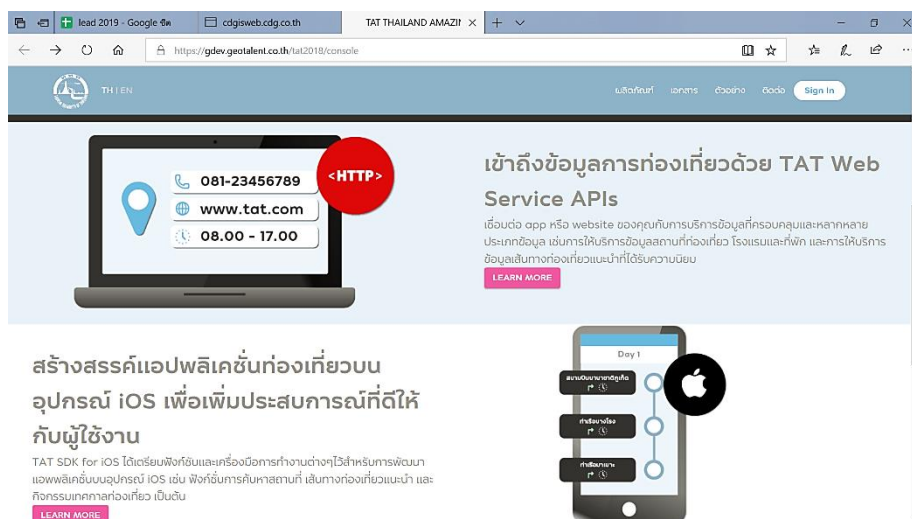


## แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต

จากการศึกษารูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของพฤติกรรมจากความต้องการ ความนิยมที่เปลี่ยนแปลงไปหรืออาจมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพล ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คน ดังนั้นธุรกิจท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และนำมาปรับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้จากการศึกษาข้อมูลเดิมที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการตั้งข้อสังเกตการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่าแนวโน้มของพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปพอสรุปได้ ดังนี้

1. นิยมการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น ทั้งเดินทางเป็นครอบครัว เดินทางและกลุ่มเป็นหมู่คณะ
2. ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนด้วยการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลาที่สั้นลง แต่เที่ยวบ่อยขึ้น
3. สนใจสุขภาพมากขึ้น เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีกิจกรรมบริการด้านสุขภาพหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ที่พักที่มีอากาศดี มีกิจกรรมออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ
4. ให้ความสำคัญกับการสื่อสารไร้พรมแดน โดยแสวงหาบริการทางการท่องเที่ยวที่ให้ความสะดวก รวดเร็ว สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองโดยผ่านสมาร์ทโฟน (Smart Phone) หรือเป็นไปในลักษณะที่เรียกว่าระบบออนไลน์ (Online) และเป็นสมาชิกระบบเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ (Social Network) มากขึ้น



ภาพ ฟังก์ชันออนไลน์ทางการท่องเที่ยว

5. เน้นการบริการที่เป็นเฉพาะตนมากขึ้น โดยจะมองหาบริการที่สามารถปรับเปลี่ยนตามความต้องการเฉพาะบุคคล เช่น ทัวร์กอล์ฟ ทัวร์ทำฟืน ทัวร์ศิลปะกรรม การจัดงานแต่งงานในต่างแดน และรวมไปถึงการขอปรับเปลี่ยนบริการที่เข้ากับความต้องการของตนเองให้มากที่สุด อาจจะเป็นการบริการเมนูหมอนของโรงแรมบางแห่งที่มีรายการหมอนให้เลือกเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการและความจำเป็นของแขก การบริการ

พิเศษสำหรับเด็กทารกภายในโรงแรม ฯลฯ

6. มีแนวโน้มรักษาสีโลกและดูแลสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทั้งการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม หรือมลพิษต่างๆ การหลีกเลี่ยงการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยจะแสวงหาบริการทางการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวสีเขียว การท่องเที่ยวเพื่อสังคม อาจเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งรักษาสีสิ่งแวดล้อม ปูปลูกป่าทดแทน เก็บขยะ อนุรักษ์อุตสาหกรรมที่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม หรือการรณรงค์การเอาใจใส่เปรียบคนในสังคม ดังตัวอย่างที่พบเห็นได้บ่อยๆ เช่น การท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ท่องเที่ยวเล่นน้ำเพื่อร่วมรณรงค์การสร้างแหล่งพลังงานถ่านหิน การจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อร่วมรณรงค์ การแสวงหาประโยชน์ทางเพศจากเด็ก หรือที่เรียกกันว่าการท่องเที่ยวเพื่อมีเพศสัมพันธ์กับเด็ก



ภาพ การท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ท่องเที่ยวเล่นน้ำ

7. ให้ความสนใจในข้อมูลข่าวสารและใช้เทคโนโลยีทันสมัย นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตด้วยตนเองที่บ้านหรือที่ทำงาน เพื่อให้สามารถวางแผนและจัดการท่องเที่ยวได้ตามความต้องการและความพึงพอใจ

8. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาค่าบริการ โดยจะเลือกซื้อบริการท่องเที่ยวที่ราคาถูกกว่าในระดับคุณภาพเดียวกัน

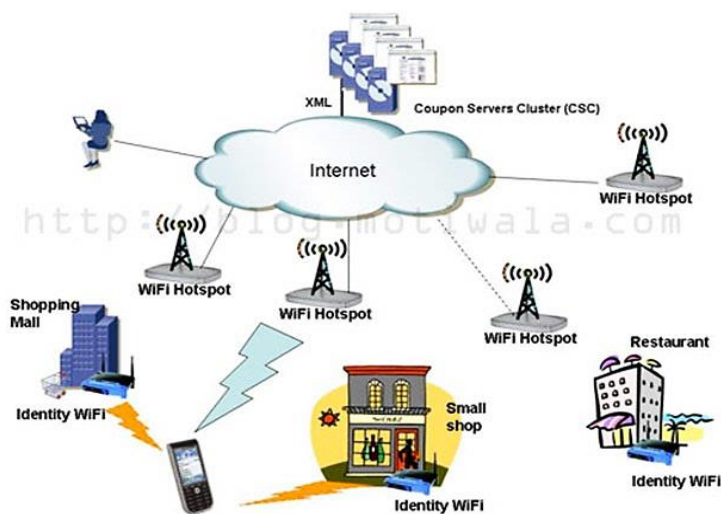
9. ให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยของการเดินทางและแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

10. เน้นการบริการที่ดี ได้มาตรฐานสากลและสะดวกรวดเร็วในทุกๆ ด้าน มีการพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง ทันต่อยุคสมัย ทันต่อเหตุการณ์

#### คาดการณ์การท่องเที่ยวไทยในอนาคต

การฟื้นตัวและการเติบโตของการท่องเที่ยวไทยในอนาคตจะยังคงขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวต่างชาติจากในแถบเอเชีย ซึ่งมีข้อดีคือมีศักยภาพในการเติบโตสูง แต่ข้อเสียด้านหนึ่งคือการพึ่งพานักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่งผลให้ธุรกิจมีความอ่อนไหวสูงเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ในระยะยาวนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ โดยเฉพาะชาวจีนจะมีทางเลือกในการท่องเที่ยวมากขึ้น และการกระตุ้นตลาดอาจไม่ได้ผลมากเหมือนในปัจจุบัน การเพิ่มขีด

ความสามารถในการแข่งขันจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะทางด้านการให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ซึ่งเป็นข้อต่อหลักของไทย



ภาพ โครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT

การกระจายกลุ่มฐานลูกค้าของธุรกิจโรงแรมโดยการดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิม เช่น กลุ่มชาวยุโรปที่ไม่อ่อนไหวต่อเหตุการณ์ทางการเมืองต่างๆ มากนัก อีกทั้งยังมีระยะพำนักยาวและใช้จ่ายสูง ร่วมกับการขยายตลาดในแถบเอเชียไปพร้อมๆ กัน เป็นอีกแนวทางเพื่อเป็นการลดความผันผวนและเพิ่มโอกาสการเติบโตของรายได้ไปพร้อมๆ กัน โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางเข้าถึงลูกค้ามากขึ้นตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นและไม่จองห้องพักล่วงหน้ามากนัก

ปัจจุบันการท่องเที่ยวไทยรอจังหวะการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากแถบเอเชียเป็นหลัก โดยในภาพรวมนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวดีขึ้น แต่จะยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่โดยคาดว่าจะใช้เวลาเวลานานกว่าวิกฤติอื่นๆ ที่ผ่านมาซึ่งใช้เวลาฟื้นตัวกลับมาเป็นบวกได้ภายในประมาณ 3-4 เดือนโดยเฉลี่ย ทั้งนี้ตั้งแต่เกิดเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2013 เป็นต้นมา จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 9 เดือนติดต่อกัน โดยตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติจากแถบเอเชียโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนที่มีสัดส่วนเกือบ 20% ได้ลดจำนวนลงค่อนข้างมากและส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวสูง ซึ่งตรงกันข้ามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเดิม ทั้งจากยุโรปและสหรัฐฯ ที่ได้รับผลกระทบน้อยกว่ามากจากเหตุการณ์ในครั้งนี้ โดยหากนับตั้งแต่เกิดเหตุการณ์ชุมนุมในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2013 จนมาถึงกันยายนที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกลดลง 12%YOY (เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีก่อนหน้า) ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากยุโรปยังมีจำนวนเพิ่มขึ้น 5%YOY สะท้อนให้เห็นว่าตลาดเดิมๆ ดูเหมือนจะมีการทำ ความเข้าใจสถานการณ์บ้านเมืองของไทยเป็นอย่างดี และยังคงเดินทางมาท่องเที่ยวทางภาคใต้เหมือนเดิม ในช่วงที่มีการชุมนุมในกรุงเทพฯ

ผลประกอบการของธุรกิจโรงแรมดูเหมือนจะยิ่งพึ่งพานักท่องเที่ยวจีนมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้มีความอ่อนไหวสูงตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยอัตราเข้าพักโรงแรมมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลง

ของนักท่องเที่ยวจีนเป็นพิเศษและมากขึ้นกว่าช่วงก่อนหน้านี้ กล่าวคือจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยแต่ส่งผลให้อัตราการเข้าพักโรงแรมเปลี่ยนแปลงตามได้มากขึ้นกว่าเดิม โดยในช่วง 2006-2010 จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1% จะช่วยเพิ่มอัตราเข้าพักโรงแรมในกรุงเทพฯ ได้ราว 8% แต่หลังปี 2011 เป็นต้นมา พบว่าอัตราการเข้าพักโรงแรมในกรุงเทพฯ จะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยราว 11% ถ้านักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้น 1% โดยประมาณ ในทำนองเดียวกันเมื่อนักท่องเที่ยวจีนลดลงก็จะส่งผลให้อัตราเข้าพักโรงแรมลดลงได้ค่อนข้างมากเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจึงควรมีแนวทางกระจายความเสี่ยงทางด้านตลาดนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง เพื่อให้ได้ประโยชน์จากทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวแถบเอเชียที่มีแนวโน้มขยายตัวสูง และยังคงฐานลูกค้าโซนตะวันตกส่วนหนึ่งเพื่อลดผลกระทบเมื่อเกิดสถานการณ์ที่จะส่งผลต่อนักท่องเที่ยวจากแถบเอเชียที่มีความอ่อนไหวสูงกว่า นอกจากนี้ การจองห้องพักล่วงหน้าเป็นระยะเวลานานนั้นมีความสำคัญน้อยลงโดยนักท่องเที่ยวกำลังเปลี่ยน

เทรนด์การจองห้องพักไปสู่ช่องทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เนื่องจากมีโอกาสจะได้รับราคาพิเศษ หรือสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมจากการจองห้องพักที่ยังว่างอยู่ในช่วงใกล้วันเดินทาง ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมยังมีการแข่งขันเพื่อใช้ประโยชน์จากช่องทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทั้งแง่มุมความหลากหลายและความตื่นตัวในการทำการตลาด

ศักยภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวไทยในอนาคตจะยังคงขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวจีน อาเซียน และ emerging market อื่นๆ แม้การหันไปมุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวในตลาดเดิม อาจจะเป็นอีกทางแนวทางหนึ่งสำหรับธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในแง่ของการรักษาฐานลูกค้าที่ไม่อ่อนไหวต่อเหตุการณ์ต่างๆ มากนัก อีกทั้งยังมีระยะพำนักรยาวและใช้จ่ายสูง แต่การเน้นลูกค้ากลุ่มตะวันตกมากเกินไปอาจเสียโอกาสในการเติบโตสูงของการท่องเที่ยวไทยในอนาคตข้างหน้า เพราะในอนาคตการท่องเที่ยวไทยจะยังได้รับผลดีจากนักท่องเที่ยวจีน อาเซียน และ emerging market อื่นๆ มากกว่าด้วยศักยภาพในการขยายตัวตามการเพิ่มขึ้นของรายได้ต่อหัวของประชากรที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชนชั้นกลาง โดยมีการคาดการณ์ว่าสามประเทศที่จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางออกนอกประเทศเพิ่มขึ้นมากที่สุดในช่วงปี 2012-2017 ได้แก่ จีน รัสเซีย และอินเดีย โดยเฉพาะชาวจีนจะมีการเดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นถึง 45 ล้านคน ชาวรัสเซียเพิ่มขึ้นประมาณ 17 ล้านคน

ในระยะยาวที่นักท่องเที่ยวตลาดใหม่ๆ จะมีทางเลือกมากขึ้น การท่องเที่ยวไทยจำเป็นต้องเพิ่มความสามารถในการแข่งขันเพื่อรักษาการขยายตัวอย่างยั่งยืน การฟื้นตัวและการเติบโตของการท่องเที่ยวไทยในระยะสั้น อาจจะไม่ใช้สิ่งที่น่ากังวลมากนัก เนื่องจากจะยังได้รับอานิสงส์จากตลาดใหม่ๆ ที่มีโอกาสขยายตัวสูง แต่การเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาวต่างหากที่ดูเหมือนจะต้องให้ความสำคัญอย่างจริงจัง ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมนอกจากการกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวด้วยข้อได้เปรียบทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันมาโดยตลอด แต่ยังมีอีกหลายปัจจัยที่ไทยต้องเร่งเสริมสร้างศักยภาพด้านการแข่งขันในระยะยาว ทั้งนี้การให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT

เป็นสิ่งที่อาจจะมีการพูดถึงกันมาก แต่ทั้งสองด้านนี้ยังเป็นจุดอ่อนของไทยจากการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ 140 ประเทศทั่วโลกพบว่าแง่มุมทางด้านสิ่งแวดล้อมของไทยที่ดูเหมือนจะด้อยกว่าประเทศอื่นๆ คือ ปัญหาทางด้านปริมาณฝุ่นละออง ความจริงจังในการอนุรักษ์สัตว์ป่า และการให้ความสำคัญกับสนธิสัญญาทางด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ค่อนข้างมีความชัดเจนถึงปัญหาอยู่แล้วโดยเฉพาะเรื่องระบบอินเทอร์เน็ตที่ยังตามหลังอยู่อีกหลายประเทศ ซึ่งสวนทางกับเทรนด์การใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทในภาคการท่องเที่ยวในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาในด้านดังกล่าวมีทิศทางที่ชัดเจนขึ้นจากนโยบาย digital economy ที่ภาครัฐกำลังให้การสนับสนุน

### เทรนด์ท่องเที่ยวปี 2020 ของคนไทย

1. กระแสเที่ยว “เมืองรอง” จะมาแรงขึ้น เพื่อพยายามลดปัญหานักท่องเที่ยวล้นเมืองและช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเมืองรองนี้จะเติบโตอย่างก้าวกระโดด ผู้เดินทางชาวไทยจำนวนมากกว่าครึ่ง (68%) อยากมีส่วนร่วมในการลดปัญหานักท่องเที่ยวล้นเมือง (จาก 54% ของผู้เดินทางทั่วโลก) ส่วน 65% ต้องการเปลี่ยนแผนไปเที่ยวจุดหมายอื่นที่เป็นที่รู้จักน้อยกว่าแต่คล้ายกับของเดิม ผู้เดินทางชาวไทยมากกว่า 3 ใน 4 79% อยากให้มีบริการ (แอปพลิเคชัน/เว็บไซต์) แนะนำจุดหมายที่หากมีผู้ไปเที่ยวเพิ่มขึ้นแล้วจะช่วยสร้างผลเชิงบวกให้กับชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ

**เมืองรอง หรือ Less visited area** หมายถึงเมืองที่ไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก หรือยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่มากนัก การกระจายรายได้ถึงชุมชนท้องถิ่นจึงแตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวหลัก เกณฑ์การพิจารณาความเป็นเมืองรองคือ เมืองดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่ถึง 6 ล้านคนต่อปี



ภาพ เมืองรอง หรือ Less visited area



2. ให้เทคโนโลยีคาดการณ์สิ่งที่ไม่คาดคิด ผู้เดินทางไทยมากกว่าครึ่ง (64%) เน้นว่าระหว่างเดินทางจะใช้แอปพลิเคชันที่ทำให้เลือกดูและจองกิจกรรมแบบเรียลไทม์ได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย ในขณะที่ผู้คนจำนวน 61% มีแผนที่จะใช้แอปพลิเคชันที่สามารถวางแผนกิจกรรมต่างๆ ล่วงหน้า เพื่อให้มีค่าตอบรวมอยู่ในที่เดียว และเพื่อตอบสนองความต้องการนี้ ในปี 2020 จะมีแอปพลิเคชันจำนวนมากยิ่งขึ้นมาพร้อมกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่คอยเสนอคำแนะนำสำหรับผู้ใช้นั้นๆ โดยเฉพาะไม่ว่าจะเป็นจุดหมายที่พักและกิจกรรมที่น่าสนใจ โดยอิงตามความชอบในปัจจุบัน ทริปก่อนหน้า และองค์ประกอบหลักที่อาจส่งผลกระทบต่อได้ เช่น สภาพอากาศและความนิยม

3. เทียวแบบโลว์ๆ จะมาแทน #FOMO แทนที่จะต้องคอยกลัวตกกระแส (Fear of Missing Out หรือ FOMO) และต้องเร่งรีบทำทุกอย่างให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ การเดินทางในปี 2020 นั้นจะเปลี่ยนไป โดยผู้เดินทางชาวไทยมากกว่าครึ่ง (61%) วางแผนที่จะใช้รูปแบบการเดินทางที่ช้าลงเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ 3 ใน 4 (78%) อยากเลือกเส้นทางที่ใช้เวลาเพิ่มขึ้นเพื่อสัมผัสประสบการณ์จากการเดินทางให้มากขึ้น นอกจากนี้ ผู้เดินทาง 73% อยากสัมผัสถึงความรู้สึกราวกับได้ย่อนเวลา ด้วยการนั่งรถไฟสายประวัติศาสตร์ (เช่น Flying Scotsman หรือ Orient Express) เผื่อปีแห่งการเดินทางสุดพิเศษแบบค่อยเป็นค่อยไปได้เลย



ภาพ ทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี



4. ค้นพบการท่องเที่ยวที่สัมผัสความสนุกได้แบบครบครัน โลกที่หมุนไปอย่างรวดเร็วทำให้ผู้คนส่วนใหญ่มักไม่มีเวลาว่างพอ เป็นเหตุให้ไม่ได้เริ่มทริปหรือหยุดพักผ่อน ผู้เดินทางต่างต้องการใช้เวลาให้มีประสิทธิภาพที่สุดระหว่างพักผ่อน ดังนั้น ขแทนที่จะเที่ยวแค่แบบเดียวตลอดทริป ในปี 2020 จะมีผู้เดินทางที่ต้องการทริปแบบ “ความสนุกครบครัน” เพิ่มขึ้น โดยไปเยือนจุดหมายที่มอบประสบการณ์หลากหลายและมีสิ่งน่าสนใจ โดย 7 ใน 10 ของผู้เดินทางชาวไทย (71%) กล่าวว่าต้องการออกทริปยาวๆ สักครั้งเพื่อไปยังสถานที่ที่มีกิจกรรมและสิ่งที่น่าสนใจสุดโปรดทั้งหมดอยู่ในที่เดียวกัน และอีก 77% ยอมรับว่าจะเลือกจุดหมายที่มีกิจกรรมและสิ่งที่น่าสนใจสุดโปรดทั้งหมดอยู่ในที่เดียวกัน

5. สัตว์เลี้ยงต้องมาเป็นอันดับหนึ่ง เจ้าของสัตว์เลี้ยงทั่วโลกเกินครึ่ง (55%) กล่าวว่าให้ความสำคัญ

กับสัตว์เลี้ยงเหมือนเป็นลูก รวมถึง 53% ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงชาวไทยด้วยกัน เจ้าของสัตว์เลี้ยงชาวไทย 52% ยอมรับว่าในปีหน้าจะเลือกจุดหมายพักร้อนโดยอิงจากความเป็นไปได้ในการพาสัตว์เลี้ยงไปด้วย และเจ้าของสัตว์เลี้ยงจำนวน 52% ก็ยินดีที่จะจ่ายเพิ่มเพื่อพัก ณ ที่พักซึ่งเป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง



ภาพ ปราณบุรี ดีไลท์ รีสอร์ท เป็นที่พักที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง



ภาพ ด่านช้าง กรีนวิว รีสอร์ท สามารถพาหมา และแมวมาพักได้

6. สร้างความทรงจำดีๆ ด้วย “ทริปสองวัย” ปี 2020 เป็นปีแห่ง “ทริปสองวัย” ลืมคำว่าช่องว่างระหว่างวัยไปได้เลย เพราะจะมีปู่ย่าตายายจำนวนมากขึ้นที่พร้อมไปพักร้อนอย่างยิ่งใหญ่กับหลานๆ โดยไม่ได้พาคนเป็นพ่อแม่ไปด้วย ชาวไทยในรุ่นปู่ย่าตายายเกือบ 3 ใน 4 (74%) ยอมรับว่าการใช้เวลากับหลานๆ ทำให้ตนเองได้รู้สึกย้อนวัยอีก 56% เชื่อว่าเหล่าพ่อแม่ก็อยากมีเวลาเป็นส่วนตัวบ้างโดยไม่มีเด็กๆ มารบกวน

7. แข่งกันไปจองร้านอาหาร ผู้เดินทางต่างให้ความสำคัญกับเรื่องอาหารเป็นอันดับแรกๆ โดยต่างแย่งกันจองร้านอาหารต่างๆ สำหรับหลายคนแล้ว การเลือกจุดหมายและช่วงที่จะเดินทางนั้นเริ่มต้นจาก (และขึ้นอยู่กับว่า) สามารถจองร้านอาหารเพื่ออิมเมอร์กับอาหารที่อยากรับประทานมากๆ ได้หรือไม่ ซึ่งหลายครั้งหลายคราจะเป็นร้านซึ่งมีคิวยาวเหยียดต่อเนื่องเป็นเดือนๆ

นอกจากนี้ ความหิวก็ยังถูกกระตุ้นด้วยเนื้อหาและคำแนะนำมหาศาลบนโซเชียลมีเดีย จึงไม่ได้มีเพียงร้านอาหารชื่อดังเท่านั้นที่ผู้เดินทางต่างพยายามอย่างเอาเป็นเอาตายเพื่อจองโต๊ะ “ร้านลับ” ซึ่งเป็นสถานที่โปรดของคนท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เดินทางชาวไทยส่วนใหญ่ จำนวนถึง 85% กล่าวว่า การได้รับประทานอาหารที่ชิวๆ ฤดูใบไม้ร่วงในท้องถิ่นนั้นเป็นเรื่องสำคัญเมื่อไปทริปวันหยุด

8. ทางลัดที่จะได้ออกเดินทางระยะยาว เนื่องจากการเกษียณมีแนวโน้มมากขึ้นเรื่อยๆ ที่จะไม่ได้อายุเพียงเพื่อมีอายุถึงจุดหนึ่งและไม่ต้องทำงานแล้ว แต่วางแผนอย่างเข้มข้นที่จะเกษียณเร็วขึ้น ในปี 2020 เราจึงจะเห็นการวางแผนการเกษียณเป็นเหมือนกับ “การวางแผนเดินทางเพื่อออกผจญภัย” ชาวไทยในช่วงอายุ 18-25 ปี จำนวนมากกว่า 1 ใน 4 (28%) กำลังวางแผนที่จะเกษียณก่อนอายุ 55 ปี โดยเรื่องที่วางแผนว่าจะทำก็เปลี่ยนไปเช่นกัน สำหรับปี 2020 ผู้เดินทางจะเปลี่ยนแนวคิดและเริ่มวางแผนครั้งใหญ่หลังเกษียณในอนาคต โดยผู้เดินทางชาวไทย 7 ใน 10 (72%) เห็นว่าการออกเดินทาง หรือท่องเที่ยว เป็นวิธีสุดสมบูรณ์แบบที่จะใช้เวลาว่างจากการเกษียณ

ส่วนผู้เดินทางชาวไทย 3 ใน 4 (73%) วางแผนที่จะทำให้ทริปโหดโผนขึ้นเมื่อเกษียณแล้ว และมากกว่า 1 ใน 4 (28%) ของคนที่เกษียณแล้วก็กำลังวางแผน Gap Year กล่าวคือเอาเวลาไปเที่ยวนานหลายเดือนโดยไม่ให้มีเรื่องอะไรมาขัดจังหวะ ซึ่งเป็นการเดินทางที่ผู้เดินทางชาวไทยเกือบ 3 ใน 4 (73%) เห็นพ้องว่าสามารถทำตอนอายุเท่าไรก็ได้

### แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปี 2030

สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (WTCC) รายงานถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกในปี 2016-2026 ระบุว่า จีดีพีภาคการท่องเที่ยวจะเติบโตเฉลี่ย 4% ต่อปี โดยในปี 2026 การท่องเที่ยวจะส่งผลให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นทั้งหมด 370 ล้านตำแหน่งงานทั่วโลก ซึ่งถือเป็น 1 ใน 9 ของตำแหน่งงานทั้งหมดในโลก

ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวยังคงคาดหวังการได้รับข้อมูลจาก "บริษัทนำเที่ยว" รวมทั้งการนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เป็นที่ปรึกษาที่ดีแก่นักท่องเที่ยวทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวสืบเนื่องจากราคาเทคโนโลยี และความสามารถในการเข้าใจลูกค้า โดย 42% ของผู้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ชื่นชอบบริษัทที่พวกเขาารู้สึกว่าได้มีส่วนร่วม และรับฟังความต้องการของลูกค้า

"Simon Er" ผู้จัดการทั่วไป โกลบอล แทรเวล แอนด์ เซนิก แทรเวล บริษัทนำเที่ยวยักษ์ใหญ่ในสิงคโปร์ กล่าวว่า บริษัทนำเที่ยวต้องนำเสนอบริการที่ออกแบบ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ลูกค้า พร้อมสร้างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และน่าจดจำ เนื่องจากลูกค้าต่างคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่สุด ทั้งหมดนี้ คือเทรนด์ท่องเที่ยวโลกในช่วง 10 ปีข้างหน้า ที่ภาคท่องเที่ยวไทยต้องติดตามสถานการณ์ตลาด แนวโน้ม และติดตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปไว้ให้ดี

**"เอเชีย" GDP ท่องเที่ยวโตสูงสุด** ทั้งนี้ เอเชียจะมีการเติบโตของจีดีพีภาคการท่องเที่ยวมากที่สุด 7.1% โดยอินเดียเติบโต 7.5% ส่วนจีนเติบโต 7% ส่วนภูมิภาคที่คาดว่าจะเติบโตในอัตรา 4-6% ได้แก่ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เฉลี่ย 5.8% เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ 5.6% แอฟริกา 4.2% ตะวันออกกลาง 4.9% และแอฟริกาเหนือ 4.2% ด้านภูมิภาคที่คาดว่าจะเติบโตต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งอยู่ที่ 4% คือ ละตินอเมริกาเติบโต 3.7% อเมริกาเหนือ 3.5% แคริบเบียน 3.4% ยุโรป 2.8% และประเทศจีนจะมีการลงทุนทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากกว่าสหรัฐอเมริกา

อย่างไรก็ตาม ยังมีการคาดการณ์ว่า จีดีพีการท่องเที่ยวของสหรัฐจะยังเติบโตมากกว่า ขณะที่ประเทศอินเดีย ในปี 2026 จะอยู่ใน 10 อันดับประเทศด้านการท่องเที่ยว รวมถึงเมียนมา นามิเบีย แทนซาเนีย ยูกันดา เวียดนาม และแซมเบีย ซึ่งเมื่อคู่มือของการใช้จ่าย รายงานระบุว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน สหรัฐฯ เยอรมัน และอังกฤษ ถือเป็นประเทศที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงสุด 4 อันดับแรกของโลกในปี 2026

**"ประเทศไทย" No.2 ของโลก และ "ประเทศจีน" นำจ๊อบตาที่สุด** ส่วนประเทศไทยคาดการณ์ว่าในปี 2026 จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 ของโลก สูงกว่าประเทศจีนและสเปน สอดรับกับ "ยุทธศาสตร์ สุกสร"



ผู้ว่าการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่า สำหรับโอกาสที่จะเห็นตัวเลขนักท่องเที่ยวจีนมากถึง 25 ล้านคนในอนาคต และ คาดว่าน่าจะมีความเป็นไปได้ภายใน 5-10 ปีนี้ จากกระแสความนิยมของตลาดจีน ที่เที่ยวไทยที่ยังพุ่งสูงต่อเนื่อง

สถิตินักท่องเที่ยวจีนมาไทยในช่วง 9 ปีที่ผ่านมา (ปี 2007 - 2015) พบว่า ยอดนักท่องเที่ยวเติบโตเฉลี่ย 30% ต่อปี ขณะที่รายได้เติบโตเฉลี่ย 38% สำหรับตัวเลขช่วง 6 เดือนแรกของปี 2016 มีชาวจีนเดินทางเข้ามาแล้วกว่า 4.8 ล้านคน เติบโต 22% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

และจากรายงาน ทรานสปอร์ต โฟกัส รีพอร์ต ของ Rome2rio ของประเทศออสเตรเลีย ระบุว่า จีนถือเป็นประเทศที่น่าจับตามองอย่างมากในอุตสาหกรรมการเดินทางทางอากาศ หลังมีเที่ยวบินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2014 เป็นต้นมา โดยจัดลำดับประเทศที่มีเครือข่ายการเชื่อมโยงทางอากาศ 20 ประเทศแรกที่มีเที่ยวบินตรงระหว่างประเทศมากที่สุด โดย "กรุงลอนดอน" ประเทศอังกฤษ มีเส้นทางเชื่อมโยงมากที่สุดในโลก ซึ่งมีเที่ยวบินตรงระหว่างประเทศมากถึง 351 เส้นทาง โดยในภูมิภาคเอเชีย "ฮ่องกง" ถือเป็นเมืองที่มีเส้นทางเชื่อมโยงมากที่สุด สู่ 147 เมือง รองลงมาคือ "กรุงโซล" เกาหลีใต้ 141 เส้นทาง "กรุงเทพฯ" 131 เส้นทาง และ "สิงคโปร์" 129 เส้นทาง