# Pet tourism
# เทรนด์ท่องเที่ยว พร้อมเพื่อนซี้สี่ขา

SCB EIC

# Executive summary

**เทรนด์ Pet tourism หรือการท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยง เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในหมู่ผู้มีสัตว์เลี้ยง** โดยเป็นผลมาจาก 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ **1. กระแส Pet humanization** จากที่ในปัจจุบันกลุ่มผู้มีสัตว์เลี้ยงหันมาเลี้ยงสัตว์เสมือนลูกหรือสมาชิกครอบครัว (Pet parent) มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เจ้าของยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อสัตว์เลี้ยงค่อนข้างสูง ทั้งด้านอาหาร ด้านสุขภาพ รวมถึงการพาสัตว์เลี้ยงออกไปท่องเที่ยวด้วยกัน **2. จำนวนสัตว์เลี้ยงและผู้มีสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง** โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจำนวนสัตว์เลี้ยงทั้ง สุนัข แมว และสัตว์อื่น ๆ เช่น นก ปลา เพิ่มขึ้นราว 2.5%CAGR และยังสอดคล้องกับจำนวนครัวเรือนที่มีสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้นในอัตราใกล้เคียงกัน อีกทั้ง ในช่วงปี 2025F-2028F จำนวนสัตว์เลี้ยงยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องราว 2.6%CAGR **3. จำนวนธุรกิจที่พร้อมให้บริการด้าน Pet tourism เพิ่มมากขึ้น** โดยปริมาณบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงเติบโต 17%CAGR ในช่วงปี 2015-2023 ทั้งในกลุ่มขายปลีกอาหารสัตว์เลี้ยง กลุ่มบริการทางการแพทย์ และกลุ่ม Pet care อีกทั้ง ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารจำนวนมากยังขยายบริการใหม่สำหรับกลุ่มผู้มีสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะด้วย **4. การสนับสนุนจากภาครัฐ** โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของเทรนด์ Pet tourism จึงจัดทำโครงการ Amazing Happy Paws เพื่อประชาสัมพันธ์และโปรโมต Pet tourism ทั้งแก่ชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีสัตว์เลี้ยง ควบคู่ไปกับการสร้างฐานข้อมูลธุรกิจ Pet friendly เพื่อกลุ่ม Pet tourist โดยเฉพาะด้วย

**SCB EIC ประเมิน 4 ธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตจากกลุ่ม Pet tourist ได้แก่ 1. ธุรกิจโรงแรมและที่พัก** ซึ่งมีโอกาสจะได้รับรายได้เพิ่มขึ้นจากค่าเข้าพักสำหรับสัตว์เลี้ยง อีกทั้ง คาดว่าจะช่วยส่งเสริมให้อัตราเข้าพักเฉลี่ยของทั้งโรงแรมเพิ่มขึ้นตามด้วยจากการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่อย่างผู้มีสัตว์เลี้ยง ทั้งนี้ธุรกิจโรงแรมจะต้องจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมแก่สัตว์เลี้ยงด้วย **2. ธุรกิจร้านอาหาร** ซึ่งจะตอบโจทย์กลุ่มผู้นิยมพาสัตว์เลี้ยงไปรับประทานอาหารด้วย อีกทั้ง ยังสามารถเพิ่มรายได้จากการขายเมนูอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงเป็นพิเศษ ทั้งในรูปแบบอาหารคาว อาหารหวาน และเครื่องดื่ม **3. ธุรกิจขนส่งและการบิน** จากการที่ผู้มีสัตว์เลี้ยงเริ่มพาสัตว์เลี้ยงเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยทั้งเส้นทางในประเทศและระหว่างประเทศ ทำให้สายการบินสามารถเรียกเก็บค่าบริการพิเศษเพิ่มเติมได้ **4. ธุรกิจ Pet healthcare & Wellness** จาก Pet care และ Pet grooming เพื่อเตรียมพร้อมไปเที่ยว ทั้งการออกใบรับรองสุขภาพเพื่อใช้ในการเดินทาง และการให้บริการด้านเวลเนสแก่สัตว์เลี้ยง อย่างเช่น การทำสปา การฉีดวัคซีน และการพาไปออกกำลังกายหรือว่ายน้ำ

**ความท้าทายของภาคธุรกิจในการรองรับ Pet tourism คือการสร้างสมดุลในการให้บริการระหว่างกลุ่มลูกค้ารักสัตว์เลี้ยงและกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกับสัตว์/เป็นภูมิแพ้สัตว์ และต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริการที่เพิ่มขึ้น โดยในด้านแรก** ปฏิเสธไม่ได้ว่าการดำเนินธุรกิจจะต้องพึ่งพาลูกค้าทั้งกลุ่มรักสัตว์และกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกับสัตว์/เป็นภูมิแพ้สัตว์ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจต้องแบ่งแยกพื้นที่ให้บริการของแต่ละกลุ่มให้ชัดเจน และกำหนดมาตรฐานความสะอาดในการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจแก่ลูกค้าทั้ง 2 กลุ่ม **ในอีกด้านหนึ่ง** ธุรกิจจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการรองรับกลุ่ม Pet tourist ที่จะต้องบริหารจัดการในรูปแบบของต้นทุนในการทำความสะอาด บุคลากรที่มารองรับการให้บริการ การบำรุงรักษา และอุปกรณ์ที่เพิ่มขึ้นสำหรับสัตว์เลี้ยง **ทั้งนี้แนวทางการดึงดูด Pet tourism ประกอบด้วย 1. การนำเสนอบริการที่ได้มาตรฐาน มีกฎระเบียบที่ชัดเจนและตรงตามความคาดหวังของกลุ่ม Pet tourist** จากการกำหนดค่าบริการและการออกข้อกำหนดของสัตว์เลี้ยงให้ชัดเจนและยุติธรรม **2. การเพิ่มการประชาสัมพันธ์ด้วยรูปสัตว์เลี้ยง** จะช่วยดึงดูด Online engagement ได้มากขึ้นและสามารถสื่อสารถึงกลุ่มผู้รักสัตว์ได้ตรงจุด และ **3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ** โดยเฉพาะสินค้าพรีเมียมเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้ารักสัตว์ที่มีกำลังซื้อสูง

# เทรนด์ Pet tourism หรือการพาสัตว์เลี้ยงไปท่องเที่ยวกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากกระแส Pet humanization ซึ่งจะสร้างโอกาสแก่ธุรกิจที่อยู่ใน Pet tourism ecosystem

## Pet tourism

**เทรนด์การท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมและมีศักยภาพเติบโตจากการที่เจ้าของอยากพาสัตว์เลี้ยงไปท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมและสร้างประสบการณ์ร่วมกันมากขึ้น**

### Ecosystem ของธุรกิจใน Pet tourism

## Pet tourism เป็นตลาดที่กำลังเติบโตจาก 4 ปัจจัยหลัก

### กระแส Pet humanization

จากการเลี้ยงสัตว์เสมือนลูกหรือสมาชิกครอบครัว (Pet parent) ซึ่งทำให้เจ้าของพร้อมทุ่มทั้งเงินและเวลา อีกทั้ง ยังอยากพาสัตว์เลี้ยงออกไปเที่ยวข้างนอก โดยเฉพาะในกลุ่มคนโสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์เพื่อคลายเหงามากขึ้น

### จำนวนสัตว์เลี้ยงและผู้ที่เลี้ยงสัตว์เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

จำนวนสัตว์เลี้ยงทั้งสุนัข แมว และสัตว์อื่น ๆ (นก ปลา กระต่าย) เติบโตต่อเนื่องที่ราว 2.6%CAGR ในช่วงปี 2025F-2028F

### จำนวนธุรกิจที่พร้อมให้บริการด้าน Pet tourism เพิ่มมากขึ้น

ปริมาณบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงเติบโต 17%CAGR ในช่วงปี 2015-2023 ทั้งในกลุ่มขายปลีกอาหารสัตว์เลี้ยง การบริการทางการแพทย์ และกลุ่ม Pet care

### การสนับสนุนจากภาครัฐ

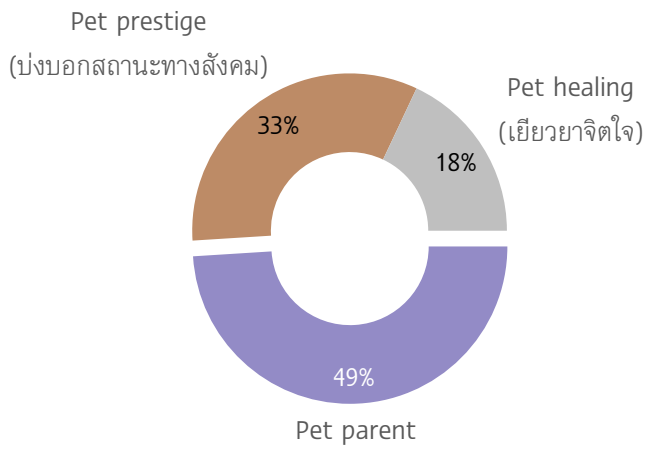
ในปัจจุบันเทรนด์การท่องเที่ยว Pet tourism ได้รับการส่งเสริมและโปรโมตจากภาครัฐ โดย ททท. ได้จัดทำโครงการ Amazing Happy Paws ที่รวบรวมข้อมูลและแนวทางปฏิบัติของธุรกิจสัตว์เลี้ยง พร้อมทั้งจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Pet tourist

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Euromonitor, Enlite และ ททท.

# รูปแบบการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงแบบ Pet parent ทำให้เจ้าของพร้อมที่จะใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น ทั้งในกลุ่มอาหารสัตว์ อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง การแพทย์ และต่อเนื่องไปถึงการท่องเที่ยว

**Petsumer ในไทย (ผลสำรวจจาก ม. มหิดล)***

หน่วย : %

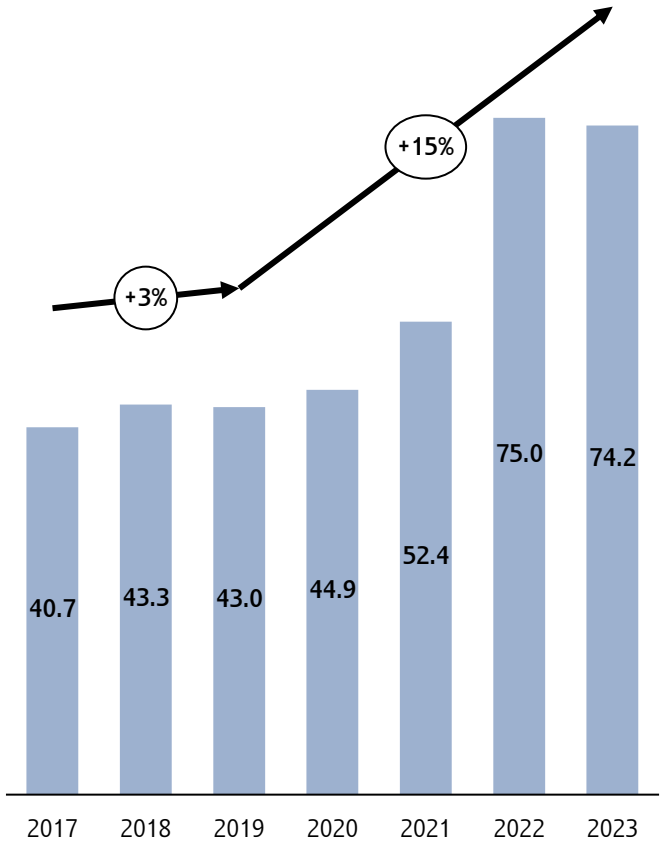



80% ของกลุ่ม Pet parent เป็น**กลุ่มคนโสด**

ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขเฉลี่ยอยู่ที่
**24,000-29,000 บาทต่อตัวต่อปี****

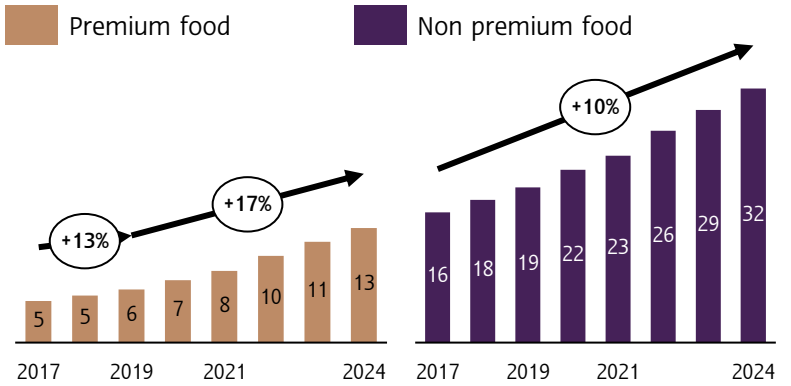
**รายได้ธุรกิจที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในไทย (ผลิตอาหาร, รักษา, ดูแล)**

หน่วย : พันล้านบาท



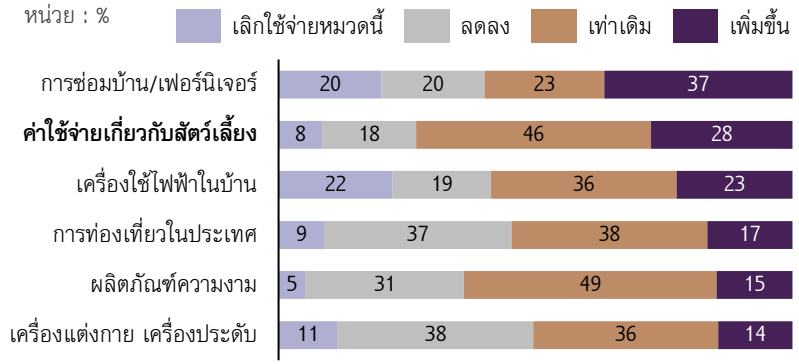

**กลุ่มคนรักสัตว์ยินดีจ่ายเพิ่มขึ้น เช่น การซื้ออาหารสัตว์เกรดพรีเมียม**

หน่วย : พันล้านบาท




**ค่าใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยงถือเป็นค่าใช้จ่ายจำเป็น (ผลสำรวจของ SCB EIC)*****

คำถาม : แนวโน้มการใช้จ่ายของท่านเป็นอย่างไรในปีหน้า เทียบกับปัจจุบัน



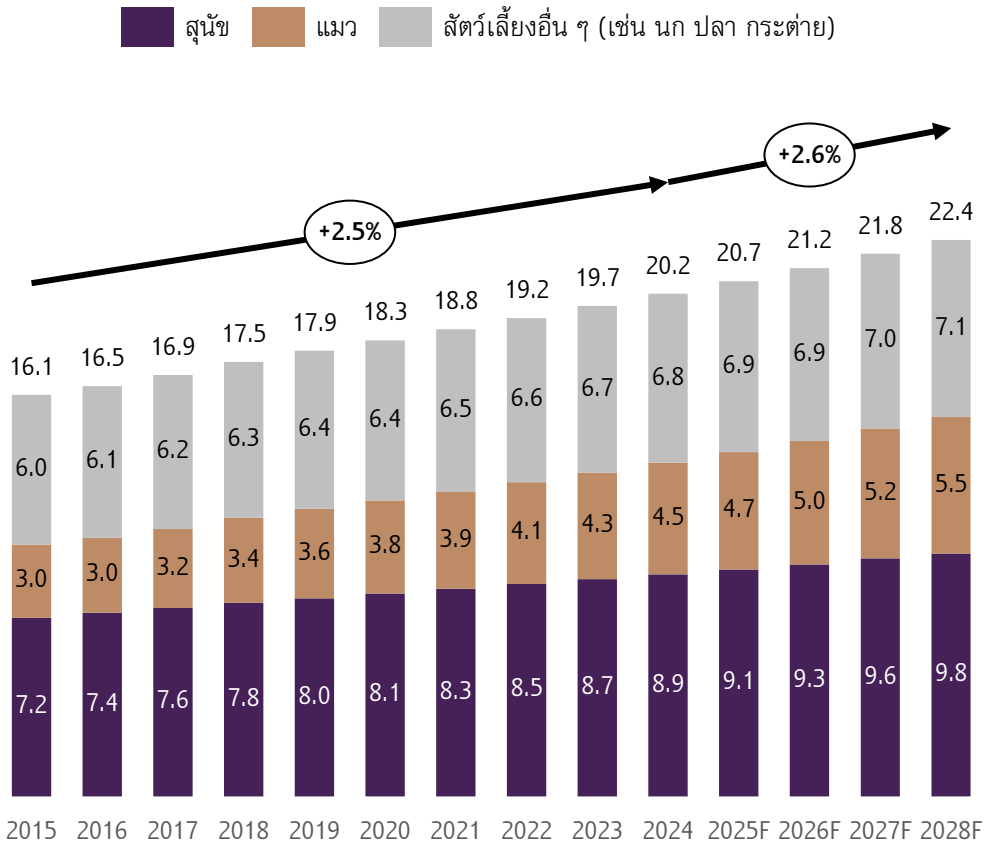

หมายเหตุ : *ผลสำรวจจาก Petsumer marketing โดยมีกลุ่มตัวอย่างใน Gen Y - Gen X จำนวน 100 คน, **ข้อมูลจากโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ, ***ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภค (SCB EIC Consumer survey) เดือน ส.ค. 2024
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Euromonitor, Press release, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (CMMU), Enlite และ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

SCB EIC

# กลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสะท้อนจากปริมาณสัตว์เลี้ยงในไทยที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดย 1 ครัวเรือนมักจะเลี้ยงสัตว์ราว 1-2 ตัว และอยู่ในกลุ่มสุนัขและแมวมากที่สุด

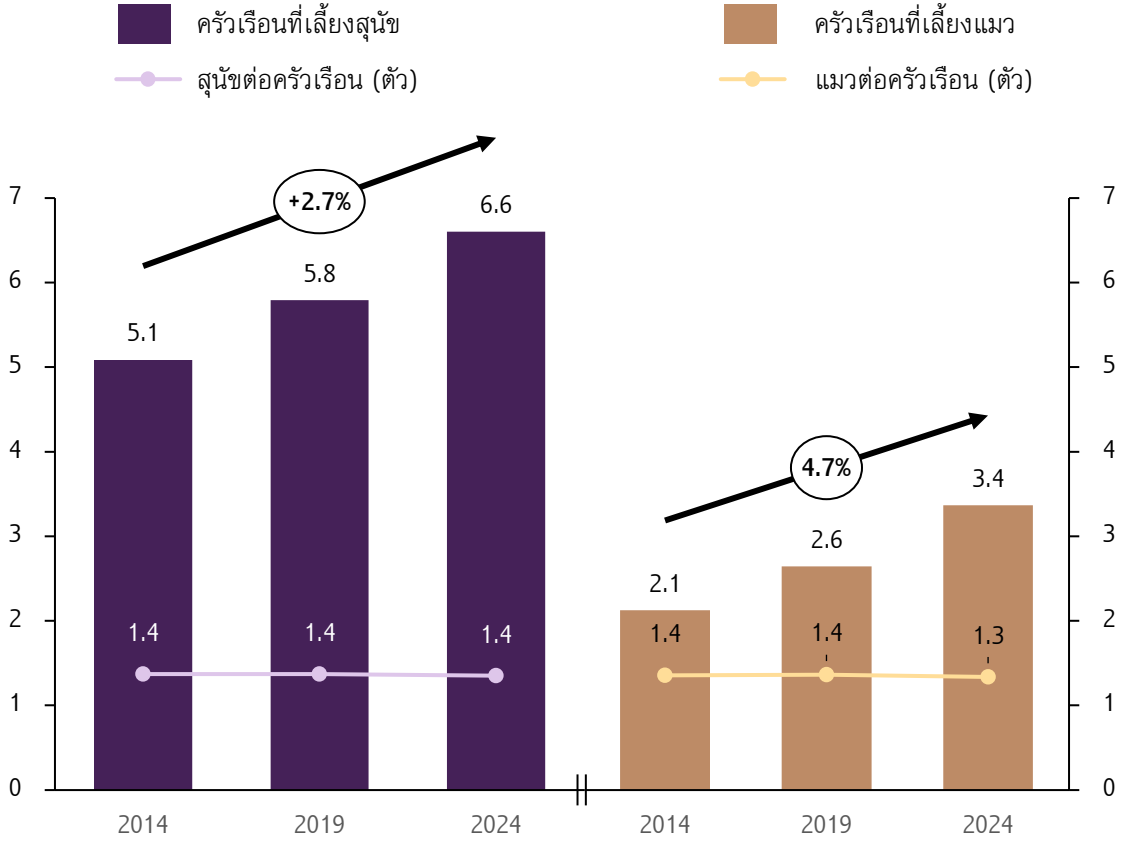
**ปริมาณสัตว์เลี้ยงในไทย**

หน่วย : ล้านตัว




**จำนวนครัวเรือนที่เลี้ยงสุนัขและเลี้ยงแมว (ครัวเรือนไทยทั้งหมดมีจำนวน 24 ล้านครัวเรือน*)**

หน่วย : ล้านครัวเรือน, ตัวต่อครัวเรือน



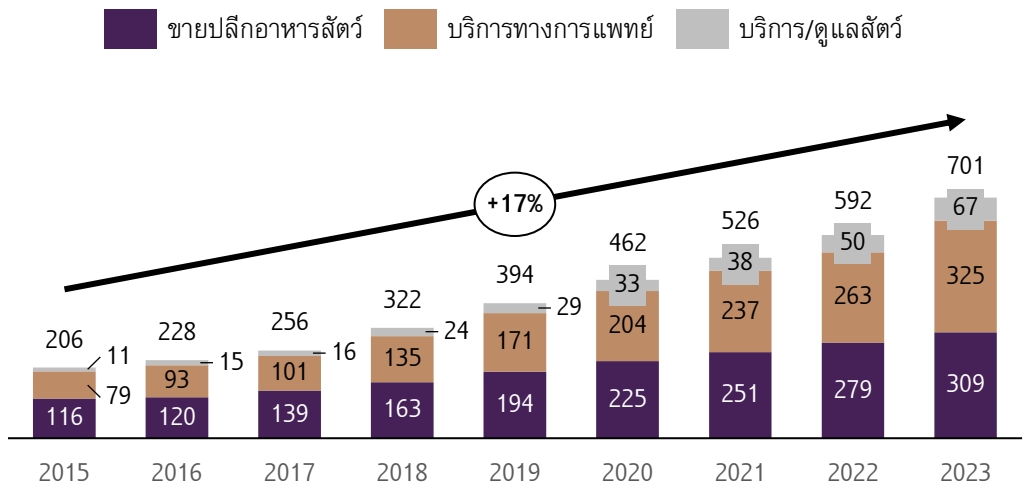

หมายเหตุ : *ข้อมูลปี 2023

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Euromonitor

# ธุรกิจใน Ecosystem ของการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงกำลังเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ประกอบกับการสนับสนุนและโปรโมตจากภาครัฐ ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับ Pet tourism เติบโต

**จำนวนบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้น (ธุรกิจที่รายได้ 1 ล้านบาทขึ้นไป)***

หน่วย : แห่ง




**การสนับสนุนจากภาครัฐในตลาด Pet tourism**

### นักท่องเที่ยวชาวไทย

ททท. จัดทำโครงการ Amazing Happy Paws ซึ่งโปรโมตการท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยง โดยมีการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่ให้เจ้าของและสัตว์เลี้ยงสามารถท่องเที่ยวด้วยกันอย่างมีความสุขและปลอดภัย อีกทั้ง ยังมีการจัดทำตราสัญลักษณ์แก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ โดยปัจจุบันมีโรงแรมกับร้านอาหารเข้าร่วมโครงการแล้วกว่า 136 แห่งทั่วประเทศ

**ธุรกิจที่เข้ามารองรับ Pet tourism เพิ่มจำนวนมากขึ้น**

โรงแรมหลายแห่งเริ่มเสนอบริการให้ผู้เข้าพักสามารถพาสัตว์เลี้ยงมาด้วยได้

ร้านอาหารและคาเฟ่เริ่มเปิดโซน Pet friendly เพิ่มขึ้น

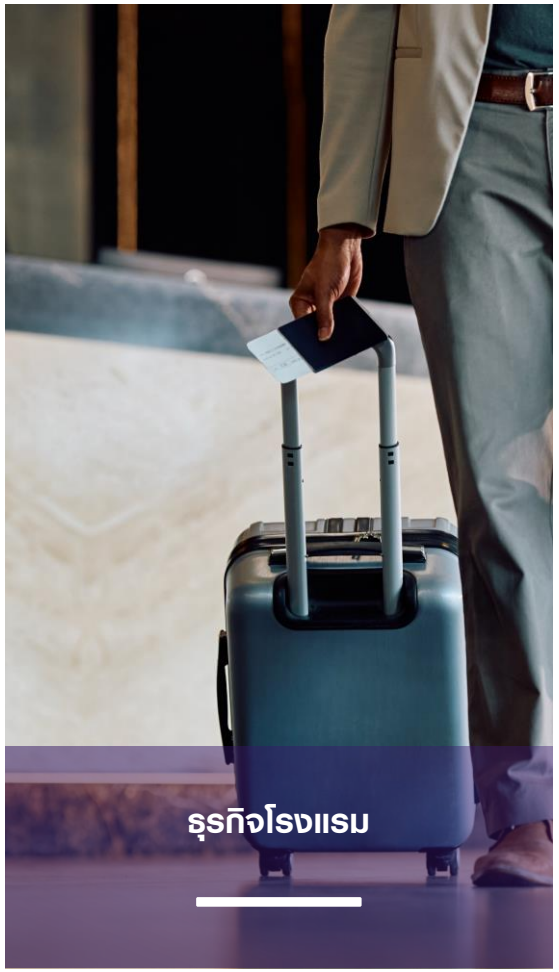
### นักท่องเที่ยวต่างชาติ

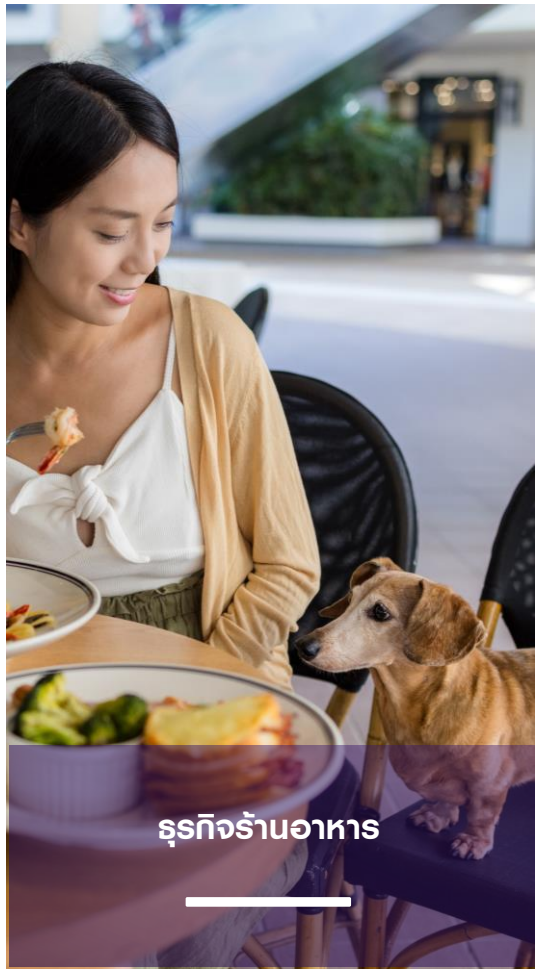
ททท. เน้นโปรโมต Pet tourism โดยล่าสุด ททท. สำนักงานเซี่ยงไฮ้ ร่วมกับบริษัท Pet Travel Ai Chong You (爱宠游) จัดกิจกรรม Pet friendly Destination โดยได้พานักท่องเที่ยวจีน 41 คนพร้อมด้วยสุนัขตัวโปรด 19 ตัว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยในช่วงเดือน มิ.ย. 2024

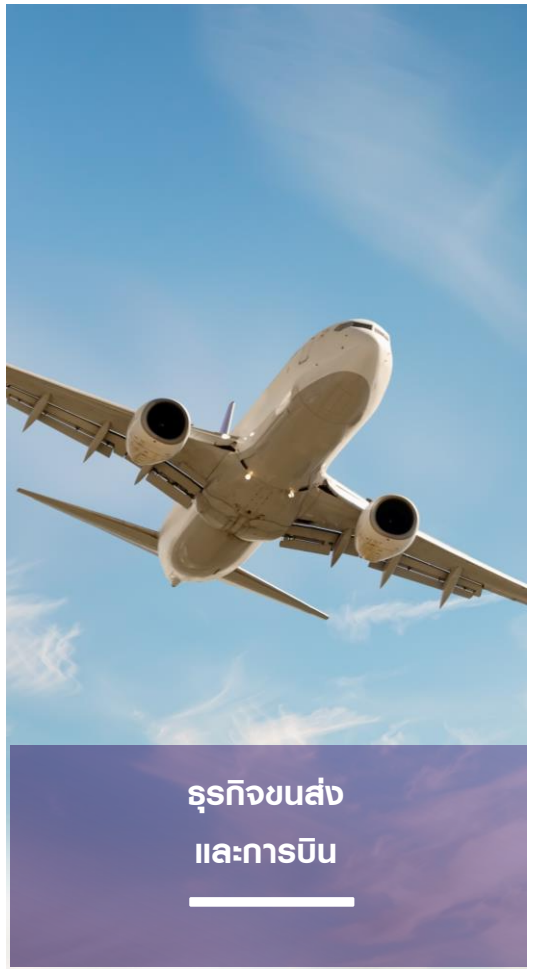
หมายเหตุ : *ไม่รวมคลินิกทั่วไป ซึ่งทำให้สถานพยาบาลรักษาสัตว์ทั้งหมดมีกว่า 3,400 แห่ง
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Enlite และ ททท.

SCB EIC

## ธุรกิจโรงแรม, ธุรกิจร้านอาหาร, ธุรกิจขนส่งและการบิน รวมถึงธุรกิจ Pet healthcare และ Wellness เป็น 4 ธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตสูงจากเทรนด์การท่องเที่ยวแบบ Pet tourism



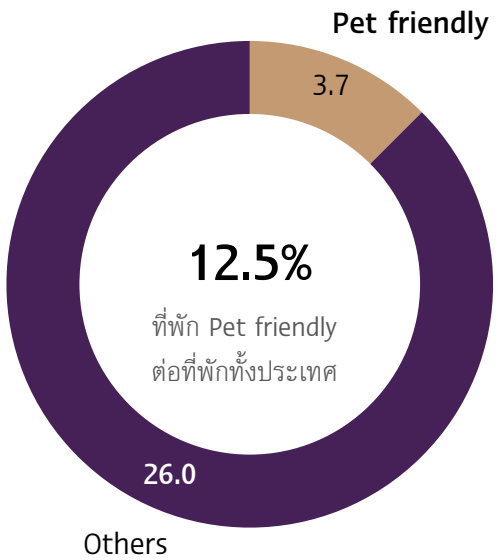



SCB EIC

# ธุรกิจโรงแรมมีโอกาสได้รับรายได้เพิ่มจากค่าเข้าพักของสัตว์เลี้ยง และการเพิ่มอัตราการเข้าพักจากการเจาะตลาดใหม่อย่างกลุ่ม Pet tourist ทั้งนี้จำนวนธุรกิจโรงแรม Pet friendly ในไทยมีอยู่ราว 12.5% จากทั้งหมดและส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพัทยาและหัวหิน

## ที่พัก Pet friendly ในไทย*

หน่วย : พันแห่ง

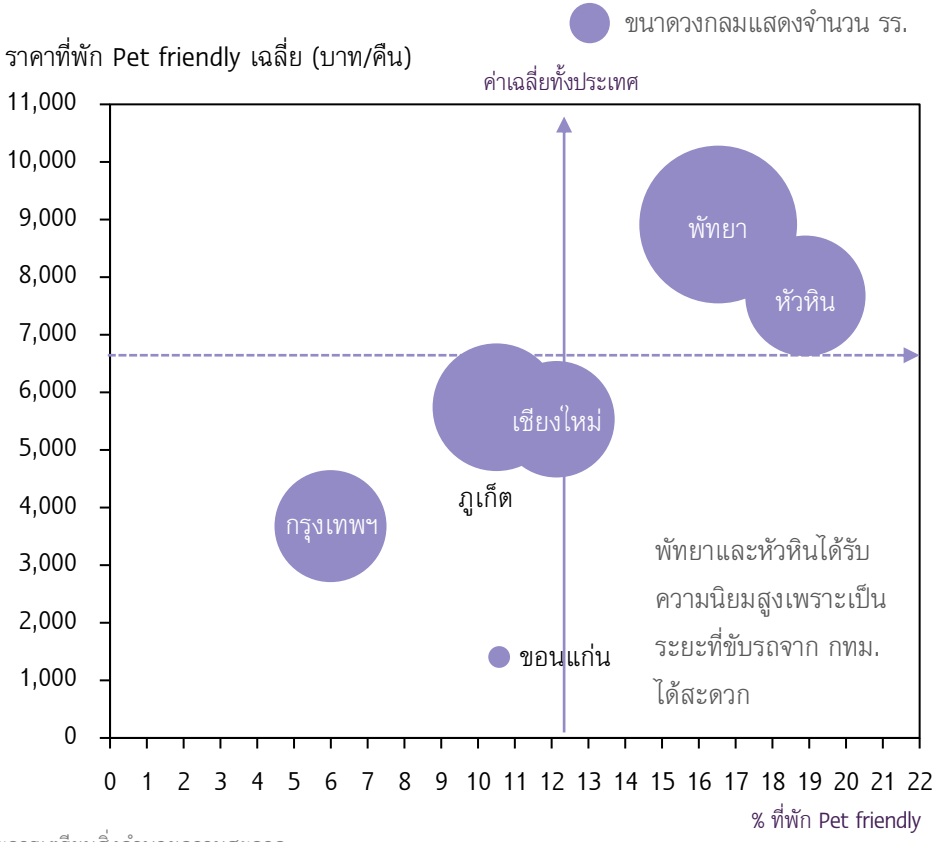



## ตัวอย่างราคาและรายละเอียดที่พัก Pet friendly ในไทย

| | |
|---|---|
| **ค่าเข้าพักของสัตว์เลี้ยง**** | ตั้งแต่ 500-2,000 บาท |
| **ค่ามัดจำเข้าพัก** | ตั้งแต่ 1,000-3,000 บาท |
| **จำนวนสัตว์เลี้ยง** | อาจกำหนดให้ไม่เกิน 2 ตัว |
| **สิ่งอำนวยความสะดวก** | • ชามใส่น้ำและอาหาร<br>• แผ่นรองขับถ่าย<br>• เบาะนอน<br>• สายลากจูง<br>• ถุงเก็บอุจจาระ |

**6%** อัตราการเข้าพักของที่พัก Pet friendly ของสหรัฐอเมริกาที่สูงกว่าที่พัก Non-pet friendly ในปี 2022

## ราคาที่พัก Pet friendly แยกตามจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญ*




หมายเหตุ : *ค้นหาในช่วงเดือน ก.ค. 2024, ** เป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการพาสัตว์เลี้ยงเข้ามาพัก โดยราคาจะแตกต่างกันตามมาตรฐานดาวโรงแรม, ลักษณะสัตว์เลี้ยง และการเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลจำนวนที่พักในเว็บไซต์ Booking.com, Expedia, Trip.com และ Keydata

# พฤติกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มผู้รักสัตว์ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่ม Gen Z ชอบเที่ยวเป็นคู่หรือกับครอบครัว และมากกว่า 50% เลือกพักในโรงแรม โดยกิจกรรมที่นิยมคือกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกับสัตว์เลี้ยงได้

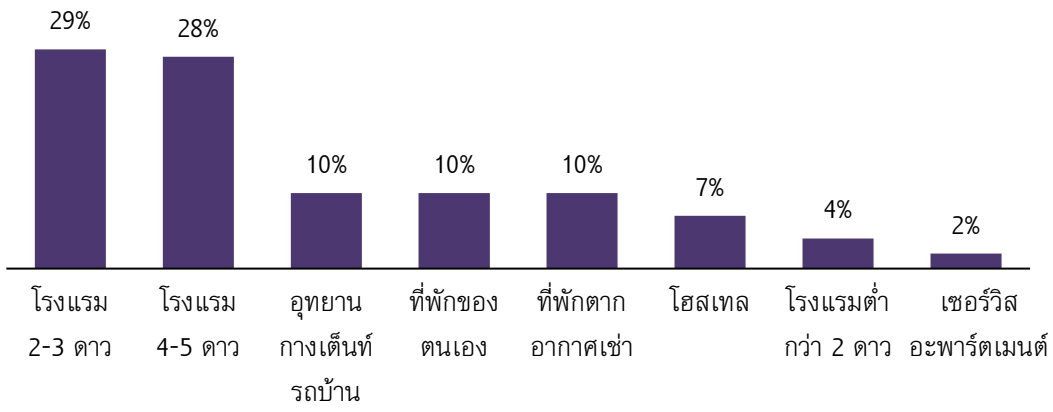
## พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เลือกที่พัก Pet friendly

Generation

| Gen Z | Gen Y | Gen X | Baby boomer |
|---|---|---|---|
| 14% | 8% | 7% | 6% |

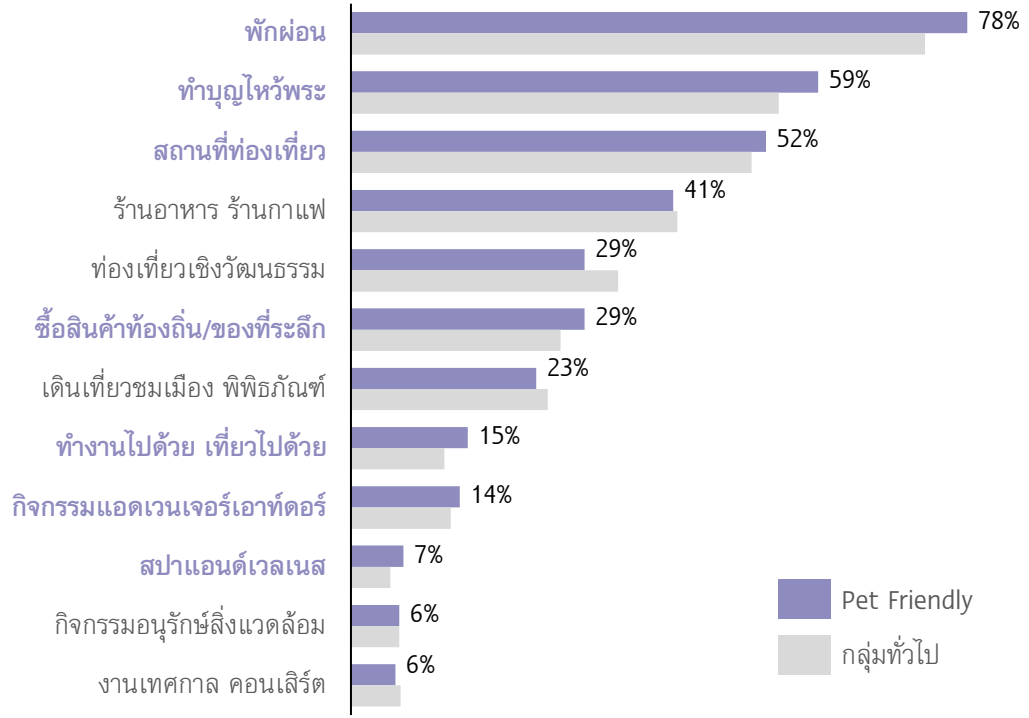
## ลักษณะที่พัก ที่กลุ่มคนรักสัตว์เลือกพัก

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มคนรักสัตว์




## พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มคนรักสัตว์เทียบกับปกติ

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถาม




- กิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมมากกว่ากลุ่มทั่วไปค่อนข้างมาก คือ **พักผ่อนและทำบุญไหว้พระ**เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สามารถใช้เวลาอยู่ร่วมกับสัตว์เลี้ยงได้
- ส่วนกิจกรรมที่นิยมน้อยกว่า คือ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เที่ยวชมเมือง และงานเทศกาล



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภค (SCB EIC Consumer survey 2022)

# ธุรกิจร้านอาหาร Pet friendly เป็นอีกหนึ่งโอกาสจาก Pet tourism โดยนอกจากจะเจาะกลุ่ม Pet tourist แล้ว ยังสามารถเพิ่มรายได้จากเมนูอาหารพิเศษสำหรับสัตว์เลี้ยง แต่ธุรกิจจะต้องควบคุมและสร้างข้อกำหนดการใช้บริการให้ชัดเจน

## ร้านอาหาร Pet friendly ให้บริการใน 2 รูปแบบ

1. ร้านอาหารที่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าได้แต่ไม่มีบริการอื่นให้กับสัตว์เลี้ยง

2. ร้านอาหารที่มีเมนูอาหารหรือเครื่องดื่มพิเศษสำหรับสัตว์เลี้ยงที่นำมาด้วย

## พื้นที่ให้บริการของร้านอาหาร Pet friendly มี 2 แบบ

**อนุญาตเฉพาะโซนด้านนอก**

เนื่องจากร้านอาหารต้องการให้บริการลูกค้าทั่วไปด้วย

**เข้าไปในร้านได้**

โดยมักจะเป็นร้านอาหารที่อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้าได้ในทุกพื้นที่

## ประเภทเมนูอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยง

อาหารปรุงสุก | อาหารสำเร็จรูป | ขนม | ไอศกรีม

**โดยราคาเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 80-125 บาท** ซึ่งอาจแตกต่างกันตามสถานที่และคุณภาพวัตถุดิบ

เชนร้านอาหารขนาดใหญ่หลายรายเริ่มให้บริการแบบ Pet friendly แล้วในบางสาขา

**Shake Shack**

อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงมานั่งในบริเวณโต๊ะหน้าร้านได้เท่านั้น และต้องใส่สายจูง โดยมีเมนูอาหาร Bag O'Bones ราคา 35 บาทให้บริการ

**Greyhound**

เปิดโซน Dog friendly แต่ต้องใส่สายจูงหรืออยู่ในกล่องตลอดเวลา และมีเมนูอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงทั้งจากเนื้อวัว ไก่ และเครื่องดื่ม Dogtail ให้บริการ

## การอนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้ามาในร้านอาหารจำเป็นต้องมีการควบคุมและสร้างข้อกำหนดในการใช้บริการเพื่อความเป็นระเบียบและสุขอนามัย

- ห้ามนำสัตว์เลี้ยงขึ้นโต๊ะอาหาร
- เจ้าของต้องดูแลความสะอาดและการขับถ่ายของสัตว์เลี้ยงเอง
- สัตว์เลี้ยงต้องผูกไว้ หรืออยู่ในกล่อง หรือรถเข็น
- ไม่แบ่งอาหารคนให้สัตว์เลี้ยงกิน
- สัตว์เลี้ยงต้องอยู่กับเจ้าของตลอดเวลา
- สัตว์เลี้ยงต้องไม่ส่งเสียงรบกวนลูกค้าท่านอื่น



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Shake Shack, Greyhound และ Press release

SCB EIC

# เทรนด์ Pet tourism จะสนับสนุนให้เกิดการเดินทางทางอากาศของสัตว์เลี้ยงมากขึ้น โดยปัจจุบันเส้นทางในประเทศ มีสายการบิน 3 รายที่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเดินทางไปด้วยแต่จะต้องโหลดใต้ท้องเครื่องเท่านั้น

## ประเภทและค่าเดินทางของสายการบินในการพาสัตว์เลี้ยงเดินทาง

| สายการบิน | ประเภทและลักษณะสัตว์เลี้ยง | ค่าเดินทาง |
|---|---|---|
| การบินไทย | เฉพาะสุนัข และแมว<br>น้ำหนักไม่เกิน 32 กก.* | น้ำหนัก 1 – 15 กก. 1,500 บาท<br>น้ำหนัก 16 – 32 กก. 2,500 บาท |
| นกแอร์ | เฉพาะสุนัข แมว กระต่าย<br>น้ำหนักไม่เกิน 30 กก.* | น้ำหนัก 1 – 15 กก. 1,500 บาท<br>น้ำหนัก 16 – 30 กก. 2,000 บาท |
| บางกอกแอร์เวย์ส | เฉพาะสุนัข และแมว<br>AT72 ไม่เกิน 20 กก.*<br>A319,A320 ไม่เกิน 30 กก.* | กก. ละ 180 บาท |
| Lion air, AirAsia, vietjet Air.com Thailand | ยังไม่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงขึ้นเครื่องบินได้ | |

## ข้อกำหนดการพาสัตว์เลี้ยงเดินทางด้วยเครื่องบินในประเทศ

**สัตว์เลี้ยง**

- สัตว์เลี้ยงไม่ตั้งครรภ์ หรือเจ็บป่วย
- มีอายุมากกว่า 2 เดือนขึ้นไป
- มีใบรับรองฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า โดยราคาเข็มละประมาณ 100 บาท
- มีใบรับรองสุขอนามัยจาก The Quarantine Office ซึ่งต้องส่งใบรับรองสุขภาพจากสัตวแพทย์ให้กับสถานกักกัน โดยมีราคาราว 2,000 บาท และต้องตรวจสุขภาพสัตว์เลี้ยงอีกรอบกับสถานกักกัน

**กรง**

- ขนาดกรงมาตรฐาน 55 x 37 x 30 ซม. พื้นที่พอให้สัตว์ นอน ยืน พลิกตัวได้ มีความแข็งแรงและปิด 3 ด้าน
- ข้างกรงต้องติดคำแนะนำการให้อาหารและน้ำชัดเจน
- จำนวนสัตว์เลี้ยง 1 ตัวต่อ 1 กรงเท่านั้น

หมายเหตุ : *ข้อกำหนดน้ำหนักของสายการบิน รวมกรงและสัตว์เลี้ยง

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Thai Airways, Nok air และ Bangkok Airways

SCB EIC

# เทรนด์ Pet tourism ที่เติบโตทั่วโลกได้ส่งเสริมให้เกิดกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้น โดยขั้นตอนเดินทางที่ไม่ยุ่งยากประกอบกับค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมจะช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวในเส้นทางระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น

## วิธีนำสัตว์เลี้ยงเข้าไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

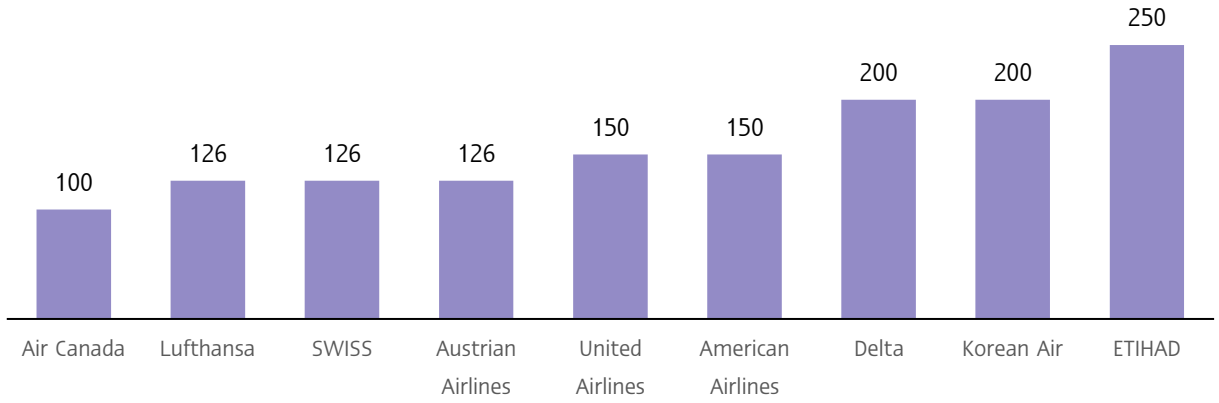
| | | |
|---|---|---|
| **เอกสารที่ต้องใช้ในวันนำเข้า** | 1. สำเนา Transit permit<br>2. ใบขนสินค้าขาเข้า<br>3. เอกสาร Health certificate | 4. สำเนา Air waybill<br>5. สำเนา Invoice (ถ้ามี)<br>**- ค่าธรรมเนียมนำเข้า 500 บาทต่อตัว** |
| 1 **Transit Permit** จากกรมปศุสัตว์ | - สำเนา Passport ผู้เดินทาง<br>- ที่อยู่ต้นทางและปลายทาง<br>- รายละเอียดของสัตว์เลี้ยง<br>- เอกสารการฉีดวัคซีน<br>- รูปภาพของสัตว์เลี้ยง | - รายละเอียดการเดินทาง<br>- ชื่อสนามบินที่ใช้ในการส่งออก<br>- เอกสาร ร.1/1 (แบบคำขออนุญาตนำเข้าสัตว์/ซากสัตว์)<br>**- ค่าธรรมเนียมเอกสาร 50 บาท** |
| 2 **ใบขนสินค้าขาเข้า** ผ่านพิธีศุลกากร | - Passport<br>- Air waybill<br>- ใบแจ้งอนุมัตินำเข้า ร.6 และ ร.7 | **- ค่าธรรมเนียมเอกสาร 100 บาท** |
| 3 **Health Certificate** จากสถานกักกันสัตว์ | - ใบรับรองสุขภาพจาก รพ.<br>- รับการตรวจจากสถานกักกัน | **- ไม่มีค่าธรรมเนียม** |

## ข้อกำหนดของสัตว์เลี้ยงในการเดินทางแบบ Pet in cabin (สัตว์เลี้ยงโดยสารในห้องโดยสาร)

- ส่วนใหญ่อนุญาตให้เฉพาะสุนัข, แมว และนกเท่านั้น
- ต้องฝังไมโครชิพ (ทำได้ที่โรงพยาบาลสัตว์)
- อายุมากกว่า 4 เดือน
- น้ำหนักรวมกล่องไม่เกิน 5-10 กิโลกรัม
- ได้รับวัคซีนไม่น้อยกว่า 21 วันก่อนเดินทาง (แต่ละชนิดมีกำหนดวัคซีนต่างกัน)
- สัตว์เลี้ยงต้องอยู่ในกล่องตลอดการเดินทาง

**ค่าบริการของสายการบินที่ให้บริการ Pet in cabin (ขึ้นอยู่กับเส้นทางระยะสั้น-กลาง-ไกล, หรือเป็นแบบเหมาจ่าย)***

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ/ตัว




หมายเหตุ : *บริการอัตราสูงที่สุดที่สายการบินเรียกเก็บ

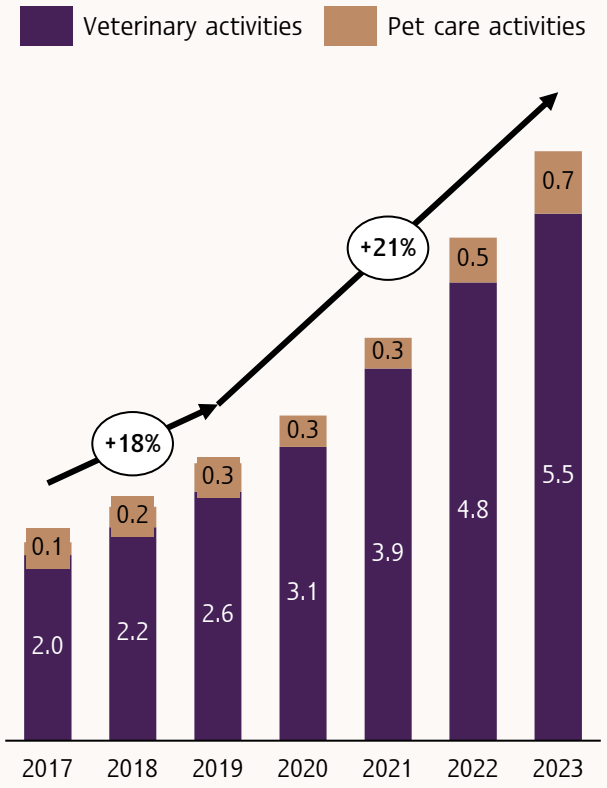
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Air Canada, Lufthansa, SWISS, Austrian Airlines, United Airlines, American Airlines, Delta, Korean Air, ETIHAD, กรมปศุสัตว์ และกรมศุลกากร

SCB EIC

# ธุรกิจ Pet healthcare และ Wellness ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นด้วย ทั้งบริการ Pet care & Pet grooming เพื่อเตรียมพร้อมไปเที่ยว การออกใบรับรองสุขภาพ และบริการด้าน Wellness อย่างสปาออกกำลังกาย

## รายได้ธุรกิจรักษาและดูแลสัตว์เลี้ยงของไทย

หน่วย : พันล้านบาท




## Pet hospital

เน้นด้านการรักษาทางการแพทย์ (Cure)

- **บริการทางการแพทย์เฉพาะทางครบวงจร** เช่น ศูนย์หัวใจและหลอดเลือด, ศูนย์โรคผิวหนังและภูมิแพ้, ศูนย์ศัลยกรรมและวิสัญญี, ศูนย์อายุรกรรม
- **บริการคลินิกฉุกเฉิน-อุบัติเหตุ 24 ชม.**
- **Pet care & Pet grooming** เช่น อาบน้ำ ตัดขน ตัดเล็บ
- **บริการเตรียมสัตว์เลี้ยงไปต่างประเทศ** เช่น การออกใบรับรองสุขภาพ (Health certificate), การฝัง Microchip, การฉีดวัคซีน และการตรวจเลือด เป็นต้น
- **บริการห้องพักสัตว์เลี้ยง**

ทองหล่อ BMH รัตนาธิเบศร์ iVET อารักษ์

## Pet wellness center

เน้นการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive care)

- **Pet care & Pet grooming** เช่น อาบน้ำ ตัดขน ตัดเล็บ
- **Pet spa** เช่น โอโซน ออนเซ็น อโรม่า โคลน
- **บริการทางการแพทย์ขั้นพื้นฐาน** เช่น ตรวจรักษาทั่วไป ตรวจร่างกาย ฉีดวัคซีน
- **บริการพาออกกำลังกาย วิ่งและว่ายน้ำ**
- **บริการแก้ปัญหาพฤติกรรมสัตว์**
- **บริการ Genetic center**
- **บริการห้องพักสัตว์เลี้ยง**

HATO ทองหล่อ

## อัตราค่าบริการทั่วไป (บาท)

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ตรวจรักษาทั่วไป | 300-1,500 | ตรวจร่างกาย | 1,200-4,500 | Health Certificate | 500-1,000 | Pet Grooming | 500-1,500 |
| ผ่าตัด | 5,000+ | ฉีดวัคซีน | 500-2,500 | ออกกำลังกาย | 300-800 | Pet Spa | 700-2,000 |



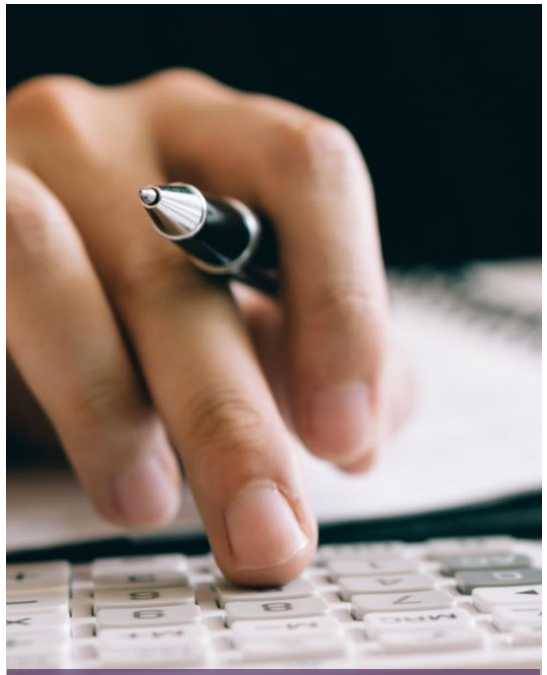
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Enlite, โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ, HATO, BMH, iVET, โรงพยาบาลสัตว์อารักษ์ และโรงพยาบาลสัตว์รัตนาธิเบศร์

SCB EIC

# ความท้าทายที่ธุรกิจ Pet tourism ต้องเผชิญ คือการรักษาสมดุลระหว่างกลุ่มลูกค้ารักสัตว์และไม่คุ้นเคยกับสัตว์ และต้นทุนค่าบริการที่เพิ่มขึ้น อีกทั้ง ภาคธุรกิจต้องนำเสนอบริการที่ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

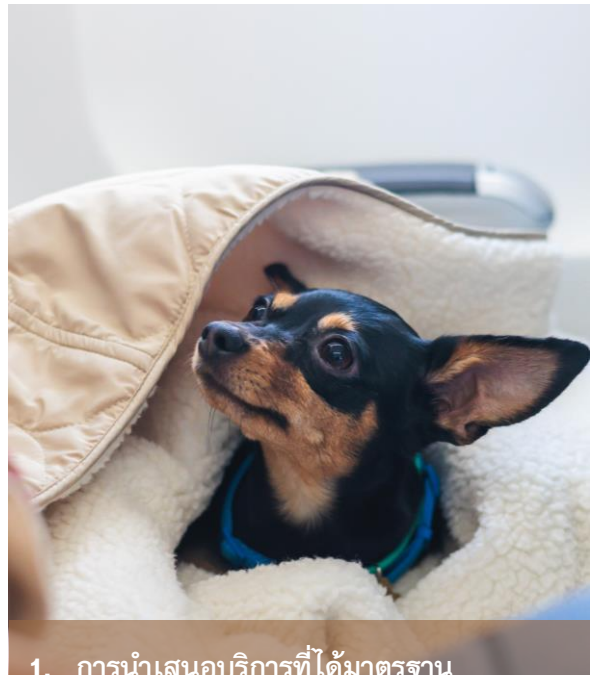
**ความท้าทายในธุรกิจ Pet tourism**

**1** การสร้างสมดุลในการให้บริการระหว่างกลุ่มลูกค้ารักสัตว์และไม่คุ้นเคยกับสัตว์



**2** ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น

**แนวทางการดึงดูดลูกค้า Pet tourism**



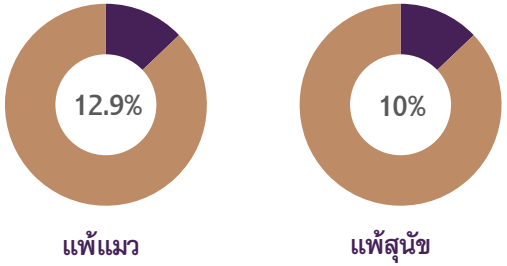
1. การนำเสนอบริการที่ได้มาตรฐาน
2. การประชาสัมพันธ์ด้วยรูปสัตว์เลี้ยง
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

# 1 การรักษาสมดุลระหว่างกลุ่มลูกค้ารักสัตว์และไม่คุ้นเคยกับสัตว์/เป็นภูมิแพ้สัตว์ เป็นความท้าทายที่ธุรกิจต้องบริหารจัดการ ซึ่งทำได้โดยแบ่งแยกพื้นที่ให้ชัดเจน และกำหนดมาตรฐานความสะอาดเพื่อสร้างความเชื่อมั่น

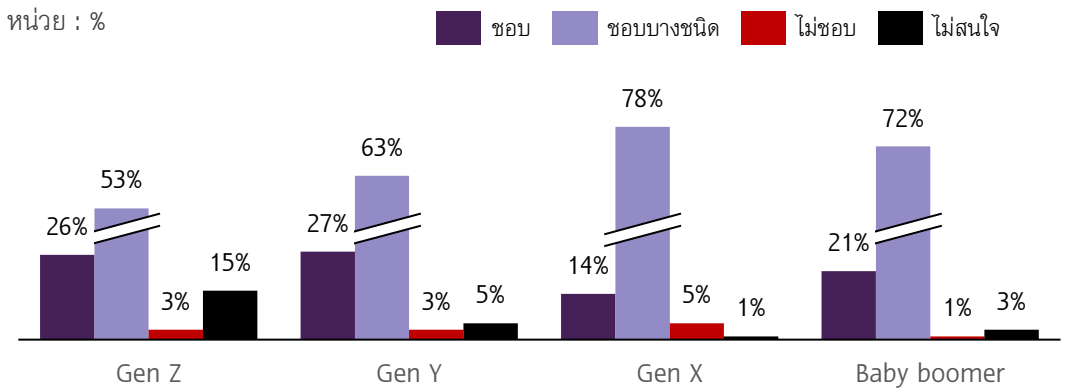
## ธุรกิจต้องสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มีทั้งกลุ่มที่รักสัตว์และกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกับสัตว์

- การแยกพื้นที่เป็นสัดส่วนระหว่างทั้ง 2 กลุ่ม
- การจัดทำข้อกำหนดที่เข้มงวดและชัดเจน
- การประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าได้รับรู้ถึงการบริหารจัดการ

### สัดส่วนกลุ่มคนไทยมีอาการภูมิแพ้สัตว์เลี้ยงปี 2018*

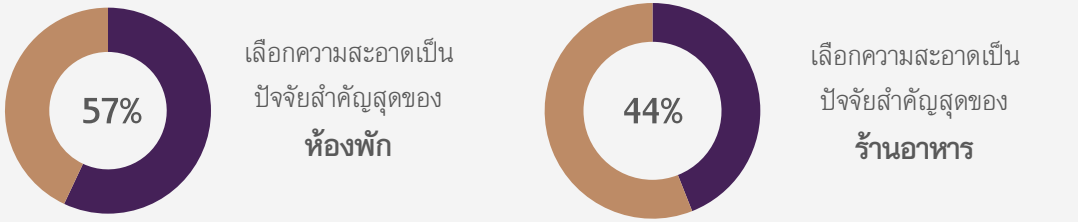



## ความชอบสัตว์ในแต่ละ Generation ของชาวไทยก็แตกต่างกัน**




## ความสะอาดเป็นเหตุผลสำคัญที่คนทั่วไปเลือกที่จะไม่เข้าร้านอาหาร Pet friendly

### โดยชาวอเมริกันให้ความสำคัญกับความสะอาดเป็นอันดับ 1 ในการเลือกที่พักและร้านอาหาร***




## ตัวอย่างโรงแรม และร้านอาหาร Pet friendly

### โรงแรม Double Tree by Hilton

- สร้างความเชื่อมั่นด้วยมาตรฐานความสะอาด Hilton CleanStay โดยรักษาความสะอาด ฆ่าเชื้อ ด้วยความรู้จากโรงพยาบาล และบริษัทผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ

### ร้านอาหาร Greyhound cafe

- แยกชามใส่อาหารสัตว์เลี้ยงชัดเจน โดยใช้เป็นชามสแตนเลส ทำความสะอาดง่าย
- มีข้อกำหนดให้สุนัขทานอาหารแค่บนพื้น และเจ้าของต้องดูแลไม่ให้สุนัขขับถ่ายบริเวณร้าน

หมายเหตุ : *การสำรวจโดยคลินิกโรคภูมิแพ้ โรงพยาบาลรามาธิบดี, **ผลสำรวจจากรายงาน TGM Research 2023, ***ผลสำรวจชาวอเมริกันจาก StudyFinds
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ TGM Research 2023, โรงพยาบาลรามาธิบดี และ Studyfinds

# 2 ต้นทุนค่าใช้จ่ายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการยกระดับการให้บริการแก่กลุ่ม Pet tourist ซึ่งทำได้โดยแบ่งแยกพื้นที่ให้ชัดเจน และกำหนดมาตรฐานความสะอาดเพื่อสร้างความเชื่อมั่น

## ต้นทุนค่าดำเนินการที่เพิ่มสูงขึ้น เพื่อรองรับกลุ่ม Pet tourism

### โรงแรม

**ค่าทำความสะอาด**

**การทำความสะอาดที่มากขึ้นและบ่อยกว่าเดิม** ซึ่งแม้ปัจจุบันราคาน้ำยาทำความสะอาดที่ไม่เป็นอันตรายต่อสัตว์เลี้ยงจะไม่แตกต่างกับน้ำยาทั่วไปแล้วก็ตาม โดยต้นทุนค่าทำความสะอาดที่เพิ่มขึ้นคาดว่าจะอยู่ที่ราว 20% ของค่าทำความสะอาดปกติ

**ค่าบุคลากร**

**การจ้างบุคลากรเพื่อดูแลสัตว์เลี้ยง** และค่าจ้างพนักงานที่เพิ่มขึ้นสำหรับพนักงานเดิมที่ต้องดูแลสัตว์เลี้ยงด้วย อีกทั้ง ยังมีค่าใช้จ่ายในการอบรมบุคลากรให้มีความรู้ในการดูแลสื่อสาร และรับมือกับสัตว์เลี้ยง

**อุปกรณ์เพิ่มเติม**

**อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง** เช่น ชามอาหาร เบาะนอน แผ่นรองขับถ่าย

**ค่าบำรุงรักษา**

**ห้องพักที่มีแนวโน้มเสื่อมไวขึ้น** จากการมีสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการ รวมถึงค่าประกัน

### ร้านอาหาร

**เมนูอาหาร**

**ต้นทุนของวัตถุดิบ** หรืออาหารสำเร็จรูปที่ต้องเตรียมไว้เพื่อบริการสัตว์เลี้ยง

**พื้นที่**

**การจัดสรรพื้นที่เพิ่ม** หากต้องการแบ่งโซนพื้นที่ หรือบริเวณให้สัตว์เลี้ยงวิ่งเล่น

### ขนส่งและสายการบิน

**ค่าปรับปรุง**

**ปรับปรุงเครื่องบินบางส่วน**เพื่อให้ระบายอากาศได้ดีและมีอุณหภูมิเหมาะสมระหว่างขนส่งสัตว์เลี้ยงผ่านการโหลดใต้ท้องเครื่อง

**ความเสี่ยง**

**ค่าเสียหายที่อาจเกิดขึ้น** หากเกิดความเสียหายกับสัตว์เลี้ยงระหว่างเดินทาง

**มาตรการป้องกันโรคติดต่อ**ทั้งบริเวณสนามบิน และภายในเครื่องบินไม่ว่าจะเป็นบริเวณที่โหลดสัมภาระ และในห้องโดยสาร รวมถึงขนสัตว์ที่อยู่ในระบบอากาศ

**การฝึกอบรมบุคลากรเพิ่มเติม** เพื่อดูแล และรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินในการขนส่งสัตว์เลี้ยง

### Pet healthcare

**การเพิ่มรอบความถี่ในการทำความสะอาด** เพื่อรองรับความคาดหวังของกลุ่ม Pet tourist

**การแข่งขันในการดึงดูดสัตว์แพทย์และบุคลากรต่าง ๆ** ให้เข้ามาบริการใน Pet hospital & Pet care

**การขยาย Capacity ในการให้บริการ** เช่น ห้องตรวจ ห้องปฏิบัติการ จากความต้องการใช้บริการที่เพิ่มขึ้น

**ใบรับรอง**

**เข้าร่วมกับ Pet friendly certification ระดับโลก** เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ Pet tourist ทั่วโลก



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC

SCB EIC

# การเสนอบริการที่ได้มาตรฐาน มีกฎระเบียบที่ชัดเจนตรงตามความคาดหวังของกลุ่มคนรักสัตว์ การประชาสัมพันธ์ธุรกิจด้วยภาพสัตว์เลี้ยง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดกลุ่มกำลังซื้อสูง เป็นแนวทางสำคัญในพัฒนาธุรกิจรองรับเทรนด์ Pet tourism

## เสนอบริการที่ได้มาตรฐาน มีกฎระเบียบชัดเจน และตรงตามความคาดหวัง

### ความคาดหวังต่อมาตรฐานของร้าน Pet friendly*

- แจ้งค่าบริการที่ชัดเจน ทุกขนาด ทุกชนิด
- มีการจัดทำและแจ้งกฎระเบียบสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ชัดเจน
- มีหลักเกณฑ์วัดขนาดสัตว์เลี้ยงเป็นมาตรฐาน
- ข้อห้ามของธุรกิจจะต้องมีเหตุผลที่ดีในการรองรับ

### รูปแบบบริการที่จะสร้างความประทับใจให้แก่ Pet tourist

- กำหนด Pet friendly route ให้พาสัตว์เลี้ยงเดินสำรวจได้
- บริการผู้ช่วยดูแลสัตว์เลี้ยง
- สถานที่ที่ปลอดภัยเป็นอีกเหตุผลสำคัญในการพาสัตว์เลี้ยงออกมาเที่ยว
- บริการช่างภาพมืออาชีพ
- บริการพิเศษสำหรับสัตว์เลี้ยง เช่น สปา หรือ Happy hour สัตว์เลี้ยง
- บริการช่วยเหลือฉุกเฉินแก่สัตว์เลี้ยง

## เพิ่มการประชาสัมพันธ์

### การใช้ภาพสัตว์เลี้ยงจะช่วยเพิ่มยอด Online engagement และทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าผู้รักสัตว์ได้ง่ายขึ้น

การใช้ภาพสัตว์เลี้ยงช่วยเพิ่มยอด**การเข้าถึงในโซเชียลมีเดียได้สูงถึง 63%** โดยโฆษณาที่มีสุนัขหรือแมวจะมียอดเข้าชมมากกว่าปกติ 5 เท่าและ 28 เท่าตามลำดับ และจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสัตว์ได้มากขึ้น

## พัฒนาผลิตภัณฑ์

### พัฒนาการบริการเพื่อดึงดูดลูกค้ารักสัตว์กำลังซื้อสูง

- เพิ่มคุณภาพวัตถุดิบ หรือเพิ่มมาตรฐานการบริการให้สูงขึ้น
- ผนวกความรู้จากสัตวแพทย์มาปรับใช้ในด้านสุขภาพและพฤติกรรม
- ใช้รูปแบบการบริการ หรือวัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์ หาได้เฉพาะในพื้นที่

หมายเหตุ : *ผลสำรวจจาก Sniffspot ในกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขในสหรัฐอเมริกา 1,000 ราย
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ ททท., การสำรวจจากเว็บไซต์ Sniffspot และ Nichefire

ท่านพึงพอใจต่อบทวิเคราะห์นี้เพียงใด?

# ความเห็นของท่าน สำคัญกับเรา

**ร่วมตอบแบบสอบถาม 6 ข้อ**
**เพื่อนำไปพัฒนาบทวิเคราะห์ของ**
**SCB EIC ต่อไป**

**คลิกเพื่อทำ**
**แบบสอบถาม**

# SCB EIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER

INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING

## WEBSITE

**www.scbeic.com**

up-to-date with email notification

## LINE OFFICIAL ACCOUNT

SCB EIC

SCB EIC