



ธุรกิจโรงแรมจะเดินต่ออย่างไร...

เมื่อนักท่องเที่ยวอาจไม่เหมือนเดิม

13 ธันวาคม 2022

ธุรกิจโรงแรมจะเดินต่ออย่างไร...เมื่อนักท่องเที่ยวอาจไม่เหมือนเดิม

KEY SUMMARY

แม้หลายประเทศจะทยอยผ่อนคลายมาตรการควบคุมโควิด-19 แล้ว แต่การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศไม่เท่ากัน ขึ้นกับช่วงเวลาการปลดล็อกการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งผลให้การฟื้นตัวของธุรกิจโรงแรมยังมีข้อจำกัด

มาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศในหลายประเทศทั่วโลกในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ธุรกิจโรงแรมต้องหันมาพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวไทยเป็นหลัก จากที่เคยต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเกือบ 40 ล้านคนในปี 2019 ลดลงเหลือไม่ถึง 1 ล้านคนในปี 2021 อย่างไรก็ดี ด้วยสถานการณ์โควิด-19 โลกที่ดีขึ้นเป็นลำดับ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น แต่เนื่องจากช่วงเวลาในการผ่อนคลายมาตรการของแต่ละประเทศนั้นแตกต่างกันจึงทำให้การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติไม่เท่ากัน ประกอบกับความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นอย่างความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครน การเปิดประเทศของจีนที่ยังไม่ชัดเจน และแนวโน้มการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกจึงอาจส่งผลให้ความรวดเร็วของการฟื้นตัวกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาไทยมีโอกาสเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

ปัจจัยเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นผลักดันให้ธุรกิจโรงแรมต้องหาโอกาสสร้างรายได้ที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งจากนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มใหม่และนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีบทบาทมากขึ้นในอนาคต

นักท่องเที่ยวยุโรป สหรัฐฯ และตะวันออกกลาง เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มเดินทางมาไทยมากขึ้นในระยะข้างหน้า เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีจำนวนผู้เดินทางออกนอกประเทศสูงและยังมีสัดส่วนการเดินทางมาไทยค่อนข้างน้อย จึงถือเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจโรงแรมในการสร้างรายได้จากการขยายกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ประกอบการอาจต้องศึกษาพฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเพื่อนำมาออกแบบการบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการให้ตรงจุดมากที่สุด นอกจากการขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่แล้วในระยะข้างหน้านักท่องเที่ยวรุ่นใหม่จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในภาคการท่องเที่ยวมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y และ Gen Z ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่จะมีกำลังซื้อสูงขึ้นเรื่อย ๆ และยังให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมากกว่าคนรุ่นก่อน อีกทั้ง ยังมีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีและใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมในการวางแผนทางการตลาดและปรับกลยุทธ์เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ด้วย

ความทันสมัย ความยั่งยืน ความอยู่ดีมีสุข และความเป็นเอกลักษณ์ เป็น 4 เทรนด์หลักของการท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ธุรกิจโรงแรมต้องปรับตัวรับมือในระยะข้างหน้า

1.ความทันสมัย นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการได้รับบริการโรงแรมผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้นเพื่อความสะดวกรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจโรงแรมหลายแห่งเริ่มนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มศักยภาพในการบริการและตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น อีกทั้ง **2.ความยั่งยืน** กระแสรักษ์สิ่งแวดล้อมและดูแลสังคมถูกพูดถึงอย่างต่อเนื่องทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวหันมาใส่ใจเรื่องความยั่งยืนมาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พัก **3. ความอยู่ดีมีสุข** การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากผู้คนทั่วโลกหันมาหันมาใส่ใจสุขภาพให้กับตัวเอง ส่งผลให้ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีโอกาสดีขึ้นเรื่อยๆ รวมถึง **4. ความเป็นเอกลักษณ์** โดยนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางส่งผลให้การท่องเที่ยวที่มีรูปแบบเฉพาะตัวได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

ในช่วงการฟื้นตัว การสร้างจุดเด่นและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงนักท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่เดินทางมาไทยและกระตุ้นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดิมให้กลับมา ขณะที่ในระยะข้างหน้า ธุรกิจโรงแรมต้องมีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ

การสร้างจุดเด่นให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจที่จะเดินทางมาไทยอาจทำได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น การท่องเที่ยวเชิงพจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับธุรกิจสอดคล้องกับกระแสความนิยม เช่น โรงแรมรักษ์โลกหรือโรงแรมเพื่อคนรักสุขภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ การเพิ่มช่องทางการขายให้หลากหลายจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น อีกทั้ง ยังเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการรับบริการ ขณะที่ในระยะยาว หากธุรกิจมีความพร้อมในการปรับตัวตามสภาพการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนได้ทันก่วงก็ ก็จะช่วยลดความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นได้อีกในอนาคต ซึ่งการเข้าใจความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า จะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมสามารถยกระดับการบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายในแต่ละช่วงเวลา และสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าได้ตรงจุด อีกทั้ง ยังสามารถช่วยให้ธุรกิจสามารถจับสัญญาณการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นและเตรียมปรับกลยุทธ์ให้รับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันก่วงที่อีกด้วย

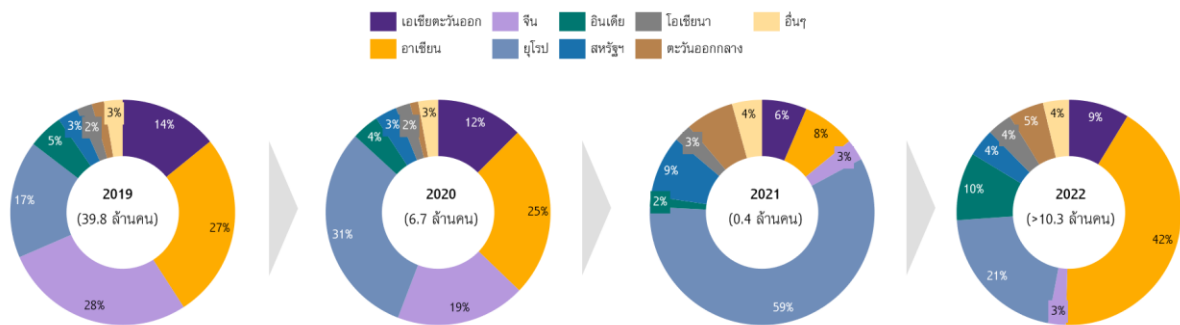
ในช่วงวิกฤตโควิด-19 นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ?

แม้การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวจะเริ่มเห็นสัญญาณบวกจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เริ่มกลับมาแล้ว แต่เห็นได้ชัดว่าในแต่ละปีนักท่องเที่ยวที่เข้ามามีการเปลี่ยนแปลงและแตกต่างจากที่เคยเป็นมา สถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมามีผลกระทบค่อนข้างรุนแรงกับธุรกิจโรงแรมจากการหายไปทันทีของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งเป็นผลจากมาตรการควบคุมและจำกัดการเดินทางในหลายประเทศทั่วโลก จากที่ธุรกิจโรงแรมเคยต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติราว 40 ล้านคนในปี 2019 ลดลงเหลือเพียงหมื่นคนเท่านั้นหลังพบการระบาดของโควิด-19 ในเดือนเมษายน 2020 ธุรกิจโรงแรมจึงต้องปรับตัวค่อนข้างมากและหันกลับมาพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวไทยเป็นหลักแทน

หลังจากสถานการณ์โควิด-19 โลกเริ่มดีขึ้นเป็นลำดับส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มออกเดินทางมากขึ้น แต่เนื่องจากการประกาศผ่อนคลายนโยบายของแต่ละประเทศเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่แตกต่างกันจึงทำให้อัตราการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติไม่เท่ากัน ประกอบกับความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมา มีโอกาสส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาไทยเปลี่ยนแปลงไปได้อีก อย่างเช่นความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนที่ส่งผลให้การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวรัสเซียต้องสะดุด ภาวะเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูงทั่วโลกที่ส่งผลต่อกำลังซื้อและงบประมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวบางส่วน และการเปิดประเทศของจีนที่ยังไม่ชัดเจน ทำให้ในแต่ละปีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามามีความแตกต่างจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด จากในปี 2019 นักท่องเที่ยวจีนและอาเซียนเคยเป็นกลุ่มหลักที่เดินทางมาไทยกลับกลายเป็นกลุ่มอาเซียนและยุโรปแทนตามด้วยอินเดียในปี 2022 อย่างไรก็ตาม แม้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวดีขึ้นจากจำนวนที่เร่งตัวขึ้นทะลุ 10 ล้านคน แต่ธุรกิจโรงแรมยังจำเป็นต้องพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นหลักอยู่ในช่วงที่นักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่กลับมาอยู่ที่จุดเดิมก่อนเกิดวิกฤตโควิด-19

รูปที่ 1 : การเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาไทยในปี 2019-2022*

หน่วย : %



หมายเหตุ : สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2022 ประเมินจากสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาไทยในเดือนมกราคม-ตุลาคม 2022

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

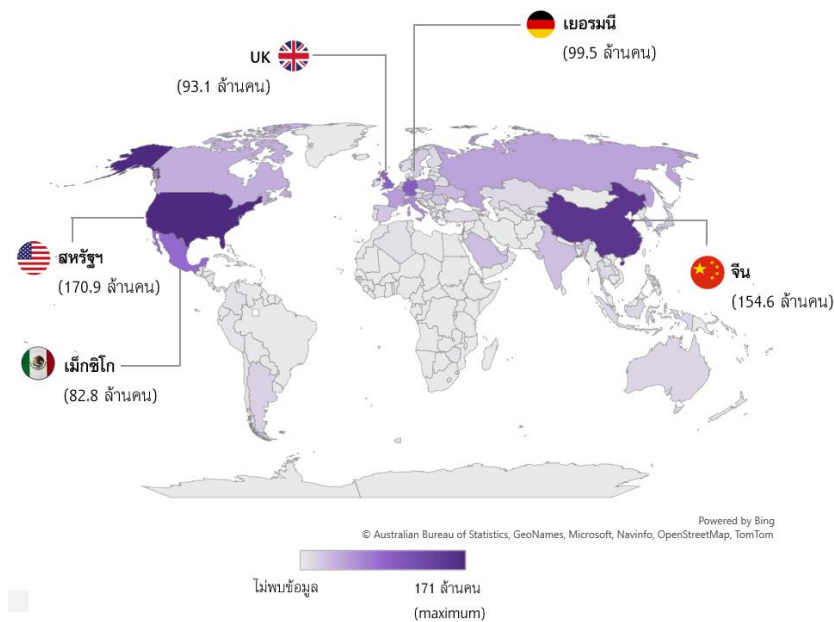
ในระยะข้างหน้า นักท่องเที่ยวจะเป็นอย่างไร?

ผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 และความไม่แน่นอนจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ผลักดันให้ธุรกิจโรงแรมต้องปรับตัวจากที่เคยโฟกัสนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งต้องหาโอกาสสร้างรายได้จากกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่หลากหลายขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มใหม่ที่จะเดินทางมาไทยและกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในอนาคต

นักท่องเที่ยวยุโรป สหรัฐฯ และตะวันออกกลาง เป็นกลุ่มที่มีโอกาสเดินทางมาไทยมากขึ้น จากข้อมูลของ World Tourism Organization พบว่า ในปี 2019 นักท่องเที่ยวยุโรป จีน และสหรัฐฯ ถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก จากปริมาณผู้เดินทางออกนอกประเทศมากที่สุด แต่ที่น่าสนใจคือยังมีผู้เดินทางจากประเทศเหล่านี้อีกจำนวนมากที่ไม่ได้มีจุดหมายปลายทางมายังไทย โดยทั้งนักท่องเที่ยวยุโรปและสหรัฐฯ ต่างมีสัดส่วนมาไทยไม่ถึง 1% อีกทั้ง กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียและตะวันออกกลางยังเป็นกลุ่มที่น่าจับตาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศที่ค่อนข้างสูงด้วยปัจจัยเหล่านี้ จึงถือเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจโรงแรมในการสร้างรายได้จากการขยายกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ประกอบการอาจต้องศึกษาพฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกันเพื่อดึงดูดการเข้ามาท่องเที่ยวและนำเสนอบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการให้ตรงจุดมากที่สุด เช่น นักท่องเที่ยวยุโรปจะใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ อีกทั้ง ยังชื่นชอบการผจญภัยและเปิดประสบการณ์ใหม่ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันจะให้ความสำคัญกับการเดินทางอย่างยั่งยืน โดยใช้ตัวเลือกการเดินทางอย่างการเดิน การปั่นจักรยาน หรือขนส่งสาธารณะเป็นหลัก รวมถึงการเดินทางที่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้กับชุมชนท้องถิ่น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียจะเน้นเดินทางกับครอบครัวนิยมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และเปิดประสบการณ์ใหม่ เป็นต้น

รูปที่ 2 : 5 อันดับประเทศที่มีผู้เดินทางออกนอกประเทศสูงสุดในปี 2019

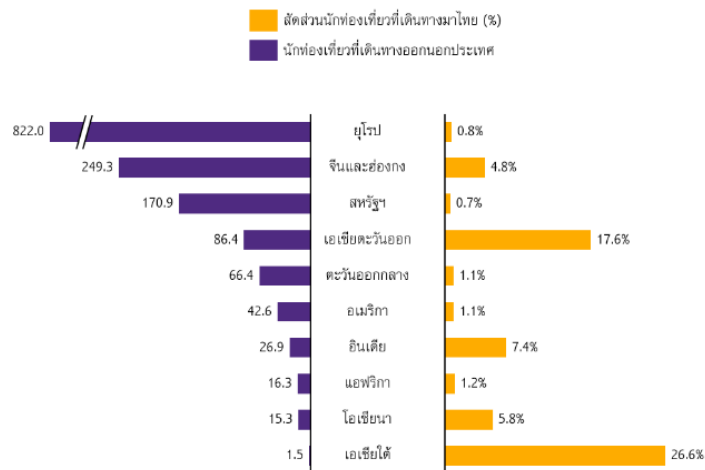
หน่วย : ล้านคน



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ World Tourism Organization

รูปที่ 3 : จำนวนผู้เดินทางออกนอกประเทศและสัดส่วนที่เดินทางเข้าไทยในปี 2019

หน่วย : ล้านคน (ซ้าย), % (ขวา)



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ World Tourism Organization และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นอกจากการขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่แล้ว กลุ่มคนรุ่นใหม่จะเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในภาคการท่องเที่ยวมากขึ้น

จากข้อมูลประชากรโลกของสหประชาชาติ พบว่า นับตั้งแต่ปี 1995 จำนวนประชากรโลกในกลุ่มช่วงอายุระหว่าง 20-69 ปี มีการเติบโตเพิ่มขึ้นต่อเนื่องอย่างเห็นได้ชัด จาก 55% ในปี 1995 เป็น 61% ในปี 2020 ซึ่งเป็นช่วงอายุของคนส่วนใหญ่ที่ออกเดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นกลุ่มวัยทำงานและกลุ่มเกษียณอายุที่ยังมีความพร้อมในการเดินทางอยู่ และเมื่อพิจารณาจากกลุ่มนี้ตาม Generations ยังพบอีกว่า ในปี 2025 ราว 60% เป็นคนรุ่นใหม่อย่าง Gen Y (35%) และ Gen Z (24%) สวนทางกับกลุ่ม Gen X (28%) และ Baby boomer (13%) ที่มีสัดส่วนลดลงอย่างเห็นได้ชัดในแต่ละปี โดยกลุ่ม Gen Y

และ Gen Z จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงขึ้นเรื่อย ๆ และมีมุมมองการใช้ชีวิตที่เปิดกว้างให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมากกว่าคนรุ่นก่อนที่เน้นความมั่นคงหลังเกษียณ อีกทั้ง ยังมีความคุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีและใส่ใจสิ่งแวดล้อม ขณะที่กลุ่ม Gen X มักคำนึงเรื่องความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องเตรียมพร้อมในการวางแผนการตลาดและปรับกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ด้วย

รูปที่ 4 : กลุ่มคนในแต่ละ Gen ต่างมีรูปแบบการท่องเที่ยวและความต้องการบริการที่แตกต่างกัน

 <p>กลุ่มวัยเกษียณที่เติบโตมาในยุคหลังสงครามและเทคโนโลยีจะไม่พัฒนามากนัก</p> <ul style="list-style-type: none"> ใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งนานที่สุด มีกำลังซื้อด้านการท่องเที่ยว คำนึงถึงความปลอดภัยและความสะดวกสบายคล้ายกลุ่ม Gen X ใช้อีเมลหรือสารแบบเก่าหรือตัวต่อตัว <p>baby boomers (1946-1964)</p>	 <p>กลุ่มวัยทำงานที่เติบโตมาในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและอยู่กับสังคมทุนนิยม ขอบการแข่งขัน</p> <ul style="list-style-type: none"> มักคำนึงถึงความปลอดภัยและความสะดวกสบาย ตอบสนองต่อเทรนด์ Workation ได้ดี ชอบไปสถานที่ซ้ำ ๆ ให้ความสำคัญกับฐานะ วัตถุนิยม ความหรูหรา <p>generation x (1965-1980)</p>
 <p>กลุ่มเพิ่งเริ่มทำงานที่เติบโตมาในยุคที่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและเป็นยุคที่เริ่มเกิดการใช้ของเทคโนโลยีอย่างแพร่หลาย</p> <ul style="list-style-type: none"> ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 4-5 ครั้งต่อปี เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นและค้นหาสถานที่แปลกใหม่ ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ชีวิต ตอบสนองต่อโปรโมชันอย่างมาก <p>millenials (1981-1996)</p>	 <p>กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เติบโตมาในยุคดิจิทัลและรายล้อมไปด้วยเทคโนโลยีรวมถึงกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> ไม่ยึดติด เปิดกว้างและยอมรับสิ่งใหม่ ๆ ต่างสไตล์ ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและเชื่อมต่อกันผ่านสื่อออนไลน์ (Digital native) ให้ความสำคัญกับการกระทำเพื่อส่วนรวมมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ <p>generation z (1997-2012)</p>

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ World Tourism Organization และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อเทรนด์การท่องเที่ยวอย่างไร?

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีโอกาสเดินทางเข้ามาในไทย และกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีเข้ามา มีบทบาทมากขึ้นแล้ว การท่องเที่ยวยุคใหม่มีแนวโน้มแบ่งออกเป็น 4 เทรนด์หลัก ได้แก่ ความทันสมัย, ความยั่งยืน, ความอยู่ดีมีสุข และความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งจะเป็นแนวทางการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมในระยะข้างหน้า

1.ความทันสมัย

นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการได้รับบริการโรงแรมผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น จากผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั่วโลกของ Oracle Hospitality และ Skift ในช่วงกลางปี 2022 พบว่า ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจโรงแรมเพื่อเพิ่มความเร็วและความสะดวกสบาย โดยในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจโรงแรมหลายแห่งเริ่มนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มศักยภาพในการบริการและตอบโจทย์ความต้องการบริการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในธุรกิจโรงแรม ได้แก่ **หุ่นยนต์ (Robot)** เพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้เข้าพัก เช่น การบริการต้อนรับ การดูแลสัมภาระ และการบริการเสิร์ฟอาหาร **เทคโนโลยีเสมือนจริง (Extended reality)** อีกหนึ่งเทคโนโลยีใหม่ที่จำลองบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของสถานที่จริง ซึ่งสามารถเพิ่มประสบการณ์ใหม่ให้แก่ลูกค้าและยังสร้างรายได้มากขึ้นในอนาคตจากสินทรัพย์ดิจิทัลอย่าง NFT (Non-Fungible Tokens) ผ่านแพลตฟอร์มในโลกเสมือนจริงนี้ **ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI)** จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการ

วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการบริการที่แตกต่างเฉพาะบุคคล ซึ่งธุรกิจโรงแรมสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

2.ความยั่งยืน

กระแสความยั่งยืนจะถูกผูกโยงกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะกับธุรกิจโรงแรม ปัจจุบันประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมมีความสำคัญและได้รับการพูดถึงอย่างต่อเนื่องทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเริ่มนำเอาประเด็นนี้มาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจโรงแรม สะท้อนได้จากผลสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวทั่วโลกของ Booking.com ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2022 ที่ผ่านมา พบว่า มากกว่า 70% คาดหวังที่จะท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมากขึ้นในระยะข้างหน้า และมีแนวโน้มจองที่พักที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้นอีกด้วย อีกทั้ง ในปีปัจจุบัน International Tourism Partnership (ITP) ซึ่งเป็นองค์กรระดับโลกที่รวบรวมสมาชิกโรงแรมมากกว่า 30,000 แห่ง เช่น Hilton, Marriott, Hyatt และอื่น ๆ ได้ร่วมกันรณรงค์ลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ลง 66% ภายในปี 2030 และ 90% ภายในปี 2050 (เทียบกับปี 2010) เพื่อสนับสนุนเป้าหมายของข้อตกลงปารีสในการป้องกันการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ ส่งผลให้ปัจจุบันมีโรงแรมหลายแห่งเริ่มปรับตัวและเตรียมความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น

3.ความอยู่ดีมีสุข

ความกังวลด้านสุขอนามัยทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้คนทั่วโลกหันมาตื่นตัวในการดูแลสุขภาพและสร้างภูมิคุ้มกันให้กับตัวเองส่งผลให้ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลกรวมถึงไทยมีโอกาสเติบโตต่อเนื่องทุกปี ทั้งด้านความงามและศาสตร์ชะลอวัย อาหารเพื่อสุขภาพและการลดน้ำหนัก และการนวด สปา โดยจากข้อมูลของ Global Wellness Institute พบว่า ในปี 2020 นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและมีการใช้จ่ายในด้านนี้สูงสุด ได้แก่ สหรัฐฯ เยอรมนี ฝรั่งเศส จีน และญี่ปุ่น โดยนักท่องเที่ยวอเมริกันใช้จ่ายอยู่ที่ราว 465 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนและจะเน้นการออกกำลังกายอย่างการฝึกโยคะ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปใช้จ่ายอยู่ที่ราว 175 ดอลลาร์สหรัฐต่อคน มีความชื่นชอบการนวดสปาและแช่น้ำแร่ธรรมชาติ ซึ่งเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวสายสุขภาพและเวลเนสจะมิงงบประมาณการท่องเที่ยวต่อทริปที่สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ราว 50% โดยธุรกิจโรงแรมหลายแห่งเริ่มเห็นโอกาสและมีการปรับแผนการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น

4. ความเป็นเอกลักษณ์

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ได้รับมากยิ่งขึ้นส่งผลให้การท่องเที่ยวที่มีรูปแบบเฉพาะตัวได้รับความนิยม นักท่องเที่ยวยุคใหม่สนใจเดินทางไปยังสถานที่ที่ไม่เคยไปมาก่อนและเปิดรับประสบการณ์แปลกใหม่มากขึ้น จากข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวของ TripAdvisor ในปี 2022 พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน 5 ประเทศ (UK, สหรัฐฯ, ญี่ปุ่น และสิงคโปร์) คือ การได้ท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ ๆ การได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ และการได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมองหาการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบเฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจโรงแรมในการนำเสนอแพ็คเกจที่ครอบคลุมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ให้กับผู้เข้าพัก

แนวทางการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมในระยะสั้นและระยะข้างหน้า

ปฏิเสธไม่ได้ว่า การก้าวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้สอดคล้องอย่างรวดเร็วย่อมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลักดันให้ธุรกิจฟื้นตัวได้เร็วขึ้น แต่ผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 ที่ผ่านมา ทำให้ธุรกิจโรงแรมยังมีเม็ดเงินลงทุนที่ค่อนข้างจำกัดและยังต้องรับมือกับต้นทุนในการดำเนินงานที่สูงขึ้นท่ามกลางภาวะเงินเฟ้อ รวมถึงปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานทักษะสูงที่ยังไม่กลับมาทำงานในระบบ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการในการปรับตัว โดยในช่วงการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยว กลยุทธ์สำคัญคือการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาให้ได้มากที่สุด และในระยะข้างหน้า ธุรกิจโรงแรมอาจต้องมีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นทุกเมื่อ

ในระยะสั้น การสร้างจุดเด่นและการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจะสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่เลือกเดินทางมาไทยและระดับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดิมให้กลับมา

ซึ่งการสร้างจุดเด่นอาจทำได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยอย่างการเดินป่า การดำน้ำ การโต้คลื่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นักท่องเที่ยวสามารถลิ้มลองอาหารรสชาติแปลกใหม่ครบคลุมไปจนถึงกระบวนการและขั้นตอนการเตรียมอาหาร หรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสชีวิตของคนในท้องถิ่นด้วยตัวเองทั้งประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับธุรกิจสอดคล้องกับกระแสความนิยม เช่น โรงแรมรักษ์โลก อย่าง The Palms Hotel & Spa ในสหรัฐฯ ที่มีการจัดแคมเปญให้ลูกค้าสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการเก็บขยะตามชายหาดและได้รับการถ่ายทอดแนวทางในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยผู้เชี่ยวชาญจากทางรีสอร์ท อีกทั้ง โรงแรมยังมีการลดการใช้พลาสติกอย่างเคร่งครัด มีการควบคุมระบบไฟฟ้าให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีการทดสอบคุณภาพน้ำทะเลเป็นรายสัปดาห์อีกด้วย หรือ โรงแรมสำหรับคนรักสุขภาพ อย่าง Pullman Phuket Arcadia Naithon Beach Hotel ได้มีการจัดโปรแกรมสุขภาพเพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวได้มีการดูแลสุขภาพที่ดีขึ้นโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยตามหลักสากลทั้ง 4 ได้แก่ 1. การนอน-ห้องพักเพื่อการพักผ่อนอย่างเต็มที่ 2. อาหาร-เมนูเพื่อสุขภาพจากนักโภชนาการ 3. กีฬา-คลาสออกกำลังกายทั้งโยคะ พิลาทิส มวยไทย และ 4. สปา-เพื่อความผ่อนคลายและความสดชื่นมีชีวิตชีวา

นอกจากนี้ การเพิ่มช่องทางการขายให้หลากหลาย จะช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นทั้งผ่านแพลตฟอร์มผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวและช่องทางของธุรกิจโรงแรมเอง โดยเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นกับการพัฒนาช่องทางการสื่อสาร เช่น การใช้ Chatbot ในการสื่อสารกับลูกค้าแบบอัตโนมัติเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการรับบริการ อย่าง The Europe Hotel & Resort ในไอร์แลนด์ได้นำ AI Chatbot มาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาระบบบริการตลอด 24 ชม. ซึ่งจะเพิ่มความรวดเร็วในการติดต่อกับลูกค้าและยังสามารถเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวบางกลุ่มยังมีความคุ้นชินกับการสื่อสารผ่านพนักงานโดยตรง ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับทุกช่องทางและพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้ช่องทางที่ตรงกับความต้องการได้มากที่สุด

ในระยะข้างหน้า ข้อมูลเชิงลึกของนักท่องเที่ยวจะช่วยให้ธุรกิจก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวให้

สอดคล้องอย่างรวดเร็ว หากธุรกิจมีความพร้อมในการปรับตัวตามสภาพการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนได้ทัน่วงทีก็จะช่วยลดความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นได้อีกในอนาคต ซึ่งการเข้าใจความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในหลากหลายมิติตั้งแต่การสอบถามข้อมูล การจอง การเข้าพัก ไปจนถึงการ check-out แล้วนำมาวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าจะช่วยให้อุตสาหกรรมสามารถยกระดับการบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการในแต่ละช่วงเวลาและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าได้ตรงจุด อีกทั้ง การเข้าใจลูกค้าอย่างถ่องแท้

ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถออกแบบการบริการใหม่ ๆ เช่น การทำการตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalization) หรือ Loyalty program ที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต นอกจากนี้ การเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องยังสามารถช่วยให้ธุรกิจสามารถจับสัญญาณการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นและเตรียมปรับกลยุทธ์ให้การเปลี่ยนแปลงได้ในทันที ซึ่งจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสนับสนุนให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

เห็นได้ว่า โลกยุคปัจจุบันที่เต็มไปด้วยความผันผวนและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเป็นภาวะที่ธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หากไม่มีการเตรียมความพร้อมรับมือและปรับตัวอย่างรวดเร็วอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ไม่มากนักน้อย ซึ่งการกระจายความเสี่ยงและสร้างโอกาสท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะช่วยให้ธุรกิจสามารถยืนหยัดและไปต่อได้อย่างยั่งยืน

บทวิเคราะห์โดย... https://www.scbeic.com/th/detail/product/hotel_131222

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.

ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์

วริทธิ์นันท์ โขมิตาเจริญสุข

Economist Trainee

INDUSTRY ANALYSIS

ดร. สมประวิณ มั่นประเสริฐ

รองผู้จัดการใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงาน Economic Intelligence Center (EIC)

และรองผู้จัดการใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงานกลยุทธ์องค์กร

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ปราณีดา ศยามานนท์

ผู้อำนวยการฝ่าย Industry Analysis

ดร.กมลมาลย์ แจ็งล้อม

นักวิเคราะห์อาวุโส

บุณยณภพ ตันติพิฎก

นักวิเคราะห์

กิริติญา ครองแก้ว

นักวิเคราะห์



“Economic and business intelligence for effective decision making”



ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



เจาะลึก

สถานการณ์เศรษฐกิจ



เกาะติด

การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ



อัปเดต

ประเด็นร้อนที่ไม่ควรพลาด



Stay connected

Find us at



@scbeic | 

www.scbeic.com