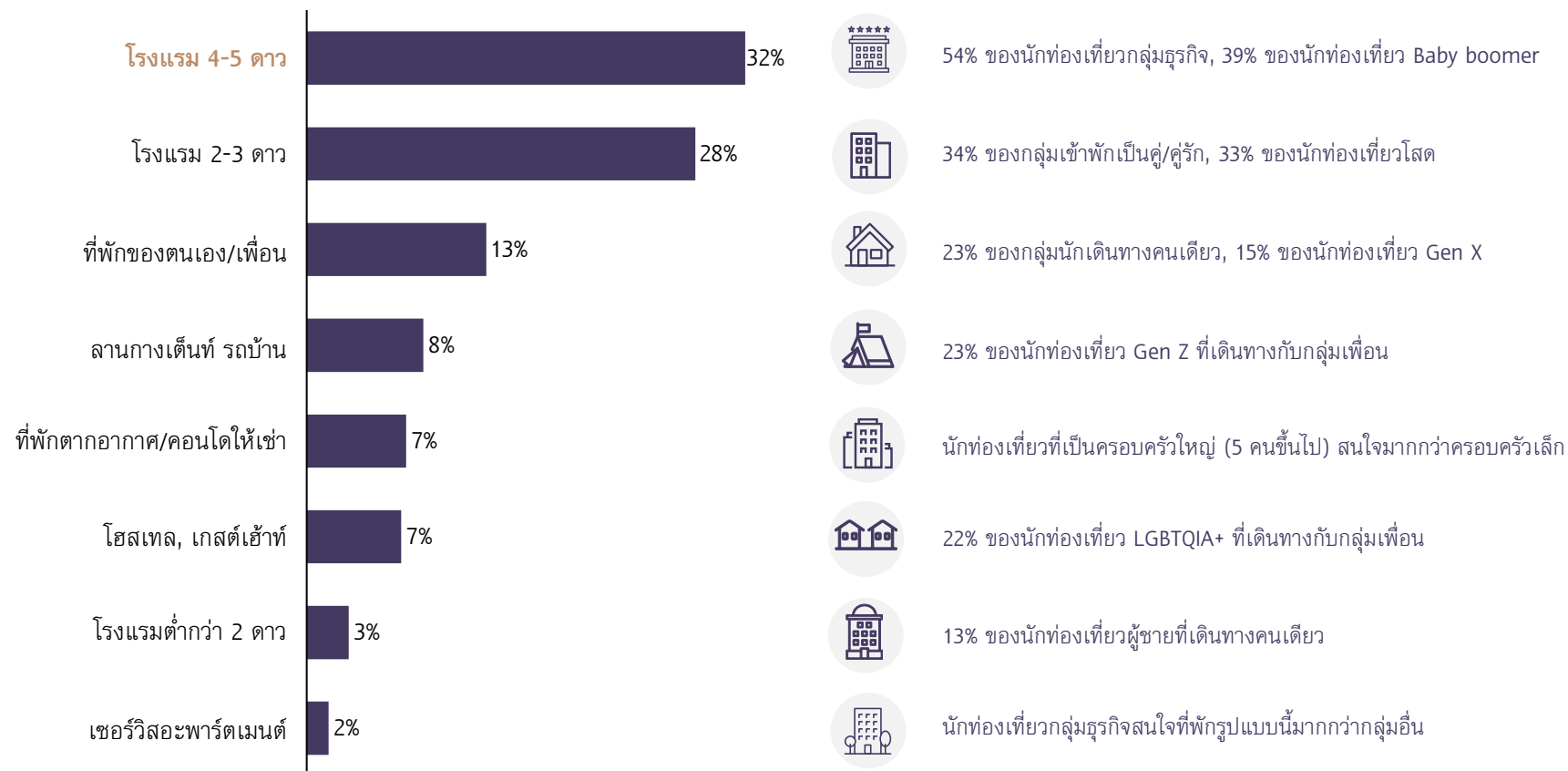
- เพียง 9% ของนักท่องเที่ยวเดินทางคนเดียวเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากความนิยมทาง Social media
- นักท่องเที่ยวมักเป็นคู่/คู่มากถึง 50% ให้ความสำคัญกับความสวยงามของที่พักและการบริการที่ประทับใจ

โรงแรมระดับ 4-5 ดาว ยังเป็นรูปแบบที่พักที่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการ

ขณะที่ ที่พักที่มีลักษณะเฉพาะตัว
เช่น ลานกางเต็นท์ ที่พัก
ตากอากาศจะได้รับความสนใจ
จากนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

คำถาม : สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ โดยส่วนใหญ่คุณเลือกที่พักในกลุ่มใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม

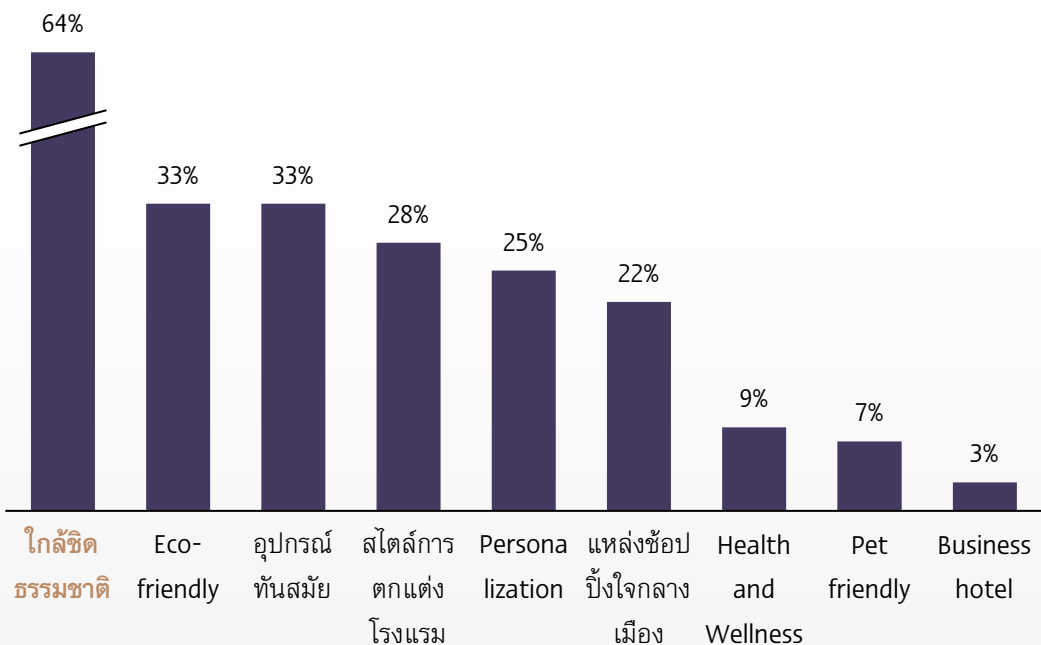


64% ของนักท่องเที่ยวเลือกแหล่งที่พักที่ใกล้ธรรมชาติเพื่อการพักผ่อน

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยว 1 ใน 3 ยังมองหาที่พักที่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมหรือที่พักที่มีอุปกรณ์ทันสมัย

คำถาม : สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ คุณเลือกที่พักที่มีลักษณะใดดังต่อไปนี้? (เลือกได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

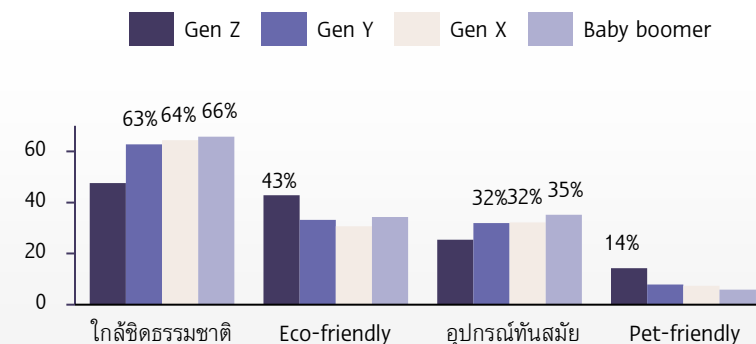
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม (แกนชาย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนขวา)



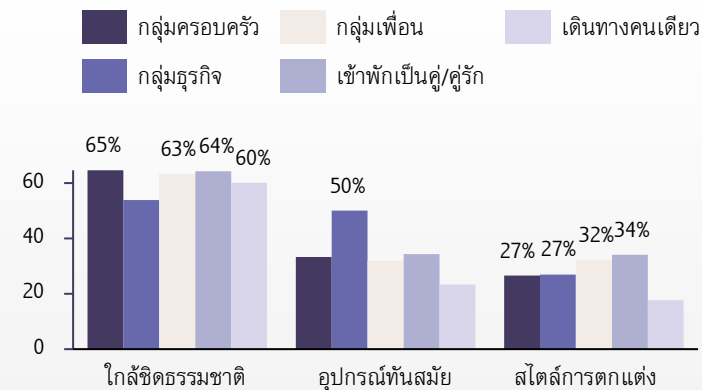
- 45% ของนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าโรงแรมระดับ 4-5 ดาวจะมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย
- 26% ของนักท่องเที่ยวกลุ่มคนโสดเลือกที่พักที่ตั้งใกล้แหล่งช้อปปิ้งใจกลางเมืองเพื่อความสะดวกในการเดินทาง
- 15% ของนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจเลือกพัก Business hotel



- กลุ่ม Gen Z ให้ความสำคัญกับที่พัก Eco-friendly และ Pet-friendly แต่ไม่เน้นอุปกรณ์ทันสมัยและใกล้ชิดธรรมชาติเท่ากลุ่มอื่น



- กลุ่มธุรกิจ จะให้ความสำคัญกับที่พักที่มีอุปกรณ์ทันสมัยแต่ไม่เน้นใกล้ชิดธรรมชาติเท่ากับกลุ่มอื่น
- กลุ่มเดินทางคนเดียว ไม่เน้นที่พักที่มีการตกแต่งสวยงามเท่ากับกลุ่มอื่น

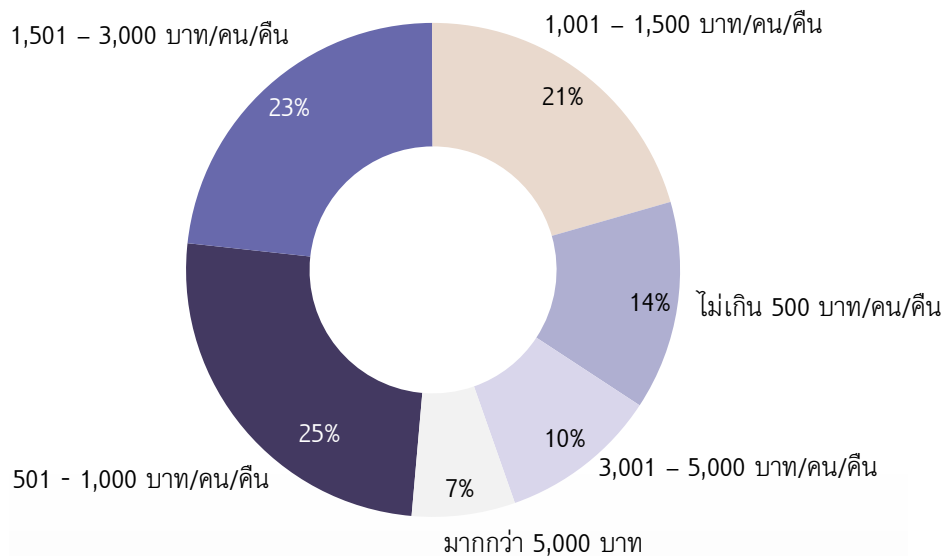


นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีงบประมาณด้านที่พัก อยู่ที่ 500-1,500 บาท/คน/คืน และใช้เวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 วันต่อทริป

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวผู้ชายมีแนวโน้มเตรียมงบประมาณด้านที่พักสูงกว่านักท่องเที่ยวผู้หญิง

คำถาม : สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ คุณมีงบประมาณในการใช้จ่ายด้านที่พักเท่าไร? (ต่อคนต่อคืน)

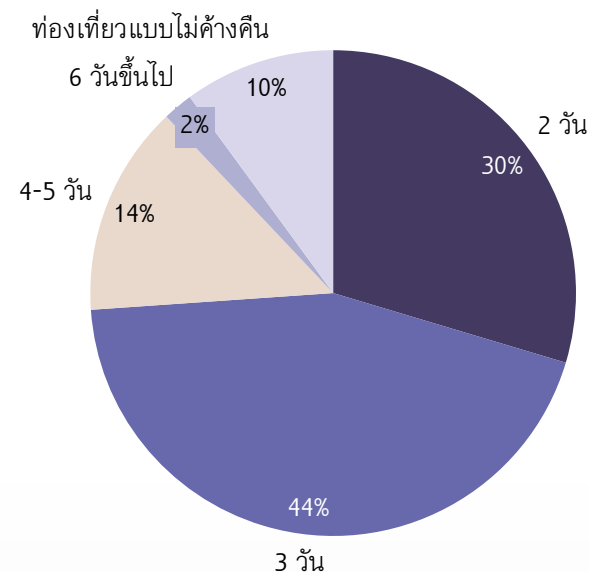
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม



- 44% ของนักท่องเที่ยว Gen Z มีงบประมาณด้านที่พักต่ำกว่า 1,000 บาท/คน/คืน
- 20% ของนักท่องเที่ยวผู้ชายมีงบประมาณด้านที่พักมากกว่า 3,000 บาท/คน/คืน ขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงมีสัดส่วนเพียง 15%
- 55% ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพื่อนมีงบประมาณด้านที่พักต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/คืน

คำถาม : สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ โดยส่วนใหญ่คุณใช้เวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อทริปนานเท่าไร?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม

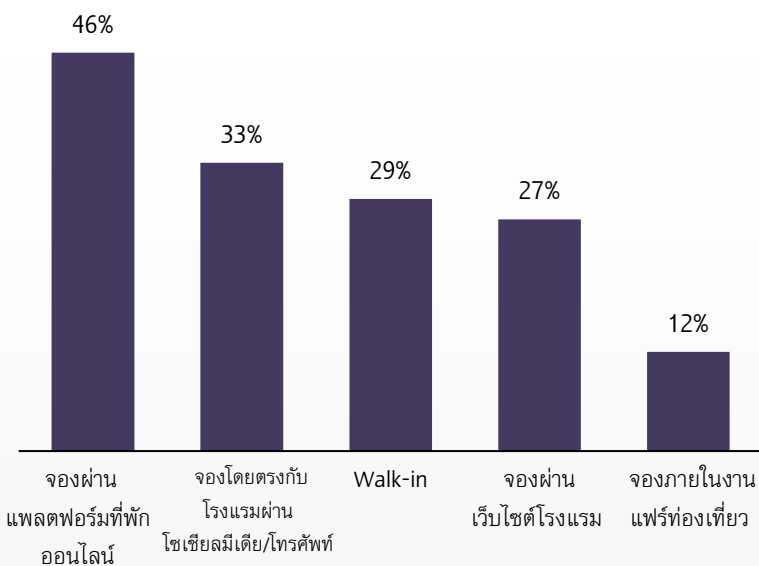


- 20% ของนักท่องเที่ยว Gen Z และ 22% ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางคนเดียวท่องเที่ยวแบบไม่ค้างคืน
- 20% ของนักท่องเที่ยว LGBTQIA+ ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 4 วันขึ้นไป

แม้การจองที่พักออนไลน์ผ่านผู้ให้บริการจะเข้ามามีบทบาทสูงที่สุด แต่การจองที่พักโดยตรงกับผู้ประกอบการโรงแรม ไม่ว่าจะผ่านทาง Social media, โทรศัพท์ หรือทางเว็บไซต์ ก็เป็นที่นิยมเช่นเดียวกัน

คำถาม : สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยปกติคุณจองที่พักผ่านช่องทางใด? (ไม่รวมโครงการเราเที่ยวด้วยกัน และเลือกได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม (แกนชาย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนขวา)



- 46% ของนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจจองที่พักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม
- 45% ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางคนเดียวเข้าพักโดยไม่ได้จองล่วงหน้า โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวหนุ่มโสดที่มีสัดส่วนมากถึง 32%

ช่องทางการจองที่พักตามที่พักในแต่ละกลุ่ม

	จองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	จองโดยตรงกับโรงแรม	จองผ่านเว็บไซต์โรงแรม	จองภายในงานแฟร์ท่องเที่ยว	Walk-in
โรงแรม 4-5 ดาว	61%	39%	41%	16%	10%
โรงแรม 2-3 ดาว	57%	35%	25%	10%	22%
โรงแรมต่ำกว่า 2 ดาว	57%	31%	29%	17%	19%
โฮสเทล เกสต์เฮ้าส์	37%	35%	20%	8%	37%
ที่พักตากอากาศ/คอนโดให้เช่า	32%	32%	23%	7%	39%
เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	23%	17%	23%	15%	44%
ลานกางเต็นท์ รถบ้าน	17%	31%	12%	7%	60%

จับกระแส
นักท่องเที่ยวไทย
ไปเที่ยวต่างประเทศ

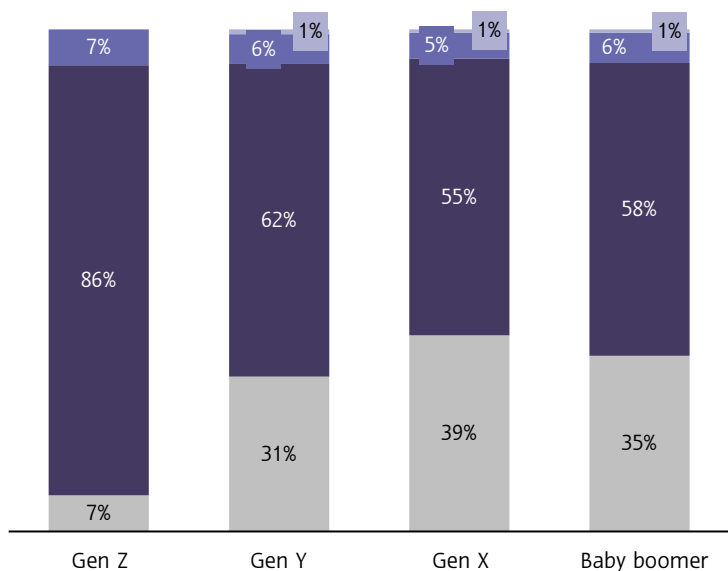


การท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวไทยมีแนวโน้มเร่งตัวขึ้นหลังจากการคลายมาตรการเดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก โดยกลุ่ม Gen Z กลุ่ม Gen Y และกลุ่มผู้มีรายได้สูงมีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่จะเริ่มเดินทางก่อน

คำถาม : ใน 6 เดือนข้างหน้า คุณวางแผนว่าจะเดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้ง?

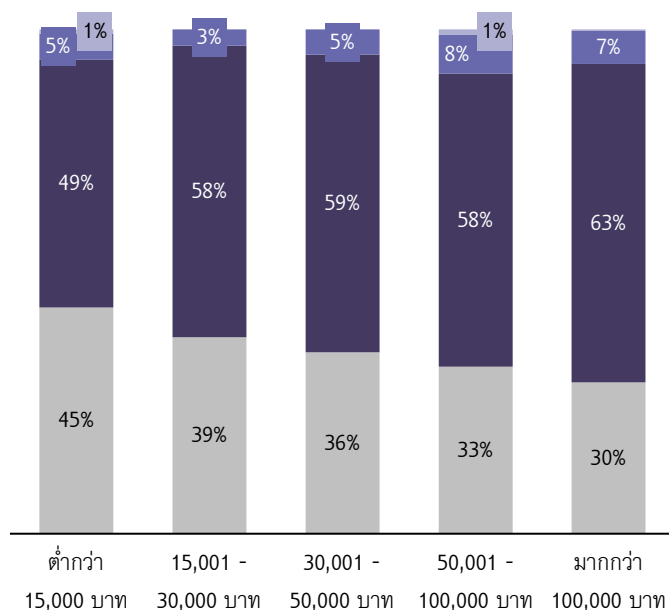
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม เฉพาะในช่วงปี 2018-2019 เดินทางไปเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้งในแต่ละกลุ่ม (แกนชาย,แกนขวา)

จำแนกตามกลุ่ม Generation



- นักท่องเที่ยวในกลุ่ม Gen Z กับ Gen Y มีแนวโน้มท่องเที่ยวในต่างประเทศสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ
- กลุ่ม Baby boomer กับ Gen X มีแนวโน้มเริ่มเดินทางทีหลัง โดยอาจเป็นผลจากความกังวลต่อ COVID-19 ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้สูงอายุและครอบครัวที่มีลูกเล็ก รวมถึงจากปัญหาสุขภาพ

จำแนกตามกลุ่มรายได้



- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น ทั้งในแง่สัดส่วนของจำนวนผู้วางแผนเดินทางและจำนวนครั้งในการเที่ยว

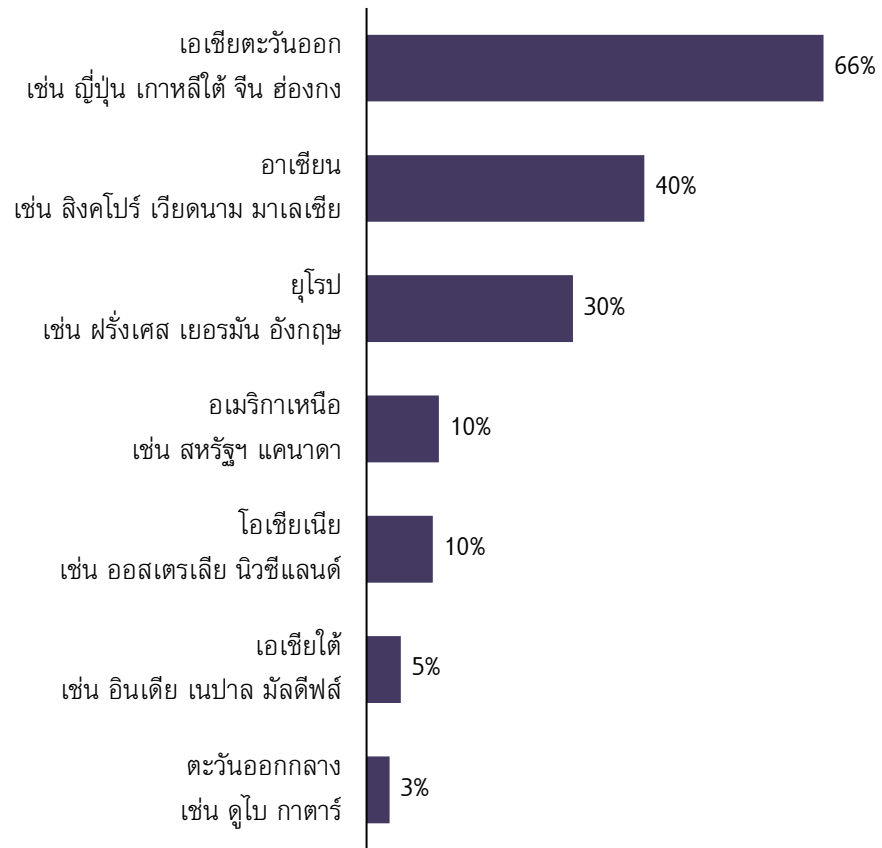
0 ครั้ง 1-2 ครั้ง 3-5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง

0 ครั้ง 1-2 ครั้ง 3-5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง

3 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของชาวไทยยังคงเป็นโซนเอเชียตะวันออก โซนอาเซียน และยุโรป ทั้งนี้โซนเอเชียตะวันออกเป็นเป้าหมายของชาวไทยทุกกลุ่มไม่ว่าจะแบ่งตาม Generations หรือกลุ่มรายได้ใดก็ตาม

คำถาม : หากคุณมีแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยว คุณจะเดินทางไปประเทศในโซนใด? (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

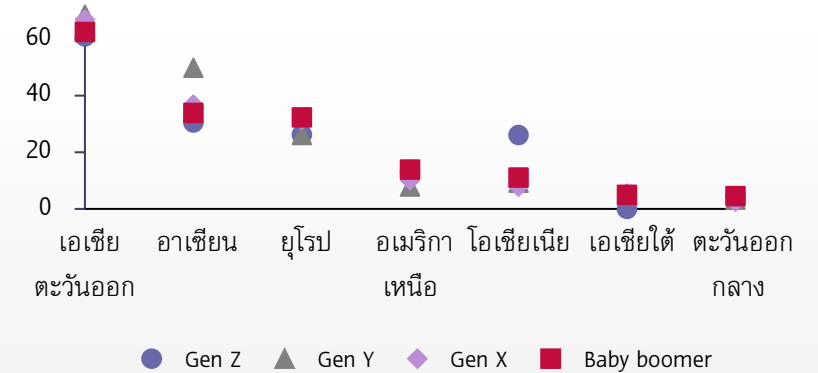
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่มีแผนท่องเที่ยวต่างประเทศ (แกนชาย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่มีแผนท่องเที่ยวต่างประเทศในแต่ละกลุ่ม (แกนขวา)



Generations

พฤติกรรมที่แต่ละกลุ่มนิยมสูงกว่ากลุ่มอื่น

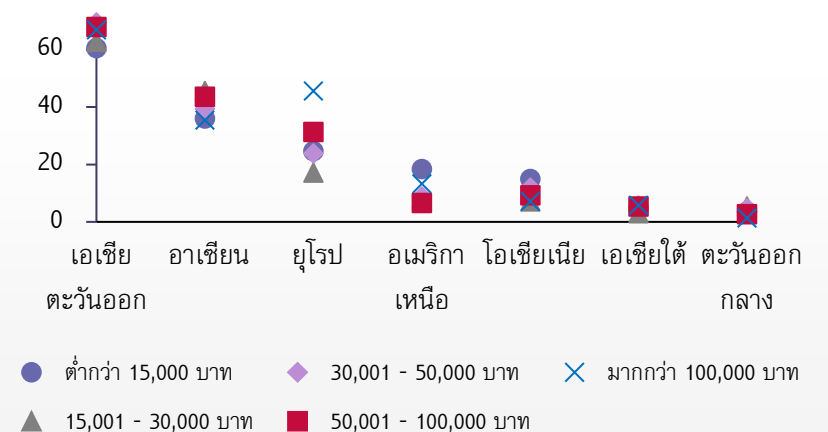
- ทุก Generations นิยมไปเอเชียตะวันออก
- กลุ่ม Gen Y นิยมไปเที่ยวในอาเซียนสูงกว่า
- กลุ่ม Gen Z นิยมไปโอเชียเนียมากกว่า



กลุ่มรายได้

พฤติกรรมที่แต่ละกลุ่มนิยมสูงกว่ากลุ่มอื่น

- ทุกกลุ่มรายได้นิยมไปเที่ยวเอเชียตะวันออก
- กลุ่มรายได้ 15,000-30,000 บาท กับ 50,000-100,000 บาท นิยมเที่ยวในอาเซียนสูงกว่ากลุ่มอื่น
- กลุ่มรายได้สูงกว่า 100,000 บาท นิยมไปเที่ยวในยุโรปสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ

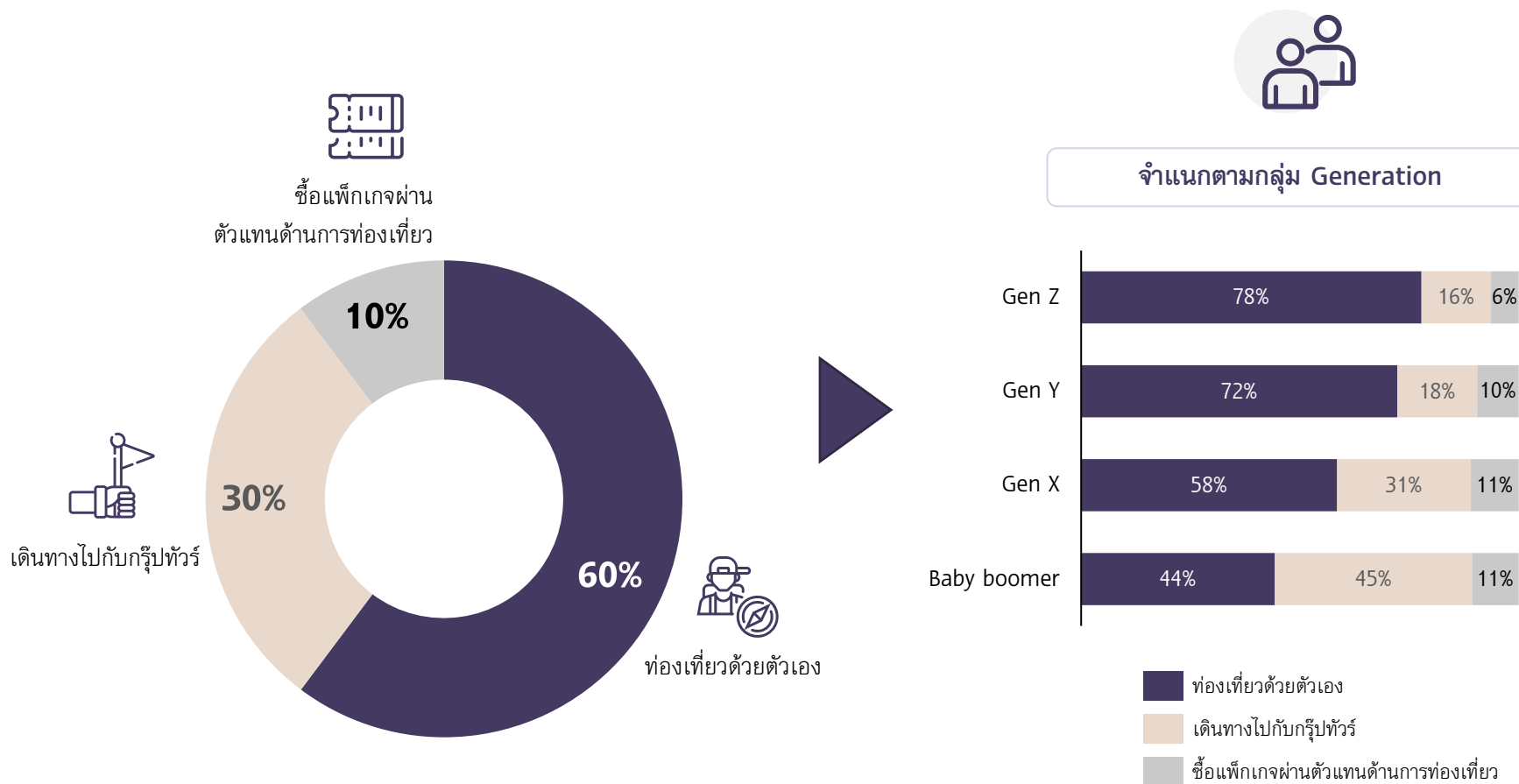


ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เลือกวางแผน เดินทางท่องเที่ยว ต่างประเทศ ด้วยตนเองเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม การใช้บริการ
กรุ๊ปทัวร์ก็ยังคงเป็นที่นิยม
ในกลุ่ม Gen X กับ Baby boomer

คำถาม : โดยส่วนใหญ่คุณวางแผนในการท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยวิธีใด?

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม (แกนชาย), % ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม (แกนขวา)





Main / takeaways

Main takeaways

จากผลการสำรวจผู้บริโภคของ EIC พบข้อสรุปที่มีนัยเชิงธุรกิจด้วยกัน 7 ประเด็นดังต่อไปนี้

1

3 แกนหลักด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยที่ธุรกิจท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญ ได้แก่ พักผ่อน สะดวก ปลอดภัย โดยแม้ว่าเมกะเทรนด์ในด้านต่าง ๆ เช่น วิกฤต COVID-19, ดิจิทัลดิสรักชัน, ปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (ESG) จะส่งผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยวต้องเร่งปรับตัวในหลายด้าน แต่ความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน 1. การพักผ่อน 2. ความสะดวกในการเดินทาง และ 3. ที่พักปลอดภัย คาดว่ายังคงเป็น 3 ปัจจัยสำคัญที่ธุรกิจท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

2

กลยุทธ์การตลาดอย่างการโปรโมตออนไลน์และการจัดโปรโมชั่นเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น พร้อมทั้งดึงดูดให้เดินทางท่องเที่ยวท่ามกลางภาวะเงินเฟ้อ ปัจจุบันโลกออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและจองที่พัก โดยเฉพาะการทำคอนเทนต์ท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างเช่น การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การรีวิวที่พัก จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเร่งเข้ามาโปรโมตออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นพร้อมทั้งแข่งขันกับคู่แข่งได้ นอกจากนี้ ปัจจัยทางด้านราคายังคงเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจะฟื้นตัวได้ดีต่อเนื่อง แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ยังเปราะบางประกอบกับสถานการณ์เงินเฟ้อที่ยังอยู่ในระดับสูง อาจมีผลต่องบประมาณการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

3

การเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีความหลากหลายจะช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองและโฟกัสได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น วิกฤต COVID-19 ที่ผ่านมามีทำให้เกิดเทรนด์การท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น อีกทั้ง ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มยังมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว กลุ่ม Baby boomer กลุ่ม Gen Z เป็นต้น ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการและการเสนอขายแพ็คเกจที่มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจและสอดคล้องกับเทรนด์ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว



Main takeaways

จากผลการสำรวจผู้บริโภค
ของ EIC พบข้อสรุปที่มีนัยเชิง
ธุรกิจด้วยกัน 7 ประเด็น
ดังต่อไปนี้

4

การเน้นสร้างประสบการณ์ความทรงจำที่พิเศษแก่นักท่องเที่ยวจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน พร้อมทั้งตอบสนองพฤติกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีแนวโน้มใช้จ่ายเพื่อสร้างประสบการณ์มากกว่าที่พักที่เป็นแค่ห้องพักรธรรมดา โดยเริ่มตั้งแต่การตกแต่งที่พักให้สวยงาม มีสไตล์และเป็นเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อยกระดับการให้บริการดังเช่น การใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการบริการ การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อเสนอการบริการแบบ Personalization เป็นต้น รวมถึงการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น/เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือการจัดกิจกรรมร่วมกับท้องถิ่นเพื่อแสดงการอยู่ร่วมกับชุมชน

5

การใช้กลยุทธ์ Omni-channel จะช่วยเพิ่มช่องทางการขายให้หลากหลายสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ แม้ปัจจุบันจะมีผู้ให้บริการด้านที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เกิดขึ้นมากมายและเป็นอีกหนึ่งช่องทางหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ในการจองที่พัก แต่ช่องทางการติดต่อกับธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรงผ่านทาง Social media, ทางเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ และทางโทรศัพท์ยังเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงนักท่องเที่ยว ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงจำเป็นต้องพัฒนาและให้บริการผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้ช่องทางที่ตรงกับความต้องการได้มากที่สุด

6

การสร้างความมั่นใจและรักษามาตรฐานด้านสุขอนามัยอย่างต่อเนื่องจะช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกมาท่องเที่ยวมากขึ้น แม้สถานการณ์ COVID-19 ในประเทศจะดีขึ้นตามลำดับ แต่ยังมีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่ยังมีความกังวลในด้านความปลอดภัยทางสุขอนามัยทำให้หลีกเลี่ยงแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้คนพลุกพล่าน เช่น แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมทาง Social media และแหล่งท่องเที่ยวที่มีงานเทศกาล งานคอนเสิร์ต ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ยังมี Pent-up demand อยู่ค่อนข้างสูงจากข้อจำกัดที่เข้มงวดตามมาตรการควบคุมโรคในช่วงวิกฤตที่ผ่านมา

7

ธุรกิจท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อมต้องเดินไปด้วยกัน ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มมองหาที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะนักท่องเที่ยว Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามามีบทบาทต่อภาคการท่องเที่ยวในอนาคต ประกอบกับธุรกิจโรงแรมก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเพื่อลดการใช้พลังงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมหลายแห่งเริ่มลงทุนและจัดการธุรกิจให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น ระบบบริหารจัดการขยะโดยเฉพาะขยะเศษอาหารสู่ Zero food waste การปรับเปลี่ยนระบบแสงสว่างเป็นแบบประหยัดพลังงาน



คณะผู้จัดทำ



ดร.สมประวิณ มั่นประเสริฐ

รองผู้จัดการใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงาน Economic Intelligence Center (EIC)
และรองผู้จัดการใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงานกลยุทธ์องค์กร

✉ somprawin.manprasert@scb.co.th



ปราณิดา ศยามานนท์

ผู้อำนวยการฝ่าย Industry Analysis

✉ pranida.syamananda@scb.co.th



ดร.กมลมาลย์ แจ็งล้อม

นักวิเคราะห์อาวุโส

✉ kamonmarn.jaenglom@scb.co.th



บุญญภาพ ตันติปิฎก

นักวิเคราะห์

✉ punyapob.tantipidok@scb.co.th

SCBEIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER



WEBSITE

www.scbeic.com

up-to-date with email notification

LINE OFFICIAL ACCOUNT

Find us at : [@scbeic](https://www.facebook.com/scbeic)

CONTACT US

E-mail: eic@scb.co.th

INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING

SCB  | EIC