

Tourism at a crossroad: อนาคตภาคการท่องเที่ยวไทย เดินต่ออย่างไรในฟ้าหลังฝน

วีริษฐา ประจงการ
สุชานัน จุนอนันตธรรม
ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาค
ธนาคารแห่งประเทศไทย

ตั้งแต่ต้นปีที่แล้วภาคการท่องเที่ยวไทยได้รับผลกระทบรุนแรงยืดเยื้อจากโควิด-19 โดยนักวิเคราะห์มองว่า ในปีนี้ไทยอาจมีนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ถึง 5 แสนคน (จากเกือบ 40 ล้านคนในปี 62 ที่สร้างรายได้ประมาณ 2 ล้านล้านบาท หรือ 11% ของ GDP) มองไปข้างหน้า การระบาดของโควิดจะไม่เพียงส่งผลกระทบต่อระยะสั้น แต่จะเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั่วโลก เน้นด้านสุขภาพและสุขอนามัยเพิ่มขึ้น เป็นการท่องเที่ยวที่ปลอดภัยหลีกเลี่ยงคนพลุกพล่าน เที่ยวระยะใกล้มากขึ้น นิยมเที่ยวแบบ niche travel มากกว่า mass travel แบบเดิม และให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มความสะดวกสบายตลอดการเดินทาง โจทย์สำคัญของประเทศนอกจากจะเป็นเรื่องว่าเมื่อใดภาคการท่องเที่ยวจะฟื้นตัวแล้ว เรายังต้องใช้โอกาสนี้ ทบทวนปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยวเพื่อให้กลับมาเติบโตขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้ยั่งยืนในโลกหลังโควิด

เรามีทางเลือกอะไรบ้างในการกำหนดทิศทางการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวให้ถึงปลายทางที่เราตั้งเป้า?
Old model vs new positioning: Building a more sustainable footing

ประเด็นที่น่าสนใจจากงานเสวนา “ฟ้าหลังฝน มิติใหม่ท่องเที่ยวไทย”¹ ที่ ธปท. และ บริษัทวีซ่า อินเทอร์เน็ตชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ร่วมกันจัดขึ้นเมื่อเดือนมิถุนายน 2564 ได้เสนอบทความ Revitalising Thailand’s tourism sector: In search of enablers for future sustainability ซึ่งปัญหาว่าโมเดลการท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ ของไทย อาจเพิ่มความเปราะบางและความผันผวนของรายได้ภาคการท่องเที่ยวในโลกหลังโควิด ทั้งจากการสร้างรายได้ผ่านการพึ่งพาจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากไป ขณะที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายลดลง รวมถึงยังมีปัญหาการกระจุกตัวทั้งด้านสัญชาตินักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเดิม ๆ และช่วงเวลาท่องเที่ยว โดยบทความฯ ได้นำเสนอโมเดลการท่องเที่ยวใหม่ภายใต้ 2 หลักการ ได้แก่ (1) “Value over volume” approach และ (2) Diversification approach เพื่อเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยหากสามารถเพิ่มจากเดิม 48,000 บาทต่อคน เป็น 60,000 บาทได้ จะทำให้ไทยได้รายได้เท่าเดิมแต่ด้วยนักท่องเที่ยวเพียง 32 ล้านคน อีกทั้งต้องเพิ่มสมดุลในภาคการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ เช่น กระจายแหล่งที่มาของรายได้ให้พึ่งพาลาดนักท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้น เพื่อให้รายรับจากการท่องเที่ยวมีเสถียรภาพ และช่วยรองรับความเสี่ยงในอนาคต รวมถึงเพิ่มการกระจายรายได้ผ่านการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น และที่สำคัญต้องทำให้การท่องเที่ยวไม่สร้างต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมมากเหมือนในอดีต

¹ หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมที่

<https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/Pages/ThailandFutureGrowth.aspx>

ภายใต้หัวข้อ Revitalising Thailand’s tourism sector: In search of enablers for future sustainability

Thailand's tourism landscape: Old legacy vs new positioning

	Features	Travellers' Types	Destinations	People & Businesses	Policy Options at the crossroads
Old legacy	<ul style="list-style-type: none"> In-door activities Crowded areas Crime-prone areas Close contacts 	<ul style="list-style-type: none"> Mass/cheap tours Low-income travellers 	<ul style="list-style-type: none"> 1st-tier cities & iconic attractions only 	<ul style="list-style-type: none"> Businesses targeting group tours Labour-intensive industry Low-skilled labours 	<ul style="list-style-type: none"> Pursuing old path with lower demand <input type="checkbox"/>
	<ul style="list-style-type: none"> Nature & cultural attractions 	<ul style="list-style-type: none"> Private/customised tours FITs Regional travellers Leisure travellers 	<ul style="list-style-type: none"> 1st-tier + connecting & peripheral cities 2nd-tier cities 	<ul style="list-style-type: none"> Businesses for FITs/ small groups Skilled labours 	<ul style="list-style-type: none"> Enhancing existing competitive edge <input checked="" type="checkbox"/>
New positioning	<ul style="list-style-type: none"> Outdoor activities Green & community based tourism Medical & wellness Business meeting 	<ul style="list-style-type: none"> Premium travellers Domestic travellers Business travellers 	<ul style="list-style-type: none"> Lesser-known outdoor destinations 	<ul style="list-style-type: none"> Businesses with health standard Small & local businesses Contactless across tourism value chain 	<ul style="list-style-type: none"> Creating new values <input checked="" type="checkbox"/> Policy focus

ที่มา: บทความ Revitalising Thailand's tourism sector: In search of enablers for future sustainability, Joint-study between Bank of Thailand and VISA International (Thailand) Ltd.

นอกจากนี้ การปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยวไปโมเดลใหม่นี้ จะสร้างการลงทุนในภาคการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อาทิ การลงทุนด้านดิจิทัลเพื่อสนับสนุนกระแส Contactless และแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยว การปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวและการลงทุนในระบบการคมนาคม จากปัจจุบันที่ไทยลงทุนเพียงแค่ 13% ของรายได้ภาคการท่องเที่ยว เทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น เช่น ฟิลิปปินส์ และมาเลเซียที่มีสัดส่วนที่ 21% และ 27% ตามลำดับ รวมทั้งจะทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรการผลิต ทั้งสินค้าทุน เครื่องจักร และแรงงานไปในที่ที่จะได้รับผลดีสูงสุดและจะมีส่วนช่วยเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) การให้บริการ ทั้งนี้ การปรับโฉมภาคการท่องเที่ยวให้พึ่งพาปัจจัยทุนมากขึ้น จากเดิมที่ภาคการท่องเที่ยวพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ และแรงงานจำนวนมาก (มากกว่า 7 ล้านคน คิดเป็น 20% ของการจ้างงานทั้งหมด) ทำให้ในช่วงเปลี่ยนผ่านแรงงานบางส่วนจำเป็นต้องมีการปรับทักษะให้สอดคล้องกับเทรนด์ใหม่ ขณะที่แรงงานส่วนเกินจำเป็นต้องได้รับการดูแลให้สามารถเปลี่ยนไปทำงานในภาคบริการอื่นที่อาจได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคต เช่น ภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Hospitality and wellness

เราควรฟื้นฟูจากมรสุมด้วยภาคการท่องเที่ยวที่มีหน้าตาอย่างไร?

New tourism landscape: Enhancing competitive edges and creating new values

ไทยควร Reposition ภาคการท่องเที่ยว โดยเน้นการท่องเที่ยวกลุ่มที่คาดว่าจะมีความต้องการเพิ่มขึ้น โดยเริ่มจากการต่อยอดกิจกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเดิม (Old legacy) อยู่แล้ว เช่น ด้านธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม ควบคู่กับสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสชีวิตคนท้องถิ่นที่เพิ่มมูลค่าและแรงจูงใจ พร้อมไปกับการขยายกลุ่ม/ความถี่ของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติในภูมิภาค (Regional travelers) เช่น ญี่ปุ่น ไต้หวัน จากแนวโน้มการปรับพฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้มากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางด้วยตนเอง (Free Independent Travelers: FIT) หรือกลุ่ม Customized tour ซึ่งจะใช้จ่ายต่อทริปประมาณ 51,000 บาทต่อคน สูงกว่ากรุ๊ปทัวร์ที่ประมาณ 39,000 บาท และเน้นการรองรับนักท่องเที่ยว 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

(1) กลุ่ม Medical & wellness tourism ที่จะได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อทริปสูงถึงประมาณ 80,000-120,000 บาท และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจไทยสูงกว่า 80% ของรายได้ที่ได้รับ (2) กลุ่ม Green & community-based tourism ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองและลด over-tourism อีกทั้งรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจถึงประมาณ 60-80% ของรายได้ที่ได้รับอีกด้วย (3) กลุ่ม Business เช่น กลุ่มนักลงทุน และ Professional staffs ที่เข้ามาทำงานในไทย หรือมาจัดสัมมนาในไทย รวมถึงกลุ่ม Work from anywhere และผู้ติดตาม ซึ่งจะเป็นกลุ่มศักยภาพที่ใช้จ่ายสูง เพราะมีแนวโน้มที่จะอยู่นาน (ค่าใช้จ่ายต่อทริปของกลุ่ม Long-stay ที่พักมากกว่า 14 วัน ≈ 75,000 บาท) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามนโยบายดึงดูดการลงทุนและบุคลากรต่างชาติมาทำงานในไทย

ภาคการท่องเที่ยวต้องการตัวช่วย (Enabler) อะไร และทำอย่างไร (How to) ให้ปรับโครงสร้างได้จริง?

เนื่องจากภาคการท่องเที่ยวไทยมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องหลากหลาย ประเด็นสำคัญในการขับเคลื่อนการปรับโครงสร้าง คือ การมีนโยบายแบบรวมศูนย์และเชื่อมโยงกันหมด ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายใน Ecosystem

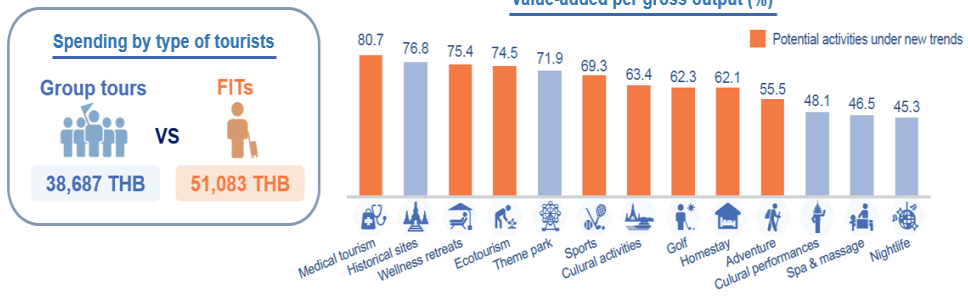
- ภาคแรงงานต้องเพิ่มทักษะหรือปรับเปลี่ยนความถนัดให้สอดคล้องเทรนด์ใหม่ ขณะที่ภาคธุรกิจต้องเร่งปรับสถานที่ เส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงที่พัก เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของเมืองรองและชวงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและใช้จ่ายสูงขึ้น

- ภาครัฐ กำหนดทิศทางการพัฒนา เป้าหมาย และแผนงานที่ชัดเจน โดยกำหนดอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 และเพื่อให้บรรลุผลในทางปฏิบัติ ภาครัฐจำเป็นต้อง (1) มีหน่วยงานขับเคลื่อนที่เป็นเอกภาพ เพื่อให้นโยบายในทุกมิติมีความสอดคล้องและสามารถดำเนินการได้ทันที (2) สร้างกลไกการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน โดยอาจพิจารณาใช้ Incentive policy อาทิ การกำหนดค่าเยี่ยมชมหรือราคาอื่น ๆ และโควตา เพื่อปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยวใหม่ให้เป็นไปตามเป้าหมายในเชิงพื้นที่และเวลาที่วางไว้มากขึ้นเช่นที่หลายประเทศดำเนินการ เช่น สหรัฐฯ กำหนดค่าเข้าชมแห่งชาติในช่วง peak season สูงกว่าช่วงเวลาปกติ 2 เท่า และฟิลิปปินส์กำหนดโควตาจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะขึ้นเกาะโบราไกย์ (Boracay island) ได้ไม่เกิน 6,405 คนต่อวัน (3) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งระบบคมนาคมเพื่อเชื่อมเมืองรอง และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นแบบ Contactless และ Seamless มากขึ้น โดยเฉพาะการยกระดับแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นช่องทางการตลาดดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย มีระบบ Track & trace เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นฐานข้อมูลภาคการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนและรวดเร็วเพื่อเป็นประโยชน์แก่ทั้งภาคธุรกิจและผู้กำหนดนโยบาย และ (4) สนับสนุนการปรับตัวของภาคธุรกิจและแรงงานให้สอดคล้องกับเทรนด์การท่องเที่ยวใหม่ หรือถ้าธุรกิจหรือแรงงานจำเป็นต้องออกจากภาคการท่องเที่ยว ต้องมีกลไกที่เอื้อให้เกิดการปรับตัวไปสู่ภาคเศรษฐกิจที่ยังขยายตัวได้ต่อไป เพื่อดูแลไม่ให้อุตสาหกรรมมากจนเกินไป ทั้งการสนับสนุนด้านเงินทุน การปรับกฎเกณฑ์ต่าง ๆ และการ Up-skilled Reskilled แรงงาน เป็นต้น

- ประชาชน มีส่วนสำคัญในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์น่าท่องเที่ยว และช่วยสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ดีให้กับผู้มาเยือน

การระบาดของโควิดถือเป็นการ Set zero ภาคการท่องเที่ยวไทย การฟื้นตัวในระยะถัดไปจะยั่งยืนมากขึ้นแค่ไหน ขึ้นอยู่กับการเลือกทางเดินที่จะออกจากวิกฤตครั้งนี้ ทางเดินใหม่แม้จะไม่ง่ายแต่เป็นสิ่งที่จำเป็น เพื่อให้ภาคการท่องเที่ยวไทยกลับมาเติบโตได้ในฟ้าหลังฝนที่สดใสกว่าในอดีต

Spending and value-added per gross output



ที่มา: บทความ Revitalising Thailand's tourism sector: In search of enablers for future sustainability, Joint-study between Bank of Thailand and VISA International (Thailand) Ltd.

บทความนี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของธนาคารแห่งประเทศไทย