



K SME Analysis

โรงแรม ทัวร์

บูมรับกระแสท่องเที่ยวโต



SMEs ธุรกิจท่องเที่ยวรับผลกระทบรับโอกาส และความท้าทายปี 2560

.....

ในปี 2560 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว อย่างธุรกิจโรงแรม และบริษัทนำเที่ยว รับอานิสงส์จากสถานการณ์การท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2559 โดยธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กมีโอกาสให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น จากมาตรการและการสนับสนุนจากภาครัฐ รวมถึงมีโอกาสเจาะตลาดการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กยังต้องรับผลกระทบรับมือต่อความท้าทาย ทั้งการแข่งขันในตลาดที่รุนแรงขึ้น รวมถึงตัวกลาง ที่ให้บริการทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต (Online Travel Agent: OTA) ที่เข้ามามีบทบาทในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น

แนวโน้มภาคการท่องเที่ยว และแนวโน้มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องปี 2560



แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2560

- ✓ จำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ที่ 33.50–34.15 ล้านคน
- ✓ ขยายตัวร้อยละ 2.8–4.8 จากปี 2559
- ✓ เกิดรายได้สู่การท่องเที่ยว 1.76–1.79 ล้านล้านบาท
- ✓ รายได้ขยายตัวร้อยละ 7.3–9.1 จากปี 2559

• แนวโน้มภาคการท่องเที่ยวปี 2560 ยังเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปี 2559

ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2559 ที่ผ่านมา มีการเติบโตทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากภาคการท่องเที่ยว โดยในปี 2559 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 32.6 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 9.0 จากปี 2558 และนักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ 149 ล้านครั้ง (1 คน ท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้ง) ขยายตัวร้อยละ 7.3 จากปี 2558 โดยการท่องเที่ยวของทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยก่อให้เกิดรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวโดยรวม 2.51 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 11.1 จากปี 2558

สำหรับในปี 2560 นี้ สถานการณ์การหดตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนกลุ่มเดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ ซึ่งเป็นผลมาจากการจัดระเบียบวีซ่าจีนในไทยในปี 2559 มีแนวโน้มผ่อนคลายลง ประกอบกับการต่ออายุมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่า และมาตรการปรับลดค่าธรรมเนียมวีซ่าที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง (Visa on Arrival) ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรวม 21 ประเทศ จนถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2560 น่าจะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยว

จากนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ฟื้นตัวขึ้น อีกทั้งยังมีตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอื่นๆ ช่วยหนุนภาคการท่องเที่ยวในปี 2560 ทั้งชาวอาเซียน และชาวยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่ฟื้นตัวขึ้นจากปี 2559 โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2560 น่าจะอยู่ที่ 33.50-34.15 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 2.8-4.8 จากปี 2559 โดยการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติน่าจะก่อให้เกิดรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่า 1.76-1.79 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 7.3-9.1 จากปี 2559

แนวโน้มนักท่องเที่ยวชาวไทยปี 2560

- ✔ จำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ที่ 158.2-159.7 ล้านครั้ง (1 คน ท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้ง)
- ✔ ขยายตัวร้อยละ 6.2-7.2 จากปี 2559
- ✔ เกิดรายได้สู่การท่องเที่ยว 9.30-9.38 แสนล้านบาท
- ✔ รายได้ขยายตัวร้อยละ 7.0-8.0 จากปี 2559



สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัญญาณที่ดีตั้งแต่ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2560 โดยภูมิอากาศที่หนาวเย็นยาวนานมาจนถึงในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2560 เป็นปัจจัยหนุนการท่องเที่ยวในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบกับการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ อย่างการท่องเที่ยวตามรอยพระบาท น่าจะส่งผลให้เม็ดเงินจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสะพัดไปสู่พื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ตลอดปี 2560 โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ในปี 2560 จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ 158.2-159.7 ล้านครั้ง (1 คน ท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้ง) ขยายตัวร้อยละ 6.2-7.2 จากปี 2559 โดยการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยน่าจะก่อให้เกิดรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่า 9.30-9.38 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 7.0-8.0 จากปี 2559

กล่าวโดยสรุปได้ว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2560 ที่มีแนวโน้มขยายตัว ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย น่าจะก่อให้เกิดรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวโดยรวม 2.69-2.73 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 7.2-8.7 จากปี 2559

- **ธุรกิจที่เกี่ยวข้องรับอานิสงส์จากสถานการณ์การท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัว**

ธุรกิจโรงแรมรับอานิสงส์จากการให้บริการที่พักรองรับนักท่องเที่ยว และการฟื้นตัวของตลาดการจัดงานในปี 2560 ธุรกิจโรงแรมรายใหญ่บรรเทาความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ด้วยการมุ่งเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการบริหารจัดการโรงแรมมากขึ้น จากเดิมที่สัดส่วนรายได้หลักของธุรกิจโรงแรมรายใหญ่ส่วนใหญ่เกินกว่าร้อยละ 50 มาจากการเป็นเจ้าของลงทุนก่อสร้างโรงแรมเอง นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมรายใหญ่ยังให้ความสำคัญกับการกระจายการลงทุนธุรกิจโรงแรมในต่างประเทศ อีกทั้งยังให้ความสำคัญ กับการเพิ่มรายได้จากการให้บริการอื่นๆ อย่างสถานที่จัดงานประชุมและสัมมนา งานแต่งงาน และงานอีเว้นท์

ในส่วนของคุณกิจโรงแรมรายกลางและเล็กเผชิญการแข่งขันจากบริการที่พักประเภทอื่น ๆ เช่น คอนโดมีเนียม เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ บ้านพัก เป็นต้น ซึ่งตั้งราคาที่พักแข่งขันกับโรงแรมระดับสามดาวลงมา ที่ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็ก

อย่างไรก็ดี สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2560 ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากในปี 2559 ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมได้รับอานิสงส์จากการให้บริการที่พักรองรับนักท่องเที่ยว ประกอบกับแนวโน้มการฟื้นตัวของตลาดการจัดงาน ทั้งงานประชุมและสัมมนา งานแต่งงาน และงานอีเว้นท์ น่าจะช่วยเพิ่มรายได้จากการให้บริการสถานที่จัดงาน ส่งผลให้ ศูนย์วิจัยกิจการไทย คาดว่า รายได้ของธุรกิจโรงแรมในปี 2560 ครอบคลุมถึงรายได้จากการให้บริการห้องพัก และรายได้อื่นๆ อย่างการให้บริการสถานที่จัดงาน น่าจะอยู่ที่ 564,000-574,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.7-5.5 จากปี 2559

การหดตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนกลุ่มเดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ในปี 2560 ผ่อนคลายลง ส่งผลให้บริษัทนำเที่ยวฟื้นตัว

บริษัทนำเที่ยวยังคงรุกขยายตลาดการนำเที่ยวในต่างประเทศ (Outbound) โดยประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวโดยใช้บริการแพ็คเกจทัวร์สูงเป็นลำดับต้นๆ ส่วนใหญ่เป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างมาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน สเปน ลาว เกาหลีใต้ ฮองกง และสิงคโปร์ ทั้งนี้ การแข่งขันของบริษัทนำเที่ยวในการจัดโปรโมชั่นแพ็คเกจทัวร์ที่เป็นไปอย่างรุนแรงในปี 2560 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดโปรโมชั่นด้านราคา ทั้งแพ็คเกจทัวร์ท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และภูมิภาคยุโรป น่าจะยังสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวต่างประเทศโดยใช้บริการแพ็คเกจทัวร์

สำหรับตลาดการนำเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) นั้น สถานการณ์การหดตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนกลุ่มเดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ในปี 2560 มีแนวโน้มผ่อนคลายลง น่าจะส่งผลให้บริษัทนำเที่ยวสามารถฟื้นตัวขึ้นจากปี 2559 รวมถึงบริษัทนำเที่ยวยังมีโอกาสนำเสนอแพ็คเกจทัวร์สำหรับตลาดไทยเที่ยวไทย โดยกลุ่มองค์กรน่าจะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมากขึ้น ทั้งการท่องเที่ยวในรูปแบบการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม รวมถึงการจัดงานประชุมและสัมมนา ซึ่งมีแนวโน้มฟื้นตัวในปี 2560

โอกาสและความท้าทายของ SMEs ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวในปี 2560



โอกาสทองของธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว

- มาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่า
- มาตรการปรับลดค่าธรรมเนียมวีซ่า
- การสนับสนุนจากภาครัฐ
- การท่องเที่ยวทางเลือก

- ยังมีโอกาสที่หลากหลาย จากมาตรการและการสนับสนุนจากภาครัฐ รวมถึงการเจาะตลาดการท่องเที่ยวทางเลือก

การต่ออายุมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่า และมาตรการปรับลดค่าธรรมเนียมวีซ่า ที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง (Visa on Arrival) ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรวม 21 ประเทศ จนถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2560 น่าจะเป็นโอกาสของธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็ก ที่พึ่งพิงการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อย่างชาวจีน อินเดีย และไต้หวัน ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายด้านวีซ่าจากการต่ออายุมาตรการดังกล่าว รวมถึงยังเป็นกลุ่มที่ท่องเที่ยวประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในระยะที่ผ่านมา

นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวจังหวัดเมืองรอง และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด ยังเป็นโอกาสของธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กในจังหวัดเมืองรอง ในการให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่นักท่องเที่ยวยังไม่มีความคุ้นเคย สะท้อนถึงโอกาสของบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กในการจัดแพ็คเกจทัวร์ท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดอีกด้วย

ทั้งนี้ แนวโน้มการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Green Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) เป็นต้น ที่นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการใช้บริการด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ยังสะท้อนโอกาสสำหรับธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็ก ซึ่งมีความยืดหยุ่นในการปรับกลยุทธ์และการดำเนินงาน ที่จะเจาะตลาดการท่องเที่ยวทางเลือก ด้วยการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นเซกเมนต์ต่างๆ แล้วนำเสนอบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงทำการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละเซกเมนต์อย่างแตกต่างกัน



ตัวอย่างตลาดการท่องเที่ยวทางเลือก

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism)



การกำหนดตำแหน่งประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ผนวกกับขีดความสามารถของธุรกิจบริการของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริการด้านการแพทย์ ที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับด้านคุณภาพในระดับนานาชาติ โดยมีระดับราคาการให้บริการที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับประเทศใกล้เคียงอย่างสิงคโปร์ น่าจะหนุนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ท่องเที่ยวพร้อมกับใช้บริการด้านสุขภาพหรือบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงพยาบาลเอกชน คลินิก การแพทย์แผนไทย สปา เป็นต้น เลือกท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มที่เข้ามารักษาอาการเจ็บป่วย กลุ่มที่เข้ามาพักผ่อนจากอาการเจ็บป่วย กลุ่มที่ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ อีกทั้งนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มที่เข้ามารักษาหรือพักผ่อนจากอาการเจ็บป่วย ยังมีผู้ติดตามมาด้วย ซึ่งก่อให้เกิดการใช้จ่ายเม็ดเงินระหว่างการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

ในปัจจุบัน ได้มีผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตั้งแต่รายใหญ่ รายกลาง ไปจนถึงรายเล็ก หันมาทำการตลาดกระตุ้นการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้คนที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ ทั้งธุรกิจโรงแรมที่ส่วนใหญ่ให้บริการที่พักประเภท รีสอร์ท แอนด์ สปา และบริษัทนำเที่ยวที่มีการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยกระแสการให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพน่าจะยังคงเป็นแนวโน้มที่สำคัญของโลก และส่งผลต่อเนื่องให้ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นชาวสหรัฐอเมริกา ตะวันออกกลาง และญี่ปุ่น โดยธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กที่มุ่งเน้นให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มดังกล่าวอยู่แล้ว สามารถนำเสนอบริการด้านสุขภาพหรือบริการที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม โดยอาจหาพันธมิตรทางธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงพยาบาลเอกชน คลินิก ผู้ให้บริการด้านการแพทย์แผนไทย เป็นต้น เพื่อขยายตลาดนักท่องเที่ยวไปสู่กลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้มากขึ้น

• ความท้าทายอยู่ที่การแข่งขันในตลาดที่รุนแรงขึ้น รวมถึง OTA เข้ามามีบทบาทในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น

จำนวนโรงแรมและห้องพักที่เพิ่มสูงขึ้นในระยะที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายธุรกิจโรงแรมของผู้ประกอบการในตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรมเป็นไปอย่างรุนแรงขึ้น โดยการลงทุนก่อสร้างโรงแรมของกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ที่เป็นกลุ่มทุนรายใหญ่ในปี 2560 น่าจะส่งผลให้การแข่งขันในเซกเมนต์โรงแรมระดับสามดาวลงมาในจังหวัดศูนย์กลางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างรุนแรงยิ่งขึ้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กในพื้นที่ ซึ่งมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่ต่ำกว่ากลุ่มทุนรายใหญ่

อีกทั้งธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กเผชิญความท้าทายด้านการแข่งขันจากบริการที่พักประเภทอื่นๆ เช่น คอนโดมิเนียม เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ บ้านพัก เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเช่าที่พัก ทั้งจากเจ้าของโดยตรง และผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่เป็นตัวกลาง ทั้งตัวกลางที่เป็นเครือข่ายจับคู่ระหว่างเจ้าของที่พัก และนักท่องเที่ยว และตัวกลางให้บริการทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต (Online Travel Agent: OTA)

ทั้งนี้ รายได้ของ OTA จากการเป็นตัวกลางให้บริการจองโรงแรมในประเทศไทยในปี 2559 คิดเป็นมูลค่า 31,588 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 30.8 จากปี 2559 โดยรายได้ของ OTA ยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคต สถานการณ์ดังกล่าว สะท้อนถึงแนวโน้มที่ OTA จะเข้ามามีบทบาทในการให้บริการด้านการจองที่พักมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กซึ่งมีช่องทางการขายห้องพักของตนเองที่ยังไม่เข้มแข็ง ยังจำเป็นต้องพึ่งพิงการขายห้องพักผ่านทาง OTA ที่แม้จะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กสามารถเข้าถึงฐานนักท่องเที่ยวได้ในวงกว้างขึ้น แต่ก็มีความเสี่ยงด้านค่าคอมมิชชั่นที่ต้องจ่ายให้กับ OTA สำหรับแต่ละห้องพัก

ที่ขายได้ รวมถึงธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กยังต้องตั้งราคาหรือจัดโปรโมชั่นในระดับที่แข่งขันได้กับโรงแรมรายอื่นๆ ที่ขายห้องพักผ่านทาง OTA เช่นกันอีกด้วย

อีกทั้งแนวโน้มที่ OTA เข้ามามีบทบาทในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น ยังส่งผลกระทบต่อบริษัทนำเที่ยว โดยความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล และทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ทั้งการจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก และบริการต่างๆ ผ่าน OTA ทั้งทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดการทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยวลง รวมถึงนักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มหันมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น (Free Independent Traveler: FIT) ส่งผลกระทบต่อประกอบการธุรกิจของบริษัทนำเที่ยวในปี 2560 อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

SMEs ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวปรับกลยุทธ์ รับโอกาสและความท้าทายปี 2560



แม้โอกาสต่างๆ ในปี 2560 จะเป็นปัจจัยหนุนให้ธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กได้รับอานิสงส์ในการให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น แต่ธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กก็ยังเผชิญความท้าทายต่างๆ ที่ส่งผลให้จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและหลีกเลี่ยงภาวะการแข่งขันด้านราคา

โอกาส	ความท้าทาย
<ul style="list-style-type: none"> • มาตรการและการสนับสนุนจากภาครัฐ • การเจาะตลาดการท่องเที่ยวทางเลือก 	<ul style="list-style-type: none"> • การแข่งขันในตลาดที่รุนแรงขึ้น • OTA มีบทบาทให้บริการด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น

- กลยุทธ์ปี 60** ธุรกิจโรงแรม
- วิเคราะห์จุดแข็งและทรัพยากรที่มีอยู่ แล้วสร้างเอกลักษณ์
 - พัฒนาช่องทางการขายห้องพักของตนเองให้เข้มแข็ง
- บริษัทนำเที่ยว
- เพิ่มเติมกิจกรรมใหม่ๆ ไปในแพ็คเกจทัวร์
 - เจาะกลุ่มท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่

ตอบโจทย์แนวโน้มการท่องเที่ยวทางเลือกยุคใหม่

- **ธุรกิจโรงแรมวิเคราะห์จุดแข็งและทรัพยากรที่มีอยู่ แล้วสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว ควบคู่กับพัฒนาช่องทางการขายห้องพักของตนเองให้มีความเข้มแข็ง**

ธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กอาจปรับกลยุทธ์รับมือต่อการแข่งขันจากกลุ่มทุนรายใหญ่ รวมถึงการแข่งขันจากบริการที่พักประเภทอื่นๆ เช่น คอนโดมิเนียม เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ บ้านพัก เป็นต้น ด้วยการวิเคราะห์จุดแข็งและทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ แล้วปรับกลยุทธ์สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของโรงแรม ทั้งห้องพัก บรรยากาศโดยรอบ ไปจนถึงการให้บริการ ซึ่งน่าจะหนุนให้ธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กสร้างความแตกต่างจากโรงแรมของกลุ่มทุนรายใหญ่ และบริการที่พักประเภทอื่นๆ ได้

ทั้งนี้ ธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กอาจลดการพึ่งพิงการขายห้องพักผ่าน OTA โดยพัฒนาช่องทางการขายห้องพักของตนเองให้มีความเข้มแข็ง ด้วยการทำการตลาดขายห้องพักผ่านเว็บไซต์ และ Social Network ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการขายห้องพักที่ต่ำกว่า อีกทั้งยังสามารถสื่อสารข้อมูลต่างๆ และรับข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวได้โดยตรง รวมถึงธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กยังต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนขายห้องพักล่วงหน้าควบคู่กันไป เช่น การทำสัญญาขายห้องพักล่วงหน้ากับบริษัทนำเที่ยว การขาย Voucher ห้องพักล่วงหน้าในงานเทศกาลท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กอาจสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างสอดคล้องกับการที่ภาคส่วนต่างๆ มุ่งขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยตามกรอบนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ทั้งการนำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ เช่น ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปช่วยบริหารจัดการด้านการจองที่พัก การ Check-in/Check-out การชำระเงิน การจัดการห้องพัก การสั่งซื้อวัสดุต่างๆ การจัดทำระบบบัญชี เป็นต้น รวมถึงธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กอาจผนวกวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ในการให้บริการห้องพัก เพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ที่คาดหวังประสบการณ์ใหม่ๆ จากการท่องเที่ยวมากขึ้น

- **บริษัทนำเที่ยวเพิ่มเติมกิจกรรมใหม่ๆ ไปในแพ็คเกจทัวร์ รวมถึงเจาะกลุ่มท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ที่ซึ่งต้องการการอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว**

บริษัทนำเที่ยวเผชิญความท้าทายจากแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ผ่าน OTA ส่งผลให้บริษัทนำเที่ยวต้องปรับกลยุทธ์

กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมากขึ้น โดยในระยะที่ผ่านมา ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้กระตุ้นภาคการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวประกอบกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวอย่างหลากหลายมากขึ้น เช่น การรับชมกีฬา การชิมและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งน่าจะกระตุ้นให้เกิดความนิยมประกอบกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ ที่นักท่องเที่ยวยังต้องการการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เช่น การจองบัตรรับชมกีฬา การสื่อสารกับคนท้องถิ่น เป็นต้น

ดังนั้นบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กจึงอาจปรับกลยุทธ์ด้วยการเพิ่มเติมกิจกรรมใหม่ๆ ไปในแพ็คเกจทัวร์ รวมถึงทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความต้องการใช้บริการด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย ในมิติต่างๆ เช่น อายุของนักท่องเที่ยว งบประมาณในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อนำมาสู่การพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนแพ็คเกจทัวร์ได้อย่างตอบโจทย์นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้ บริษัทนำเที่ยวอาจต้องเจาะตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น ที่ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ และยังต้องการการอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวอาจนำเสนอแพ็คเกจทัวร์ที่ประกอบด้วยเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ และกิจกรรมที่หลากหลายสอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

• **ปรับกลยุทธ์ตอบโจทย์แนวโน้มการท่องเที่ยวทางเลือกยุคใหม่**

ธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กสามารถใช้จุดแข็งในด้านการมีความยืดหยุ่นในการปรับกลยุทธ์และการดำเนินงาน มุ่งให้บริการตอบโจทย์แนวโน้มการท่องเที่ยวทางเลือกยุคใหม่ เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งจะนำมาสู่การหลีกเลี่ยงภาวะการแข่งขันด้านราคาห้องพัก และราคาแพ็คเกจทัวร์อีกด้วย

ทั้งนี้ ธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กอาจกำหนดตำแหน่งการแข่งขัน และรูปแบบการให้บริการที่ตอบโจทย์การท่องเที่ยวทางเลือกแต่ละเซกเมนต์ ซึ่งนอกจากการใช้รูปแบบการตลาดโดยทั่วไป อย่างการโฆษณาและการจัดโปรโมชั่นขายห้องพักหรือแพ็คเกจทัวร์ ผ่านทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงการใช้กลยุทธ์การบอกต่อ (Word-of-Mouth) เพื่อให้นักท่องเที่ยวแนะนำกันอย่างต่อเนื่องขยายเป็นวงกว้างแล้ว ธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กยังต้องทำการตลาดเพื่อเจาะนักท่องเที่ยวแต่ละเซกเมนต์ที่มีรูปแบบการตลาดแตกต่างกันไปอีกด้วย

การท่องเที่ยวทางเลือก	รูปแบบโรงแรม	รูปแบบแพ็คเกจทัวร์	การตลาด
การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Green Tourism)	โรงแรมที่มีความสงบ ใกล้ชิดธรรมชาติ ออกแบบอย่างกลมกลืนกับระบบนิเวศ และส่งเสริมด้านการประหยัดพลังงาน เช่น โรงแรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly)	- ท่องเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ - กิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เช่น ศึกษา ระบบนิเวศ ปลุกป่า ส่องนก	จัดโปรโมชั่นในช่วง Low Season หรือช่วงมรสุม เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวทางเลือก	รูปแบบโรงแรม	รูปแบบแพ็คเกจทัวร์	การทำตลาด
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)	โรงแรมที่ผสมผสานวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นเข้ากับโรงแรมอย่างกลมกลืน เช่น บูติคโฮเทล โฮมสเตย์	<ul style="list-style-type: none"> - ท่องเที่ยวชุมชน เช่น ชมเมือง อาคาร ตลาดท้องถิ่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เยี่ยมชมชนเผ่าพื้นเมือง ถนนคนเดิน - กิจกรรมการเรียนรู้ เช่น เรียนมวยไทย ประกอบอาหาร ท้องถิ่น ฝึกงานศิลปะ และ ทัศนกรรม 	เน้นการสื่อสารบอกเล่าเรื่องราวเชิงวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism)	โรงแรมที่มีความสงบ ใกล้ชิดธรรมชาติ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพอย่างครบครัน เช่น รีสอร์ทเพื่อดูแลสุขภาพแบบองค์รวม	<ul style="list-style-type: none"> - ท่องเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ - กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกายและใจ เช่น แพคเกจตรวจสุขภาพ นวดแผนไทย อาบน้ำแร่ ประกอบอาหารเพื่อสุขภาพ สปา โยคะ นั่งสมาธิ ดนตรีบำบัด 	หาพันธมิตรทางธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงพยาบาลเอกชน คลินิก ผู้ให้บริการด้านการแพทย์แผนไทย เพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยว

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จบ
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่    

