

KKP Research



ท่องเที่ยวไทยฟื้นแล้ว

แต่จะเจอ "Long COVID" หรือไม่?

ผู้เขียน

ลัทธิศักดิ์ ลากอุดมการ

นักวิเคราะห์

บุรกร กิพยสกุลชัย

นักวิเคราะห์

KKP Research

โดยกลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคินภัทร

พิพัฒน์ เหลืองนฤมิตชัย

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ หัวหน้าทีมเศรษฐกิจศาสตร์

ณชา อนันต์โชติกุล

ผู้อำนวยการอาวุโส หัวหน้าฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจและกลยุทธ์

ลัทธิศักดิ์ ลากอุดมการ

นักวิเคราะห์

เคนเน็ท โดแนลด์ นิลเว

นักวิเคราะห์

อารยา กาญจนะช

นักวิเคราะห์

บุรกร กิพยสกุลชัย

นักวิเคราะห์

ณัฐนิชา เทพพรพิทักษ์

นักวิเคราะห์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชน ทั้งนี้ ข้อคิดเห็นที่ปรากฏเป็นความคิดเห็นของฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจและกลยุทธ์ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับกลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคินภัทร เว้นแต่จะได้แจ้งไว้และขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูลและความคิดเห็นโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

KKP Research

April 5, 2023

ท่องเที่ยวไทยฟื้นแล้ว

แต่จะเจอ “Long-COVID” หรือไม่?



KEY TAKEAWAYS:

- KKP Research โดยเกียรตินาคินภัทรคาดว่า นักท่องเที่ยวจะกลับมาได้เกือบ 30 ล้านคนในปี นี้ จะเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวในระยะสั้นของภาคการท่องเที่ยวอาจ บดบังปัญหาเชิงโครงสร้างที่มีมายาวนาน ซึ่ง เหตุการณ์โควิด 19 ได้ทิ้งบทเรียนสำคัญให้กับ ประเทศไทย คือ โครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพา ภายนอกมากเกินไปและขาดเครื่องยนต์อื่น ๆ ที่จะ ช่วยลดแรงกระแทกในยามที่ท่องเที่ยวถูกกระทบ รุนแรง
- การกลับไปพึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นเครื่องยนต์ เศรษฐกิจหลักตัวเดียวในรูปแบบที่ผ่านมา จะเผชิญ กับข้อจำกัดในที่สุด กลยุทธ์การพัฒนาภาคการ ท่องเที่ยวยังมีปัญหาเชิงโครงสร้างที่ยังต้องแก้ไข คือ การเติบโตที่เน้นปริมาณแต่มูลค่าเพิ่มและการ กระจายประโยชน์ไปสู่ธุรกิจอื่น ๆ ต่ำ การจัดสรร ทรัพยากรที่ขาดประสิทธิภาพ การกระจุกตัวของ รายได้ ผลกระทบทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความเปราะบางของเศรษฐกิจไทยต่อการ เปลี่ยนแปลงภายนอก
- ภาคการท่องเที่ยวมีโอกาสในการพัฒนาไปสู่การเป็น เครื่องยนต์ทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนได้จากคุณลักษณะ ที่ดีหลายประการ เช่น มีการจ้างงานสูง สร้าง มูลค่าเพิ่มในประเทศได้สูง และรายได้กระจายไปสู่ ธุรกิจขนาดเล็กมากกว่า แต่ต้องได้รับการพัฒนา อย่างเต็มศักยภาพทั้งในมิติของการเปลี่ยนวิธีการใน การวัดความสำเร็จของภาคการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ การคำนึงถึงผลกระทบต่อด้านลบ การใช้สร้างตัวชี้วัดที่ ครอบคลุมและเหมาะสม และส่งเสริมความร่วมมือ ระหว่างภาคเศรษฐกิจ
- KKP Research ประเมินว่า 5 กลยุทธ์สำคัญที่จะช่วย พัฒนาภาคการท่องเที่ยวไทย คือ (1) เพิ่มมูลค่าและ ประสิทธิภาพ (2) สานต่อห่วงโซ่อุปทาน (3) ลดการ กระจุกตัวของรายได้ (4) ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ (5) ต้องพัฒนาศักยภาพด้านอื่นของประเทศ ควบคู่ไปด้วย การพัฒนามูลค่าเพิ่มและเพิ่มความ เชื่อมโยงไปสู่ภาคเศรษฐกิจอื่น จะสามารถช่วยให้เกิด การเติบโตได้อีกกว่า 4.6% ของ GDP โดยไม่ต้องเพิ่ม จำนวนนักท่องเที่ยว

ท่องเที่ยวไทยฟื้นแล้ว แต่จะเจอ “Long-COVID” หรือไม่?

ท่องเที่ยวไทยฟื้นแล้ว เราจะกลับไปเหมือนเดิมก่อนโควิด?

ในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวได้มีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในการเติบโตของเศรษฐกิจไทย จนกลายเป็นเครื่องยนต์เศรษฐกิจหลัก จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากราว 15 ล้านคนในปี 2010 มาเป็นเกือบ 40 ล้านคนในปี 2019 ทำให้ก่อนโควิดไทยมีรายได้โดยตรงจากการท่องเที่ยวจากต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 12% ของ GDP และสูงถึงราว 20% หากนับรวมทั้งรายได้ทางตรงและทางอ้อมจากการท่องเที่ยว และเป็นเศรษฐกิจที่มีการพึ่งพาภาคการท่องเที่ยวสูงเป็นลำดับต้น ๆ ของโลก และหากไม่เกิดเหตุการณ์โควิด-19 เสียก่อน สัดส่วนการพึ่งพาภาคการท่องเที่ยวนี้ก็อาจโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการอ่อนแรงลงของเครื่องยนต์เศรษฐกิจตัวอื่น ทั้งภาคการลงทุน การส่งออก และการบริโภคภายในประเทศของไทย

เหตุการณ์โควิด-19 ที่กระทบเศรษฐกิจไทยอย่างหนักในปี 2020 ได้สร้างบาดแผลและทิ้งบทเรียนที่สำคัญให้กับประเทศ คือ การที่ประเทศพึ่งพาการเติบโตที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกมากเกินไป ขาดความแข็งแกร่งจากภายใน และเติบโตอย่างไม่สมดุลในหลายมิติ ทำให้เมื่อภาคการท่องเที่ยวประสบกับเหตุการณ์ไม่คาดคิด (shock) จากภายนอก เศรษฐกิจไทยจึงล้มระเนระนาดและสร้างแผลเป็นทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับธุรกิจและครัวเรือนในวงกว้าง

กว่า 3 ปีที่เศรษฐกิจไทยใช้เวลาในการฟื้นตัวจากโควิด จนในปีนี้จะสามารถฟื้นจากปากหลุมได้แล้ว **KKP Research จึงชวนตั้งคำถามสำคัญในช่วงรอยต่อนี้ว่า เราจะกลับไปพึ่งพาภาคการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม ๆ เป็นเครื่องยนต์เศรษฐกิจหลักตัวเดียวต่อไปอีกหรือ และต้องทำอะไรเพื่อให้ภาคการท่องเที่ยวไทยสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืนกว่าที่ผ่านมา**

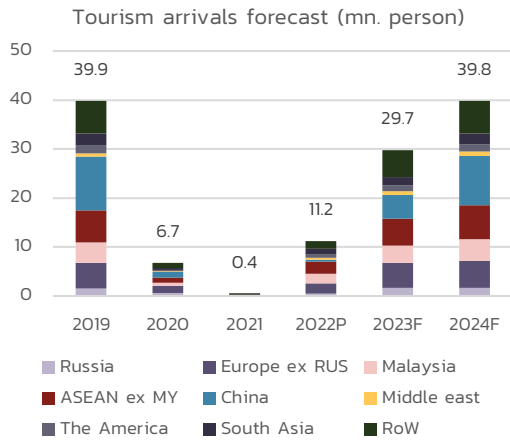
นักท่องเที่ยวเริ่มฟื้น แต่รายได้ต่อหัวลดลง

ในปี 2022 การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวได้ค่อนข้างเร็ว แม้ว่าจีนจะยังคงปิดประเทศและยังไม่มีนักท่องเที่ยวจากจีนเลยก็ตาม โดยหลังจากที่ไทยมีการเปิดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศได้ในช่วงกลางปี 2022 ส่งผลให้ในเดือนแรกจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาทะลุหลักล้านคนทันที และเร่งตัวขึ้นต่อเนื่องจนแตะระดับ 2 ล้านคนในช่วงฤดูท่องเที่ยวในเดือนธันวาคมที่ผ่านมา ทำให้ทั้งปีมีนักท่องเที่ยวเข้ามาถึง 11.2 ล้านคน มากกว่าที่นักวิเคราะห์คาดการณ์ในช่วงต้นปีถึง 2 เท่า

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาฟื้นตัวกลับมาได้ค่อนข้างเร็วที่ประมาณ 28% ของจำนวนนักท่องเที่ยวก่อนโควิด-19 แต่รายได้จากภาคท่องเที่ยวกลับฟื้นตัวได้ช้ากว่า เนื่องจากโครงสร้างนักท่องเที่ยวที่กลับมาในปี 2022 เปลี่ยนแปลงไปจากสัดส่วนในช่วงก่อนโควิด 19 ค่อนข้างมาก โดยกลุ่มอาเซียนที่ฟื้นตัวได้เร็วกว่าและเข้ามาทดแทนนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งนักท่องเที่ยวอาเซียนมีการใช้จ่ายต่ำกว่านักท่องเที่ยวจีนประมาณ 1.5 เท่า และต่ำกว่านักท่องเที่ยวยุโรปประมาณ 2.2 เท่า ทำให้รายได้รวมจากการท่องเที่ยวในปีที่แล้วมีมูลค่าประมาณ 520,700 ล้านบาท (รูปที่ 1 และ 2) หรือกลับไปประมาณ 25% เมื่อเทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวต่อ GDP ในช่วงก่อนโควิด

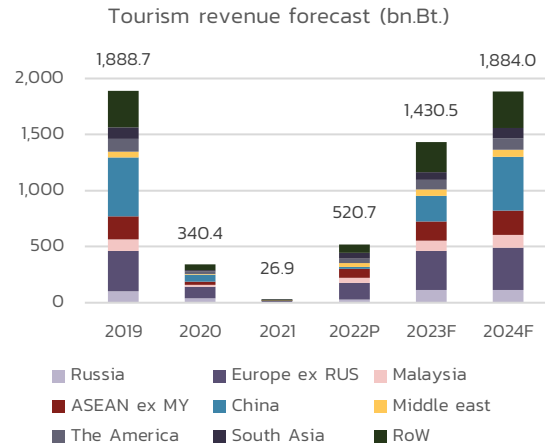
KKP Research มองว่าในปี 2023 การท่องเที่ยวจะทยอยฟื้นด้วยสัดส่วนนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติที่กลับมากระจายตัวดีขึ้น โดยเฉพาะจากนักท่องเที่ยวจีนที่กลับมาตามการเปิดประเทศของจีนที่เร็วกว่าคาดตั้งแต่ช่วงต้นปี 2023 โดยประเมินว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งปี 2023 จะอยู่ที่ประมาณ 29.7 ล้านคนในปีนี้ และ 39.8 ล้านคนหรือเท่ากับช่วงก่อนโควิด-19 ในปี 2024

รูปที่ 1 นักท่องเที่ยวฟื้นตัวกลับมาเพียงครั้งเดียวของช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19



ที่มา: Ministry of Tourism and Sports, KKP Research

รูปที่ 2 รายได้จากการท่องเที่ยวไทยกลับมาไม่ถึงครึ่งของช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19



ที่มา: Ministry of Tourism and Sports, KKP Research

จีนอาจฟื้นตัวช้ากว่าคาด จากปัญหาระยะสั้น

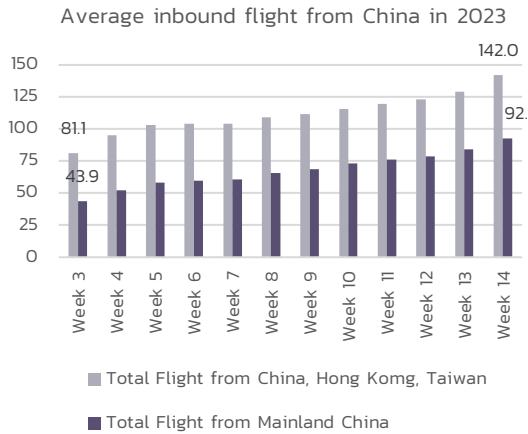
สาเหตุที่การฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยวจะยังไม่กลับไปถึงระดับก่อนโควิด-19 เร็วอย่างที่หลายฝ่ายคาดการณ์ เกิดจากนักท่องเที่ยวจีนที่กลับเข้ามาช้ากว่าที่คาดไว้ในตอนแรก ซึ่งเป็นปัญหาระยะสั้นทั้งทางด้านอุปทานและอุปสงค์ โดย KKP Research คาดว่าในปีนี้นักท่องเที่ยวจีนในปีนี้จะกลับมาได้เพียง 5 ล้านคน เทียบกับช่วงก่อนโควิด-19 ที่ 11 ล้านคน

สำหรับปัญหาฝั่งอุปทานที่ทำให้การฟื้นตัวล่าช้าเกิดจาก 2 ส่วนประกอบกัน ส่วนแรก คือ ความล่าช้าของการกลับมาเปิดเส้นทางบินระหว่างไทยและจีนหรือการขยายฝูงบิน หลังสายการบินต่าง ๆ ต้องหยุดบินไปมากกว่า 3 ปี โดยหากเปรียบเทียบเที่ยวบินขาเข้าจากจีนแผ่นดินใหญ่ในเดือน ม.ค. ที่มีจำนวนเที่ยวบินประมาณ 1,650 เที่ยวบิน เริ่มเห็นสัญญาณทยอยเพิ่มขึ้นไม่มากเป็น 1,810 เที่ยวบินและ 2,300 เที่ยวบิน ในเดือน ก.พ. และเดือน มี.ค. ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นประมาณ 1 ใน 3 ของช่วงก่อนโควิดที่มีเที่ยวบินเฉลี่ยประมาณ 6,000 – 9,000 เที่ยวบินต่อเดือน และคาดว่าจำนวนเที่ยวบินจะทยอยฟื้นตัวดีขึ้นตั้งแต่ช่วงไตรมาส 2 เป็นต้นไป

ส่วนที่ 2 คือขีดความสามารถของสนามบินไทยที่ยังกลับมาดำเนินงานได้ไม่เต็มที่ โดยหลังไทยเปิดประเทศเต็มรูปแบบในช่วงกลางปีที่ผ่านมา พบว่าอัตราล่าช้าของเที่ยวบินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงเดือน ธ.ค. ของปีที่ผ่านมามีเที่ยวบินล่าช้าเกือบ 40% ของเที่ยวบินทั้งหมด แม้ว่าจำนวนเที่ยวบินรวมจะฟื้นตัวกลับมาแค่ 2 ใน 3 เท่านั้น เทียบกับช่วงก่อนโควิด-19 ที่มีเที่ยวบินล่าช้าประมาณ 20% และมีจำนวนเที่ยวบินมากกว่านี้

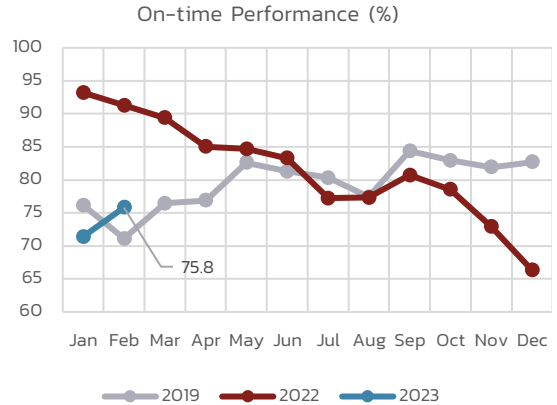
ขณะที่ในช่วงต้นปีนี้ ขีดความสามารถของสนามบินเริ่มปรับตัวดีขึ้นจากความล่าช้าของนักท่องเที่ยวจีน ดังนั้น หากสายการบินจีนกลับมาเปิดเที่ยวบินเพิ่มขึ้นได้ในระยะต่อไป อาจติดปัญหาอุปทานของสนามบินไทยที่ไม่สามารถรับเที่ยวบินเพิ่มได้ในระยะสั้น คล้ายกับกรณีสนามบินในอังกฤษที่สุดท้ายต้องจำกัดโควตาขาเข้าของสายการบิน

รูปที่ 3 จำนวนเที่ยวบินเฉลี่ยแต่ละสัปดาห์จากจีนทยอยฟื้นตัวอย่างช้า ๆ



ที่มา: Flightradar24, KKP Research

รูปที่ 4 เที่ยวบินขาเข้าล่าช้ามากขึ้น แม้ว่าจำนวนเที่ยวบินยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ สะท้อน airport capacity ที่ยังจำกัด

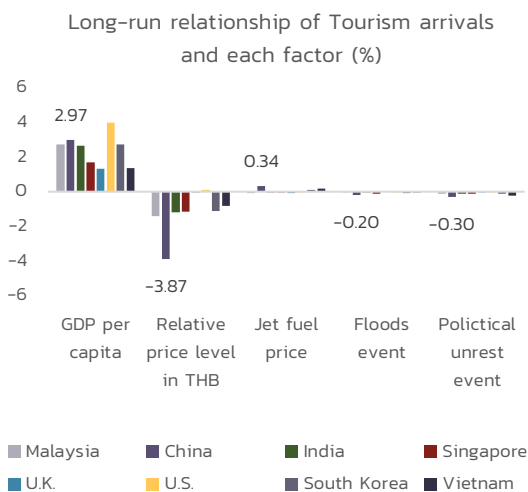


ที่มา: OAG, KKP Research

ขณะที่ในด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจีนที่กลับมาช้ากว่าที่เคยคาดค่อนข้างมาก จากเดิมที่คาดไว้ประมาณ 100,000 – 150,000 คนในเดือน ม.ค. ตามจำนวนเที่ยวบินที่เข้ามา 1,650 เที่ยวบิน ด้วยอัตราบรรทุกเฉลี่ยเที่ยวบินละ 80 – 90 คน อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวจริงมีเพียง 91,000 คน หรือโดยเฉลี่ยเที่ยวบินละ 55 คน ซึ่งน้อยกว่าช่วงก่อนโควิดประมาณ 100 คนต่อเที่ยวบิน

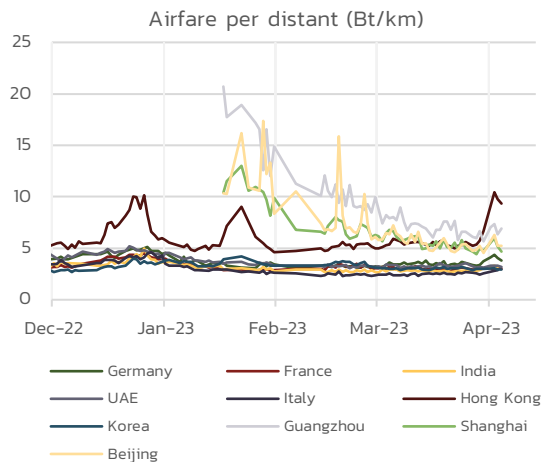
สาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาน้อยกว่าที่คาดส่วนหนึ่งเกิดจากราคาตั๋วเครื่องบินที่ยังแพงอยู่ในช่วงที่สายการบินยังไม่กลับมาเปิดเส้นทางบินและแข่งขันกันเต็มที่เหมือนช่วงก่อนโควิด และจากแบบจำลองระยะยาวพบว่านักท่องเที่ยวจีนอ่อนไหวต่อราคาต่อเที่ยวมากกว่าประเทศอื่น โดยเส้นทางส่วนใหญ่ที่เปิดประเทศก่อนหน้านี้มีราคาตั๋วโดยสารประมาณ 3 – 4 บาทต่อกิโลเมตร ขณะที่เส้นทางบินจากจีนอยู่ที่ 6 – 7 บาท (รูปที่ 5 และ 6)

รูปที่ 5 นักท่องเที่ยวจีนอ่อนไหวกับราคามากกว่าประเทศอื่น โดยราคาที่แพงขึ้น 1% ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนลดลง 4%



ที่มา: KKP Research

รูปที่ 6 ราคาตั๋วเครื่องบินยังอยู่ในระดับสูง แม้ว่าจะปรับลดหลังเปิดเมืองแล้วก็ตาม



ที่มา: Google flights, KKP Research

อนึ่ง จากจำนวนเที่ยวบินขาเข้าในปัจจุบัน KKP Research คาดการณ์ว่าในช่วง 1 – 2 เดือนข้างหน้านักท่องเที่ยวจีนจะกลับเข้ามาได้ประมาณเดือนละ 200,000 – 300,000 คนซึ่งยังถือว่าอยู่ในระดับต่ำและฟื้นตัวได้ค่อนข้างช้าหากเทียบกับช่วงก่อนโควิดที่นักท่องเที่ยวเดือนละ 700,000 – 900,000 คน

ดังนั้นการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ในระยะต่อไปอาจต้องรอให้ปัญหาอุปทานคลัสต์คลายลงเพิ่มเติม และราคาบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวปรับตัวลดลง โดยน่าจะสามารถฟื้นตัวได้ดีขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี

การท่องเที่ยวจะขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยไปได้ไกลแค่ไหน?

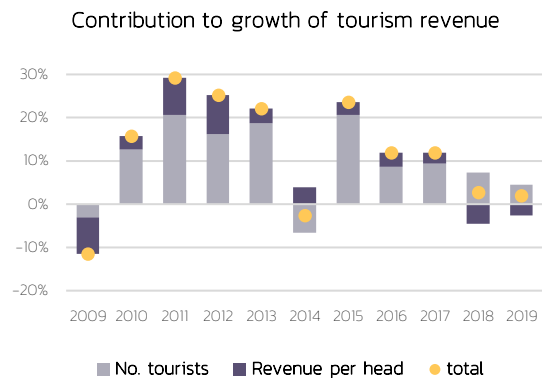
ข้อจำกัดของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยวในมุมมองเศรษฐกิจมหภาค

ในช่วงเวลาที่ภาคเศรษฐกิจอื่นกำลังซบเซา ภาคการท่องเที่ยวไทยเป็นความหวังสำคัญของเศรษฐกิจไทยและมีแนวโน้มฟื้นตัวขึ้นอย่างชัดเจนหลังจากการปิดเมืองที่กินเวลานานเกือบ 2 ปี อย่างไรก็ตาม ประสบการณ์ในอดีตจากการระบาดของโควิด-19 เป็นบทเรียนสำคัญถึงความเปราะบางของเศรษฐกิจไทย การเติบโตของภาคการท่องเที่ยวไทยในรูปแบบเดิมที่เน้นด้านปริมาณเป็นหลัก ทั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้โดยตรงจากการท่องเที่ยว จะเผชิญกับข้อจำกัดและผลเสียหลายประการ ที่ทำให้ไม่เอื้อต่อการยกระดับศักยภาพของประเทศอย่างยั่งยืนในระยะยาว ดังนี้

ประการแรก: ภาคการท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมา เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว แต่ไม่เน้นสร้างมูลค่าเพิ่ม

ภาคการท่องเที่ยวไทยสร้างมูลค่าเพิ่มภายในประเทศได้ไม่มากเท่าที่ควร การเติบโตของภาคการท่องเที่ยวในช่วงที่ผ่านมาเกิดจากการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ในขณะที่ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลับลดลงเรื่อย ๆ และหดตัวลงในช่วงปี 2018 – 2019 (รูปที่ 7) หรือ หมายความว่าภาคการท่องเที่ยวไทยยังเน้นโต “ปริมาณ” ละเลย “คุณภาพ” และทำให้มูลค่าเพิ่มที่ไทยสร้างได้จากการท่องเที่ยวปรับตัวลดลงในระยะหลัง โดยลักษณะของการเติบโตแบบปัจจุบันทำให้ไทยสร้างมูลค่าเพิ่มได้ไม่มากเท่าที่ควรและเกิดปัญหาใน 3 ส่วน คือ

รูปที่ 7 การเติบโตของรายได้ภาคการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาจากจำนวนหัวที่เพิ่มขึ้น มากกว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว



ที่มา: Tourism Authority of Thailand, NESDB, KKP Research

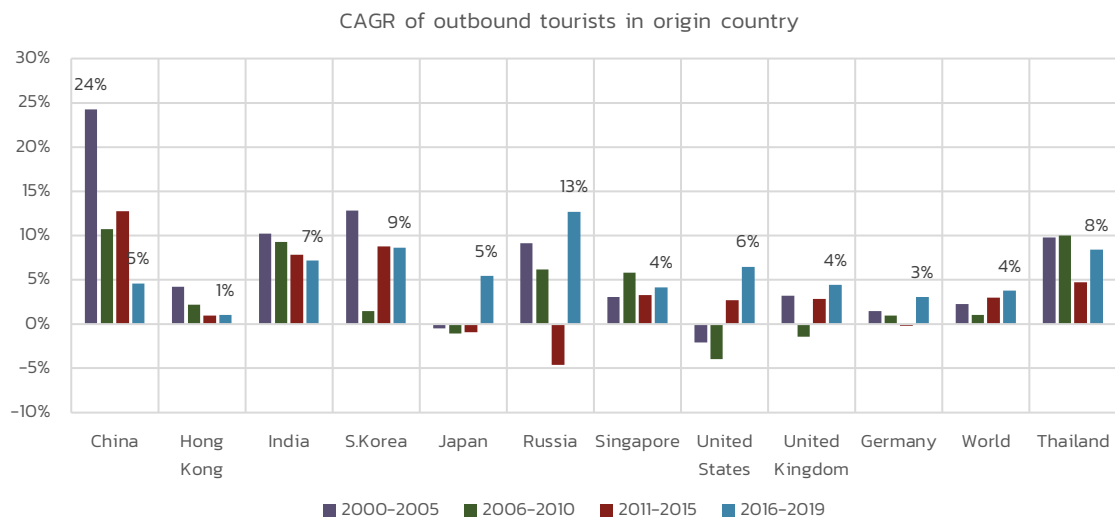
1. กลยุทธ์การเติบโตที่เน้นปริมาณจะไม่ยั่งยืน เพราะการท่องเที่ยวมีข้อจำกัดในการขยายขนาดธุรกิจ (Scalability) แม้ว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวในระยะยาวจะปรับตัวดีขึ้นเรื่อย ๆ แต่ท้ายที่สุดการเติบโตจะต้องเผชิญกับข้อจำกัดและเริ่มโตได้ช้าลง ซึ่งเกิดจากทั้ง

a) ข้อจำกัดอุปสงค์ คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาไทยจะไม่สามารถเติบโตได้มากเท่ากับการเติบโตช่วงแรก ๆ ซึ่งเป็นบทเรียนที่เห็นจากภาคการท่องเที่ยวในประเทศพัฒนาแล้วที่การเติบโตจะค่อย ๆ ช้าลงและถึงจุดอิ่มตัว เช่น การเติบโตของนักท่องเที่ยวขาออกของจีนลดลงจากจุดสูงสุดที่ 24% ในช่วงปี 2000–2005 ลงมาอยู่ที่ 5% ต่อปีในช่วงปี 2016–2019 เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวจากประเทศรายได้สูงอื่นๆ ที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักของไทยเช่นกัน ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวขาออกต่อปีก่อนช่วงคงที่ เช่น อังกฤษจะมี

นักท่องเที่ยวขาออกประมาณ 70 ล้านคนต่อปี, เยอรมนี 85 ล้านคนต่อปี, สหรัฐอเมริกา 130 ล้านคนต่อปี และญี่ปุ่น 18 ล้านคนต่อปี และเติบโตปีละไม่เกิน 5%

บ) ข้อจำกัดด้านอุปทาน เช่น พื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว ขนาดของสนามบิน จำนวนเที่ยวบิน เป็นต้น สะท้อนว่ากลยุทธ์การเติบโตที่เน้นปริมาณเป็นหลักจะทำให้ประเทศไทยถึงขีดจำกัดในการเติบโตผ่านภาคบริการเร็วกว่าประเทศพัฒนาแล้ว และจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

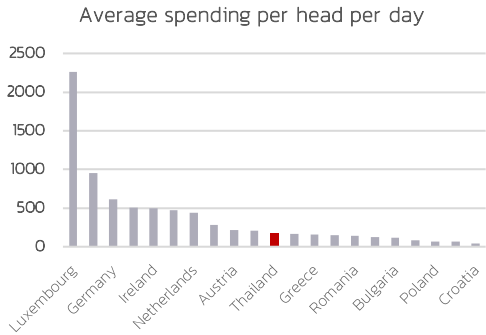
รูปที่ 8 การเติบโตของตลาดท่องเที่ยวจีนใกล้ถึงจุดอิ่มตัวมากขึ้นมาตั้งแต่ช่วงก่อนโควิดระบาด



ที่มา: ธนาคารโลก, KKP Research

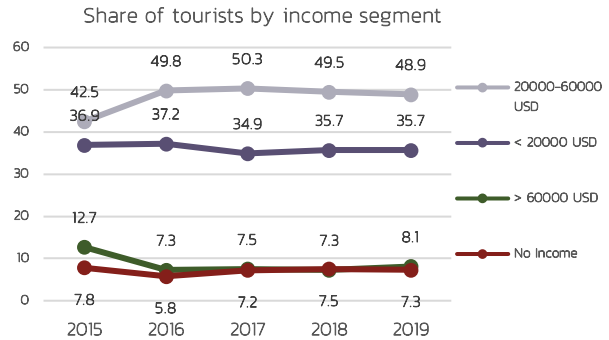
2. KKP Research ประเมินว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในไทยต่ำกว่าในประเทศพัฒนาแล้ว เกิดจาก 3 ปัจจัยหลัก คือ (1) **องค์ประกอบของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน** โดยนักท่องเที่ยวไทยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศรายได้ต่ำและรายได้ปานกลางในสัดส่วนที่สูง ทำให้มีกำลังซื้อที่ต่ำกว่านักท่องเที่ยวในยุโรป (2) **กลยุทธ์การเติบโตที่เน้นปริมาณ** และขาดการวางกลยุทธ์เพื่อสร้างพรีเมียมแบรนด์ของประเทศไทยเพื่อดึงการใช้จ่ายที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ในภาพรวมระดับการใช้จ่ายต่อหัวต่อวันของไทยเทียบกับประเทศในยุโรปยังอยู่ในกลุ่มกลางและมีโอกาสพัฒนาให้สูงขึ้นได้ (รูปที่ 9) (3) **องค์ประกอบของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว** ที่ยังเป็นการใช้จ่ายในกิจกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำในสัดส่วนที่สูงกว่านักท่องเที่ยวในยุโรป ทั้ง 3 ปัจจัยสะท้อนว่าการท่องเที่ยวไทยยังต้องเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มโอกาสให้ภาคการท่องเที่ยวไทยเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้อย่างมั่นคงและยาวนานมากขึ้น

รูปที่ 9 รายได้ต่อหัวของภาคท่องเที่ยวไทยค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ



ที่มา: World Bank, Eurostat, TAT, KKP Research

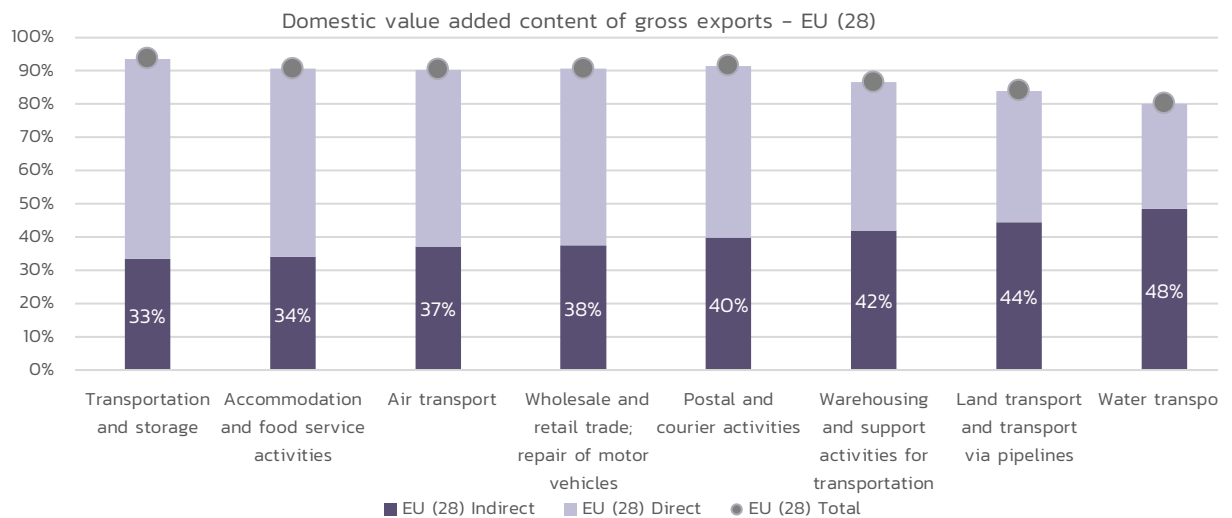
รูปที่ 10 องค์ประกอบของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวไทยส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มรายได้ต่ำถึงปานกลาง



ที่มา: BoT, Ministry of Tourism and Sports
* No Income คือ กลุ่มเด็กนักเรียนและคนสูงอายุ

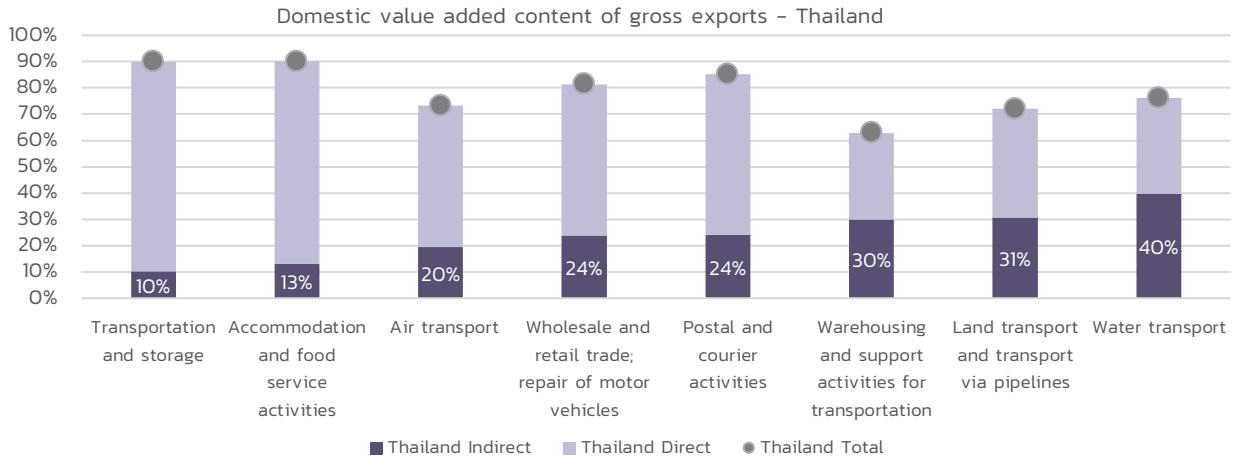
3. ความเชื่อมโยงของภาคการท่องเที่ยวกับภาคเศรษฐกิจอื่นของไทยอยู่ในระดับต่ำ ทำให้การเติบโตและพัฒนาการไม่เกิดขึ้นในวงกว้าง แม้ว่างานศึกษาในต่างประเทศจะชี้ให้เห็นว่าภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีลักษณะพึ่งพาการใช้แรงงานสูง (Labor intensive) มูลค่าเพิ่มส่วนใหญ่เกิดจากในประเทศ และในยุโรปภาคการท่องเที่ยวยังมีลักษณะที่เชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ สูงโดยพบว่ามากกว่า 1 ใน 3 ของมูลค่าเพิ่มที่สร้างได้ในประเทศเกิดจากมูลค่าเพิ่มทางอ้อม (จากภาคธุรกิจอื่น ๆ) ในกรณีของไทยความเชื่อมโยงของภาคการท่องเที่ยวกับภาคเศรษฐกิจอื่นอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศพัฒนาแล้วมาก แม้ว่ามูลค่าเพิ่มในภาพรวมที่สร้างขึ้นได้จากภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของไทยจะใกล้เคียงกับประเทศพัฒนาแล้วคืออยู่ที่ระดับประมาณ 90% แต่ในจำนวนนี้เกิดจากมูลค่าเพิ่มทางอ้อมจากภาคธุรกิจอื่น ๆ เพียง 10% - 25% เทียบกับในยุโรปที่สูงถึง 30% - 40% (รูปที่ 11 และ 12) หรือภาคท่องเที่ยวไทยมีความเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจอื่นน้อยกว่า และอาจทำให้การกระจายผลประโยชน์จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจในภาพรวมยังทำได้จำกัดและรายได้กระจุกตัวอยู่กับบางกลุ่มธุรกิจ ซึ่งสะท้อนว่ากลยุทธ์การเติบโตจากภาคการท่องเที่ยวไทยแบบในปัจจุบันยังไม่สามารถเป็นตัวนำเศรษฐกิจผ่านการกระจายประโยชน์ไปสู่ภาคธุรกิจอื่น ๆ ได้

รูปที่ 11 มูลค่าเพิ่มของภาคท่องเที่ยวของยุโรปกว่า 1 ใน 3 เชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจอื่น



ที่มา: TIVA database, KKP Research

รูปที่ 12 ขณะที่มูลค่าเพิ่มของภาคท่องเที่ยวไทยเพียง 10-25% เท่านั้นเชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจอื่น

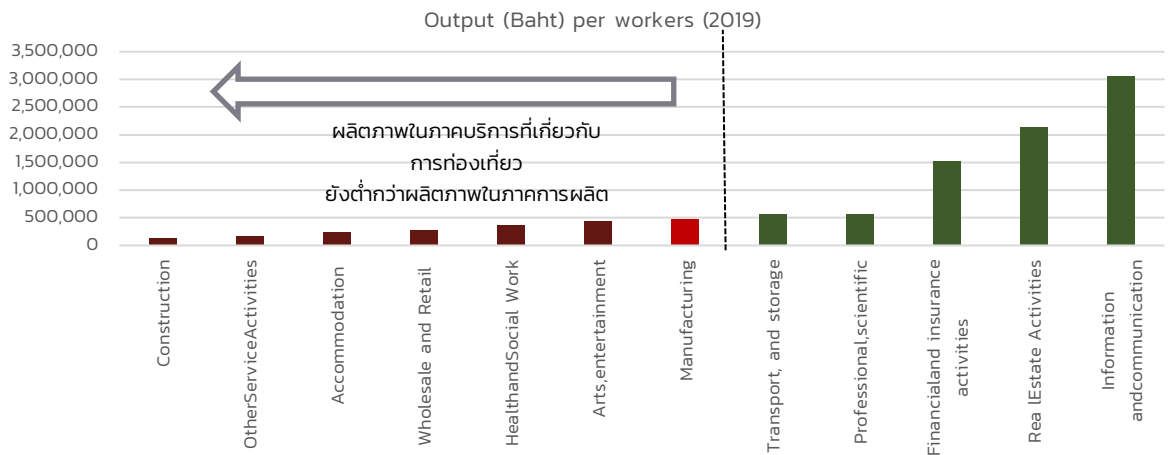


ที่มา: TIVA database, KKP Research

ประการที่สอง: การท่องเที่ยวที่ผ่านมาไม่ได้ช่วยยกระดับผลิตภาพโดยรวมของประเทศให้สูงขึ้น

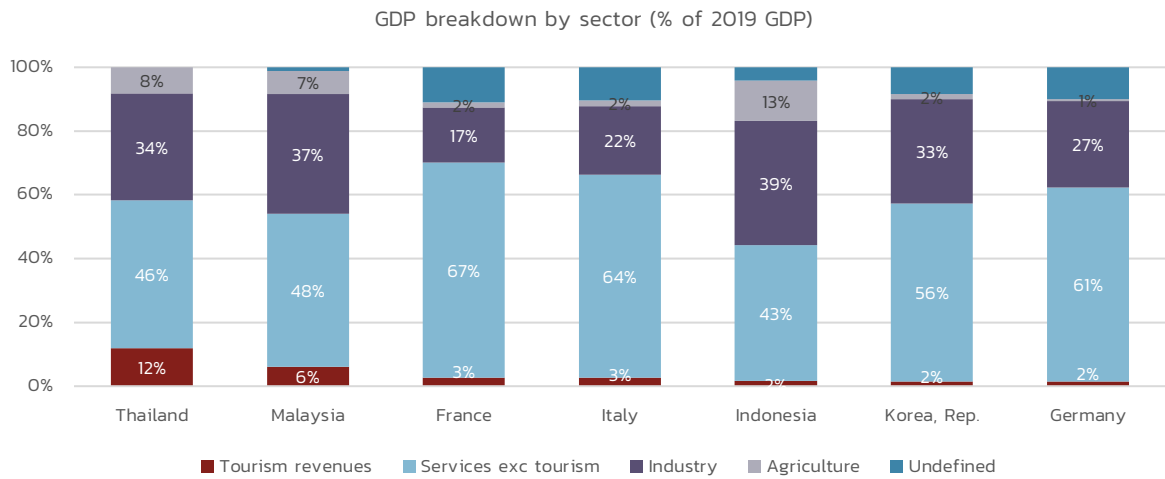
แม้ว่าในหลายประเทศโดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้วจะมีเศรษฐกิจที่ได้รับการพัฒนาการจากภาคเกษตร ไปสู่ภาคการผลิต และจึงพัฒนาไปสู่ภาคบริการ โดยภาคบริการมีบทบาทสำคัญทั้งในฐานะการช่วยส่งเสริมมูลค่าเพิ่มให้กับภาคอุตสาหกรรมและช่วยให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจขึ้น อย่างไรก็ตาม สำหรับไทยการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวนับว่ายังอยู่ในกลุ่มภาคบริการที่มีผลิตภาพต่ำเมื่อเทียบกับภาคบริการอื่น ๆ และภาคอุตสาหกรรมในบางกลุ่ม (รูปที่ 13 และ 14) สะท้อนว่าผลิตภาพในภาคการท่องเที่ยวยังไม่ได้ถูกยกระดับให้สูงขึ้นทัดเทียมกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ทำให้การเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างก้าวกระโดดในช่วงก่อนโควิดที่ดึงแรงงานออกจากภาคการผลิตจำนวนมาก อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เร็วและมากเกินไป และนำไปสู่ปัญหาการจัดการจัดสรรทรัพยากรที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศได้

รูปที่ 13 ผลผลิตของการท่องเที่ยวต่ำกว่าภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ทั้งภาคการผลิต ภาคการเงิน ภาคอสังหาริมทรัพย์



ที่มา: Labour Force Survey, NESDC, KKP Research

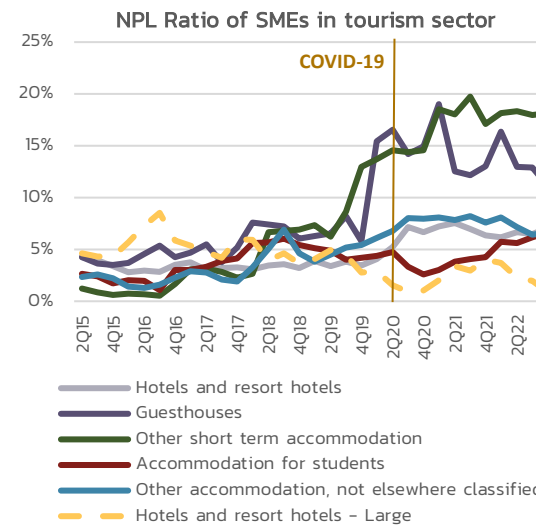
รูปที่ 14 ประเทศไทยพึ่งพาภาคท่องเที่ยว ซึ่งเป็นภาคบริการที่มูลค่าเพิ่มต่ำ มากกว่าประเทศอื่น ๆ



ที่มา: Labour Force Survey, NESDC, KKP Research

Tourism boom หรือการเติบโตอย่างรวดเร็วของภาคการท่องเที่ยวในช่วงที่ผ่านมา ได้ดึงดูดให้ผู้ประกอบการหันมาทำธุรกิจโรงแรมที่พักมากขึ้น จนเกิดปัญหา Oversupply ขึ้นในบางกลุ่มโดยการเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเช่นโรงแรมและที่พักขยายตัวในอัตราที่เร็วกว่าการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวตั้งแต่ในช่วงก่อนโควิด ซึ่งอาจเป็นปัญหาการจัดสรรทรัพยากรที่ไม่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตัวอย่างปัญหาที่เห็นได้ชัด คือ กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พักขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่มีประสิทธิภาพในการจัดการต้นทุนและการดำเนินงานต่ำกว่า ทำให้แข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ยาก ทำให้ตั้งแต่ก่อนเหตุการณ์โควิด ธุรกิจที่พักขนาดเล็กมีอัตราหนี้เสียที่สูงขึ้นต่อเนื่องและสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม (รูปที่ 15) ตอกย้ำว่าการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจยังขาดการคำนึงถึงผลผลิตภาพ และความสามารถในการแข่งขันยังเป็นความท้าทายของการเติบโตในระยะยาวของภาคการท่องเที่ยว

รูปที่ 15 สัดส่วนหนี้เสียของที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กเพิ่มขึ้นตั้งแต่ก่อนการระบาดของโควิด -19



ที่มา: BoT, KKP Research

ประการที่สาม: ภาคการท่องเที่ยวไทยมีการกระจุกตัวสูง

แม้ว่าภาคการท่องเที่ยวไทยจะสามารถเติบโตได้ดีจนมีจำนวนนักท่องเที่ยวปีละหลายสิบล้านคนและสร้างรายได้ให้ประเทศถึงเกือบ 2 ล้านล้านบาท แต่การกระจายตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยวยังมีน้อยและกระจุกตัวในหลายมิติ ทั้งแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว เช่น กว่า 1 ใน 4 เป็นนักท่องเที่ยวจีน และการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่กระจุกตัวในบางประเภทสินค้าและบริการที่สะท้อนผ่านความเชื่อมโยงระหว่างภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับธุรกิจอื่น ๆ ที่ต่ำ

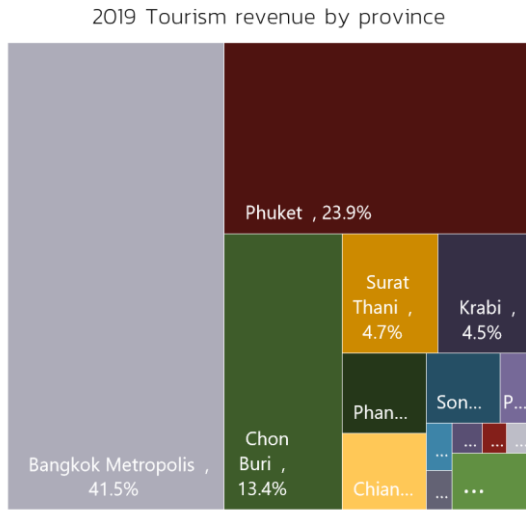
ในมิติของพื้นที่ คือ มีการใช้จ่ายอยู่เพียงไม่กี่จังหวัดเท่านั้น โดยช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19 จังหวัดท่องเที่ยว 4 จังหวัดแรกที่ได้รายได้ท่องเที่ยวสูงสุด ได้แก่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต ชลบุรี และสุราษฎร์ธานี ได้รับรายได้รวมกันมากกว่า 80% ของรายได้ท่องเที่ยวทั้งหมด หรือประมาณ 1.6 ล้านล้านบาท (รูปที่ 16)

อย่างไรก็ดี หลังเปิดเมืองในปี 2022 เห็นได้ชัดว่าการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวในช่วงแรกเป็นการฟื้นตัวที่มีการกระจุกตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวยิ่งกว่าเดิม โดยปัจจุบันเพียง 2 จังหวัดแรกที่ได้รายได้ท่องเที่ยวมากที่สุดอย่างกรุงเทพฯ และภูเก็ต มีสัดส่วนรายได้มากกว่า 80% ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2022 แล้ว ซึ่งคิดเป็นมูลค่าประมาณ 4 แสนล้านบาทจากทั้งหมด 5 แสนล้านบาท (รูปที่ 17)

สาเหตุหนึ่งที่รายได้กระจุกตัวมากขึ้นมาจากโครงสร้างรายได้นักท่องเที่ยวที่กระจุกตัวตามสัดส่วนนักท่องเที่ยวยุโรปที่มากขึ้นในปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจุดหมายในการท่องเที่ยว เป็นจังหวัดทางภาคใต้ไม่กี่จังหวัด อย่างภูเก็ต พังงา กระบี่ และเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ อย่างไรก็ตามแม้ว่าการกระจุกตัวที่มากขึ้นนี้อาจคลี่คลายลงไปได้บ้าง หากสัดส่วนนักท่องเที่ยวกลับมากกระจายตัวมากขึ้นจากที่จีนเปิดเมืองช่วงต้น

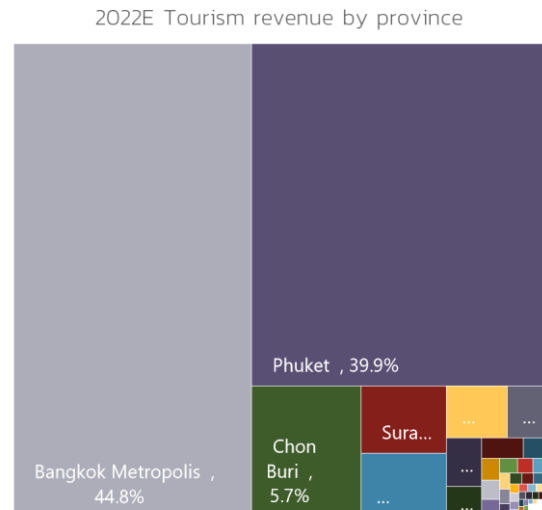
ปีที่ผ่านมามีปัญหาหารายได้ที่กระจุกตัวสูงตั้งแต่ก่อนโควิด-19 ยังชี้ให้เห็นว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของไทยมีการกระจายตัวที่ไม่ดีมากนัก

รูปที่ 16 รายได้ท่องเที่ยวต่างชาติช่วงก่อนโควิด-19 กระจุกตัวในไม่กี่จังหวัดเท่านั้น



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, KKP Research

รูปที่ 17 รายได้ท่องเที่ยวต่างชาติยังกระจุกตัวมากขึ้น หลังการระบาดของโควิด-19



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, KKP Research

ประการที่สี่: ความสำเร็จของภาคการท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมามีได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

ที่ผ่านมามีการวัดความสำเร็จของภาคการท่องเที่ยวไทย มีได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและสุขภาพ โดยมักมีการวัดผลและตั้งเป้าหมายรายปีด้วยการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลัก ขณะที่ภาคการท่องเที่ยวที่โตขึ้นต่อเนื่องสามารถก่อให้เกิดผลเสียต่อเศรษฐกิจและสังคมทั้งในระยะสั้นและระยะยาวได้อย่างมาก จากสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมลง การใช้พลังงาน ทรัพยากรน้ำ และทรัพยากรอื่น ๆ ที่มากเกินไป ปริมาณของเสียและขยะที่มากขึ้น ปัญหาความแออัดจากการเปิดรับนักท่องเที่ยวมากเกินไป (overtourism) รวมไปถึงปัญหาด้านสุขภาพและสังคม จากการที่คุณภาพชีวิตของคนในประเทศด้อยลงเพราะปัญหามลภาวะด้านต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้น ปัญหาการจราจรติดขัด ราคาเช่าและเงินเฟ้อที่สูงขึ้น และความไม่เพียงพอของสาธารณูปโภค นอกจากนี้ การกระจุกตัวของภาคการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ อาจซ้ำเติมปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของไทยอีกทางหนึ่งด้วย ผลกระทบด้านลบเหล่านี้ในทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่า ‘negative externality’ ซึ่งมักไม่ได้ถูกนำมาหักทอนจากความสำเร็จของภาคการท่องเที่ยว แต่เป็นภาระที่คนไทยต้องแบกรับและจะเป็นตัวจุดรั้งพัฒนาการทางเศรษฐกิจในระยะยาวในที่สุด

โดยทั่วไปแล้วภาคการท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้มาก โดยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการปล่อยมลพิษสูง และประเมินว่า 8-11% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลกในปี 2019 มาจากภาคการท่องเที่ยว โดยครึ่งหนึ่งของการปล่อยมลพิษนี้มาจากการเดินทางขนส่งทั้งทางอากาศ ทาง

บกและทางน้ำ และส่วนที่เหลือมาจากมลพิษจากโรงแรมที่พัก การผลิตอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงกิจกรรมการก่อสร้าง¹

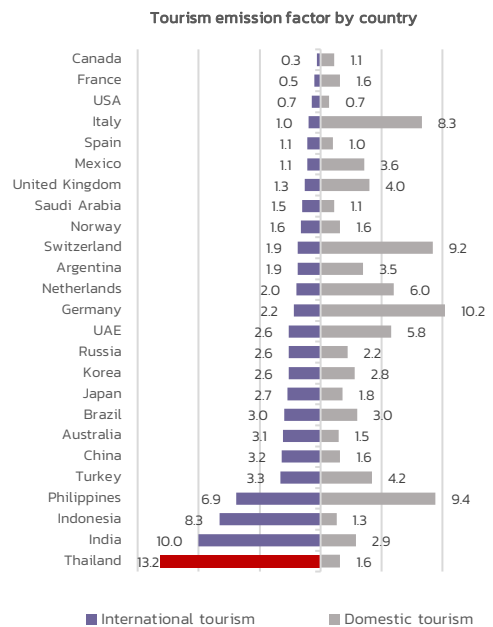
รูปที่ 18 ประเทศไทยมีมาตรฐานด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำมาก เทียบกับประเทศอื่นที่พึ่งพาท่องเที่ยวสูง

	อันดับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ปี 2019 (จาก 116 ประเทศ)	สัดส่วนปริมาณขยะโลกที่ไม่ได้รับการจัดการอย่างถูกวิธี จากประเทศต่างๆ (% ของปริมาณขยะโลก)	ปริมาณขยะที่ไม่ได้รับการจัดการอย่างถูกวิธี (ตัน/ปี)	รายได้จากการท่องเที่ยว ต่อ GDP (%)
ตุรกี	93	2.68	1,656,110	5.4
ไทย	98	2.20	1,361,690	11.8
มาเลเซีย	95	1.32	814,454	6.1
สหรัฐอเมริกาเหนือ	64	0.01	5,135	9.2
สิงคโปร์	55	0.00	2,468	4.0
โปรตุเกส	45	0.01	3,818	10.2
ออสเตรเลีย	43	0.01	5,266	3.4
กรีซ	36	0.01	4,506	11.2
สเปน	35	0.03	20,350	14.6
ไอร์แลนด์	30	0.00	2,675	3.7
นิวซีแลนด์	21	0.00	1,714	5.8
ฮ่องกง	9	0.01	5,781	9.0
อังกฤษ	8	0.05	29,914	10.9
สวีเดน	1	0.01	4,255	9.7

ที่มา: Our World in Data, Tourism Competitiveness Index, World Bank, KKP Research

ยิ่งไปกว่านั้น ประเทศไทยจัดว่าเป็นประเทศที่มาตรฐานและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการขยะและมลพิษยังอยู่ในระดับต่ำมาก ไทยมีปริมาณการใช้พลาสติกและสร้างขยะพลาสติกติดอันดับต้นๆ ของโลก โดยมีการประเมินว่าประเทศไทยมีการใช้ถุงพลาสติกสูงถึง 500 ล้านใบต่อวันตั้งแต่วันที่ก่อนโควิด ซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นตามเทรนด์การสั่งซื้อของออนไลน์และฟู้ดเดลิเวอรี่ที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งไทยยังมีการปล่อยขยะพลาสติกและโฟมลงสู่ทะเลมากถึง 10 อันดับแรกของโลกอย่างต่อเนื่อง โดยในภาพรวมแล้วไทยผลิตขยะพลาสติกสูงถึง 2.2% ของปริมาณขยะพลาสติกทั้งหมดของโลก ขณะที่ไทยมีขนาดเศรษฐกิจเพียง 0.5% ของขนาดเศรษฐกิจโลกเท่านั้น²

รูปที่ 19 ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคการท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย อยู่ในระดับสูงมาก



ที่มา: Our World in Data, Tourism Competitiveness Index, World Bank, KKP Research

¹ Skift Research (2021), Sustainable Travel International (2018).

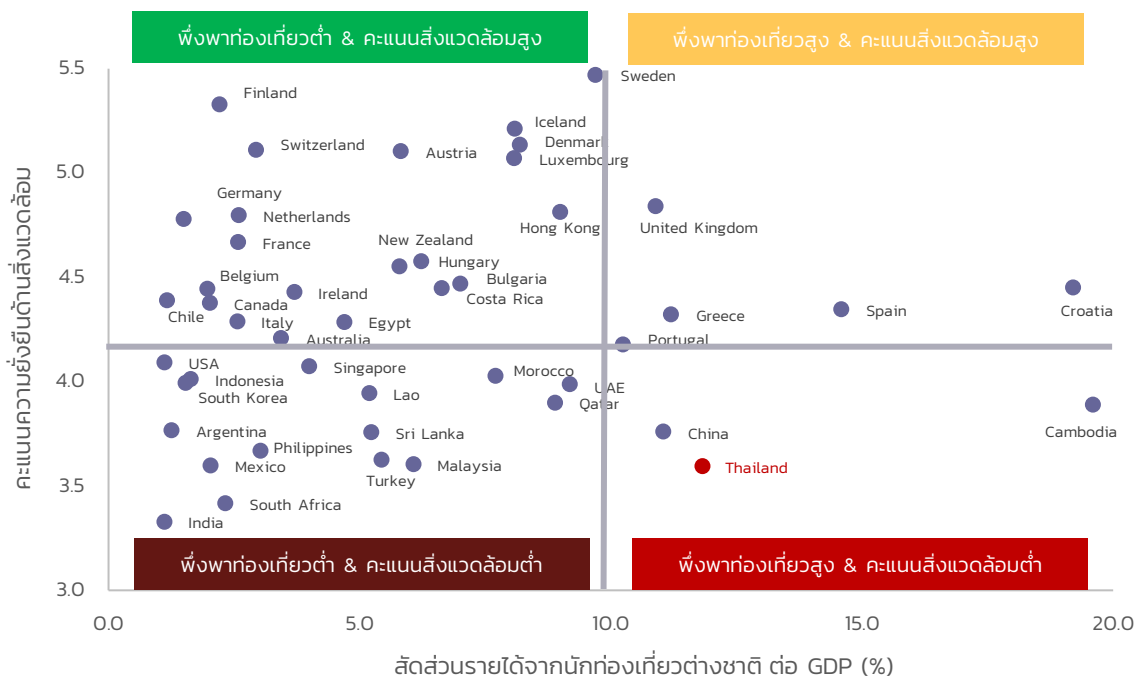
² ที่มา: Our World in Data, Plastic Pollution. กรมควบคุมมลพิษ

นั่นหมายความว่า ภาคการท่องเที่ยวไทยที่เติบโตขี้นย่อมมาพร้อมกับการบริโภคและการใช้ทรัพยากรที่มากขึ้น จึงตามมาด้วยปริมาณขยะและมลพิษที่สูงขึ้นตามตัว โดยมีการประเมินว่า ‘ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก’ หรือ emission factor³ จากกิจกรรมในภาคการท่องเที่ยวในไทยโดยนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จัดอยู่ในระดับสูงกว่าประเทศอื่นมาก (รูปที่ 19)

จึงไม่น่าแปลกใจที่ประเทศไทยได้คะแนนด้านความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม (Environmental sustainability) อยู่ในระดับต่ำมากมาโดยตลอด ภายใต้การประเมิน Travel & Tourism Competitiveness Index โดยอยู่ในลำดับที่ 98 จาก 116 ประเทศจากการสำรวจในปี 2019 ทำให้ไทยจัดเป็นประเทศที่มีการพึ่งพาการท่องเที่ยวสูงแต่มีพัฒนาการที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (รูปที่ 20)

รูปแบบการพัฒนาเช่นนี้ย่อมเป็นอุปสรรคต่อทั้งความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของภาคการท่องเที่ยวเอง และต่อเศรษฐกิจไทยโดยรวมในระยะยาว ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนในปัจจุบันคือ ปัญหามลพิษจากควันและฝุ่น PM 2.5 ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงรายและใกล้เคียง ที่รุนแรงขึ้นทุกปี ไม่เพียงแต่สร้างผลเสียต่อสุขภาพของคนในพื้นที่เท่านั้น แต่ยังกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว มีการยกเลิกการเดินทางและที่พักจำนวนมาก เนื่องจากความกังวลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติเกี่ยวกับปัญหาฝุ่นควัน

รูปที่ 20 ประเทศไทยพึ่งพาท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูง แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม



ที่มา: Tourism Competitiveness Index, World Bank, KKP Research

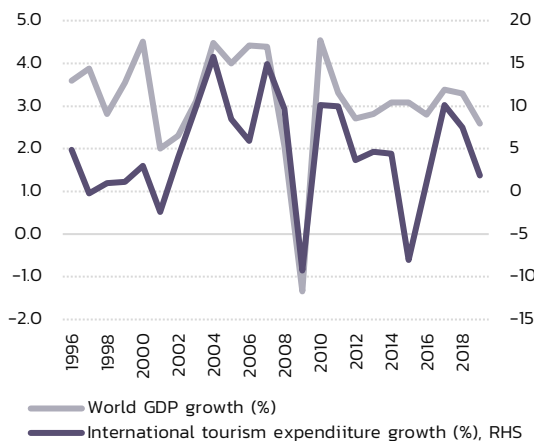
³ ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor) เป็นค่าที่แสดงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยการดำเนินงาน โดยจะขึ้นอยู่กับกิจกรรมและเทคโนโลยีของแหล่งปล่อยก๊าซในแต่ละประเทศ

ประการที่ห้า: การพึ่งพาภาคการท่องเที่ยวเป็นหลัก ทำให้ประเทศเปราะบางต่อ shock จากภายนอก

รายได้จากการท่องเที่ยวพึ่งพาอุปสงค์จากต่างประเทศเป็นหลัก อีกทั้งการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวยังเป็นการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น หรือในทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่าเป็นการบริโภคประเภทฟุ่มเฟือย (luxury goods) จึงทำให้โดยทั่วไปแล้วภาคการท่องเที่ยวค่อนข้างขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจต่างประเทศ เพราะเป็นการบริโภคที่มีถูกตัดเป็นอันดับต้น ๆ ในยามที่เศรษฐกิจตกต่ำหรือประสบกับวิกฤต (รูปที่ 21) อีกทั้งยังอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเช่นการแพร่ระบาดของโควิดที่ทำให้การเดินทางหยุดชะงักลงทั่วโลก ทำให้เศรษฐกิจไทยหดตัวรุนแรงและส่งผลกระทบต่ออย่างหนักต่อธุรกิจและครัวเรือนในวงกว้างอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน (รูปที่ 22) ซึ่งแสดงให้เห็นชัดเจนถึงความเปราะบางของเศรษฐกิจไทยจากการพึ่งพาภาคการท่องเที่ยวมากจนเกินไป โดยไม่มีเครื่องยนต์สำรองตัวอื่นสำหรับขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งเพียงพอ

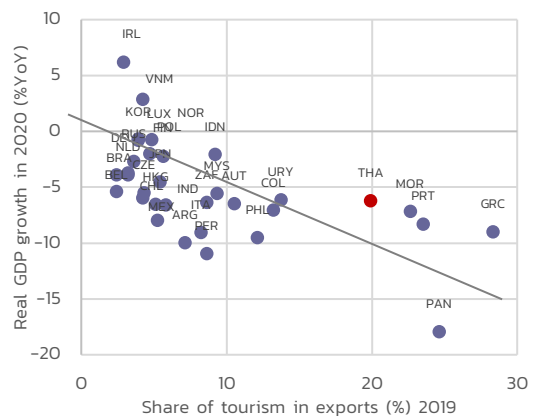
นอกจากนี้ ที่ผ่านมภาคการท่องเที่ยวไทยยังพึ่งพานักท่องเที่ยวบางกลุ่มในสัดส่วนสูง เช่น นักท่องเที่ยวจีนที่มีสัดส่วนสูงถึง 1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดในช่วงก่อนโควิด ทำให้การเติบโตของภาคการท่องเที่ยวไทยยังขึ้นอยู่กับเปลี่ยนแปลงของนโยบายด้านการเดินทางของบางประเทศ รวมถึงยังอาจถูกกระทบจากประเด็นความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์ได้อีกด้วย

รูปที่ 21 การใช้จ่ายด้านการเดินทางท่องเที่ยวมักได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลก



ที่มา: World Bank, KKP Research

รูปที่ 22 ประเทศที่พึ่งพาภาคการท่องเที่ยวสูงหดตัวรุนแรงในช่วงโควิด



ที่มา: World Bank, KKP Research

ท่องเที่ยวไทย โตอย่างไรให้ยั่งยืน

การพึ่งพาภาคการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมเป็นเครื่องยนต์เศรษฐกิจหลักจะเผชิญกับข้อจำกัดในหลายด้านดังที่กล่าวมาข้างต้น ทว่า ในความเป็นจริงแล้วอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถมีบทบาทในการยกระดับศักยภาพของเศรษฐกิจได้มากและยั่งยืนกว่าที่ผ่านมา หากแต่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติ และต้องอาศัยการวางแผนและการวางกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบองค์รวม ที่คำนึงถึงการพัฒนากทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระยะยาวควบคู่ไปด้วย

ข้อดีของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

หากได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพโดยคำนึงถึงความยั่งยืน ภาคการท่องเที่ยวจะสามารถสร้างประโยชน์ให้กับประเทศได้มากและทั่วถึงมากกว่าที่ผ่านมา ด้วยข้อดีหลายประการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนี้

- (1) **มีโอกาสในการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง** แม้ว่าในหลายประเทศพัฒนาแล้วนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปต่างประเทศในแต่ละปีจะค่อนข้างคงที่ แต่ท่องเที่ยวยังมีโอกาสในการเติบโตได้จากประชากรชนชั้นกลาง (middle income) ทั่วโลกที่จะเพิ่มขึ้น อีกทั้งต้นทุนการเดินทางท่องเที่ยวที่จะถูกลง การวางแผนการเดินทางที่จะง่ายขึ้นและน่าดึงดูดขึ้น ด้วยเทคโนโลยี รวมถึงความเชื่อมโยงของข้อมูลข่าวสารผ่านทาง social media โดยที่ผ่านมาการเติบโตของการท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มขึ้นถึง 50% ในช่วงระยะเวลา 10 ปีก่อนเกิดโควิด (2010–2019) เป็นแหล่งรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศที่สำคัญให้กับหลายประเทศ
- (2) **สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศได้มากกว่าอุตสาหกรรมอื่น** เนื่องจากภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่พึ่งการใช้แรงงานสูงและต้องมีการให้บริการในประเทศไทย ทำให้ห่วงโซ่อุปทานส่วนใหญ่เป็นการพึ่งพาธุรกิจในประเทศและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศได้ในสัดส่วนสูงกว่าภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในกรณีของไทยที่ภาคอุตสาหกรรมในประเทศยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศได้มาก เนื่องจากอุตสาหกรรมไทยยังมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำที่มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่ำและต้องพึ่งพาวัตถุดิบต้นทางจากต่างประเทศในสัดส่วนสูง ทำให้มูลค่าเพิ่มในประเทศจากภาคบริการไทยมีแนวโน้มสูงกว่าภาคอุตสาหกรรม
- (3) **มีสัดส่วนของ SMEs มากกว่าอุตสาหกรรมอื่น** สร้างโอกาสในการเติบโตและการกระจายรายได้ที่ทั่วถึงมากขึ้น โดยสำหรับไทย SMEs มีสัดส่วนสูงถึง 40% ของจำนวนบริษัททั้งหมดในภาคบริการ ในขณะที่สัดส่วนอยู่ที่ 17% ในภาคอุตสาหกรรมผลิต
- (4) **มีสัดส่วนการจ้างงานสูง** สร้างงานสร้างโอกาสที่หลากหลาย สร้างรายได้ในระดับชุมชน โดยสัดส่วนการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวในช่วงก่อนโควิดอยู่ที่ราว 7 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนถึง 20% ของการจ้างงานทั้งประเทศ
- (5) **เป็นโอกาสในการสร้างแบรนด์ให้กับประเทศ** เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มองเห็นและรับรู้ได้มากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ดังนั้นภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในสายตาของชาวต่างชาติ จะมีส่วนสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเพิ่มโอกาสในการต่อยอดไปสู่การส่งออกสินค้าอื่นของไทยได้

ทำอย่างไร ท่องเที่ยวไทยจะพาเศรษฐกิจไทยไปได้ไกลกว่าเดิม

การพัฒนาภาคการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างประโยชน์ต่อเศรษฐกิจไทยได้อย่างเต็มศักยภาพและยั่งยืนกว่าที่ผ่านมา จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงในทุกองค์ประกอบของการขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างสมดุลมากขึ้น ทะลวงข้อจำกัด ลดความเปราะบาง และลดผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย

จากการศึกษาประสบการณ์และตัวอย่างในต่างประเทศ KKP Research สรุปได้ว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุด 3 ประการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง คือ

- (1) **Rethink tourism success** ผู้นำต้องเปลี่ยนวิธีคิดและตัวชี้วัดความสำเร็จของภาคการท่องเที่ยว ไม่ใช่วัดความสำเร็จกันที่ตัวเลขนักท่องเที่ยว หรือรายได้จากการท่องเที่ยวปีต่อปีเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงผลได้ผลเสียในภาพรวม และความยั่งยืนในระยะยาวด้วย
- (2) **Better measurement for better management** ต้องมีฐานข้อมูลเชิงลึกและตัวชี้วัดที่ชัดเจน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการติดตามเครื่องชี้ในหลายด้าน มีการวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อวางแผนการบริหารภาคการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
- (3) **Strengthen coordination mechanisms** มีกลไกการประสานงานและสร้างความร่วมมืออย่างเป็นระบบ เพื่อให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งภาคเศรษฐกิจและสังคม มีส่วนร่วมในการวางแผนและขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน



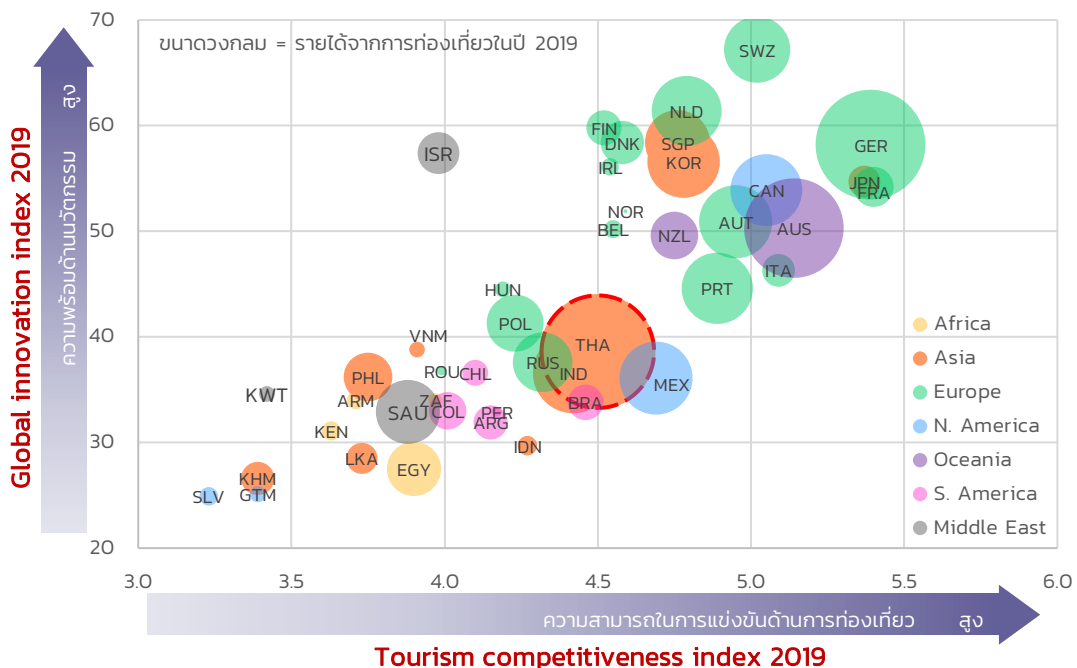
ที่มา: OECD Tourism Trends and Policies 2022, KKP Research

เราสามารถเรียนรู้ได้จากตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมในหลายประเทศที่ใส่ใจและจริงจังในการวางแผนระยะยาวที่ปฏิบัติได้จริง (BOX 1) เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและทำให้ภาคการท่องเที่ยวสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม กระจายรายได้ เสริมความแข็งแกร่งและความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจและสังคมในทุกมิติอย่างเป็นระบบ ซึ่งสามารถรวบรวมเป็น 5 แนวทาง ดังนี้

- (1) **เพิ่มมูลค่าและประสิทธิภาพ** เพิ่มผลิตภาพในภาคการท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาทักษะแรงงานในภาคการท่องเที่ยว ประกอบกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital solutions) เข้ามาช่วยในแต่ละขั้นตอนของการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (data analytics) เพื่อบริหารจัดการให้ได้ประโยชน์สูงสุด สร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวอยู่นานขึ้น ใช้จ่ายมากขึ้น ซื้อของกลับบ้านมากขึ้น เพิ่มโอกาสที่จะกลับมาเยือนอีกอย่างต่อเนื่อง

- (2) **สานต่อห่วงโซ่อุปทาน** ในภาคการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่ผลคูณทวีต่อระบบเศรษฐกิจ (multiplier effects) ที่สูงขึ้น ด้วยการเชื่อมต่อกับภาคเศรษฐกิจอื่นให้มากขึ้นโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น ภาคการเกษตร รวมถึงการใช้ประโยชน์เชิงยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวไทยในการสร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก (global connectedness) เช่น การดึงดูดการจัดงานการประชุมสัมมนา ระดับนานาชาติในประเทศไทย เพื่อให้คนไทยได้รับการถ่ายทอดความรู้ (knowledge transfer) ร่วมถึงสร้างความร่วมมือและโอกาสด้านการลงทุนจากต่างประเทศ
- (3) **ลดการกระจุก** สร้างแรงดึงดูดให้การท่องเที่ยวกระจายออกจากจังหวัดท่องเที่ยวหลักมากขึ้น พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเอื้ออำนวยให้การเดินทางท่องเที่ยวไปยังเมืองรองและสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ได้สะดวกขึ้น ยกกระดับมาตรฐานที่พักขนาดเล็กเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดให้มีเทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจสำหรับนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้ที่สม่ำเสมอไม่กระจุกเฉพาะในช่วง high season
- (4) **ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม** ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูล การมีตัวชี้วัดที่ชัดเจน การสร้างความตระหนักรู้ให้กับทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว มีมาตรฐานกฎเกณฑ์รวมถึงการสร้างแรงจูงใจเชิงนโยบาย เพื่อให้ทุกฝ่ายให้ความสำคัญและคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อมและการอยู่ร่วมกันในสังคม มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ
- (5) **พัฒนาศักยภาพของประเทศด้านอื่นด้วย** ถึงแม้จะสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงเพื่อยกระดับภาคการท่องเที่ยวที่สมดุลได้ตามแนวทางข้างต้นแล้ว แต่ประเทศไทยก็ยังจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพของประเทศในด้านอื่นควบคู่ไปด้วย หากจะนำพาประเทศหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง (middle-income trap) ได้อย่างแท้จริง รูปที่ 24 แสดงให้เห็นชัดเจนว่าประเทศอื่นที่ถึงแม้จะประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้จากภาคการท่องเที่ยว แต่ก็ไม่ได้ทิ้งการพัฒนาศักยภาพในด้านอื่น โดยเฉพาะด้านความพร้อมในการเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

รูปที่ 24 หลายประเทศสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในระดับสูงและมีความสามารถในการแข่งขันที่สูง แต่ไม่ได้พึ่งพาภาคการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ยังพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมควบคู่ไปด้วย



ที่มา: World Intellectual Property Organization's Global Innovation index, World Economic Forum's Tourism Competitiveness Index, KKP Research

บทส่งท้าย Time to act is now

การเปลี่ยนแปลงหลังโควิดยิ่งเร่งให้มีความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องเปลี่ยนรูปแบบการพึ่งพาและพัฒนาภาคการท่องเที่ยว จากทั้งการแข่งขันที่จะสูงขึ้น ปัญหาด้านมลพิษและสิ่งแวดล้อมที่จะรุนแรงขึ้น การเข้าสู่สังคมสูงวัยของไทยที่จะทำให้การขาดแคลนแรงงานในระยะต่อไปเป็นปัญหามากขึ้น ข่าวดีคือ ในปัจจุบันความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและด้านข้อมูล จะทำให้การเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมาข้างต้นเป็นไปได้ง่ายขึ้น อีกทั้งความตื่นตัวของทั่วโลกในด้านสิ่งแวดล้อม ก็จะช่วยให้ได้ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนง่ายขึ้นกว่าในอดีต

เป็นนิมิตหมายอันดีที่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ซึ่งจะเป็นแนวทางขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในระยะต่อไป ได้ตระหนักถึงข้อจำกัดด้านต่าง ๆ ของภาคการท่องเที่ยวไทย และมีเป้าหมายหลักที่จะยกระดับภาคการท่องเที่ยวไทยให้เป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีการเติบโตอย่างสมดุล ยั่งยืน และมีส่วนร่วมมากขึ้น ซึ่งหากปฏิบัติได้จริงและบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ก็จะทำให้ภาคการท่องเที่ยวสามารถเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้มากกว่าที่ผ่านมา

KKP Research ประเมินว่าภาคการท่องเที่ยวไทยยังสามารถเติบโตได้มากขึ้นจากสองช่องทางหลักคือ

(1) **เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวให้สูงขึ้น** เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบการใช้จ่ายต่อหัวต่อวันกับภาคการท่องเที่ยวในยุโรป พบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ไทยอยู่ในระดับปานกลางและยังสามารถพัฒนาให้สูงขึ้นได้อีกโดยปัจจุบันค่าใช้จ่ายต่อหัวของไทยอยู่ในระดับประมาณ 5,200 บาทต่อวัน หากตั้งเป้าให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 20% ให้ใกล้เคียงกับประเทศระดับในกลางอย่างออสเตรเลียที่สร้างรายได้ได้ประมาณ 6,600 บาทต่อคนต่อวัน ในช่องทางนี้จะสามารถเพิ่มมูลค่าต่อเศรษฐกิจได้อีกถึงประมาณ 3% ของ GDP จากช่วงปี 2019 ที่ภาคการท่องเที่ยวมีขนาด 12% ของ GDP

(2) **เพิ่มการเชื่อมโยงและกระจายผลประโยชน์ไปสู่ภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ จากภาคการท่องเที่ยว** แม้บางประเทศในยุโรปจะมีค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่ำกว่าไทยแต่อาจสร้างผลประโยชน์โดยรวมต่อเศรษฐกิจได้มากกว่าจากการกระจายประโยชน์ไปสู่ภาคเศรษฐกิจอื่น การพัฒนาให้เกิดการเชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่มากขึ้นจะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ภาคการท่องเที่ยวสามารถเป็นตัวนำการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ได้ KKP Research ประเมินว่าหากทุกการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสามารถกระจายประโยชน์ไปสู่ภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ เพิ่มขึ้นเป็น 30% จากปัจจุบันที่มีขนาดประมาณ 10% จะทำให้ทุก ๆ 1 ล้านคน ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มได้อีกประมาณ 0.04% ของ GDP หรือ ที่ระดับนักท่องเที่ยวที่ 40 ล้านคนจะเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจได้อีกประมาณ 1.6% ของ GDP

ทำให้ทั้งสองช่องทางรวมกันจะเทียบเท่ากับการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้ถึงประมาณ 15 ล้านคน โดยไม่ต้องเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเลย ซึ่งจะสร้างผลกระทบทางลบกับคนในประเทศและสิ่งแวดล้อมน้อยกว่ากลยุทธ์ที่เน้นการเพิ่มจำนวนอย่างมาก

การเติบโตที่เน้นจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างที่ผ่านมาไม่ควรจะเป็นคำตอบสุดท้ายของเป้าหมายความสำเร็จของภาคการท่องเที่ยว กลยุทธ์การเติบโตที่ยั่งยืนจะเป็นต้องสร้างการเติบโตที่มีคุณภาพและสมดุล โดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม การกระจายรายได้ ในขณะที่เดียวกันก็คำนึงถึงลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบทางสังคม ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ที่จะเกิดขึ้นกับคนในประเทศให้ได้มากที่สุด จึงจะทำให้ภาคการท่องเที่ยวเป็นเครื่องยนต์ที่แท้จริงของเศรษฐกิจไทยในระยะยาวได้

BOX 1: ตัวอย่างการแก้ปัญหาและพัฒนาภาคการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ

ประเด็น	ตัวอย่างในต่างประเทศ
<p>การพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวและ Data analytics</p> <p>การสร้างฐานข้อมูลดิจิทัลเชิงลึกที่เข้าถึงได้ง่าย</p>	<p>The Croatia Digital Tourism e-Tourism project ระบบการให้บริการของภาครัฐ และฐานข้อมูลดิจิทัล เพื่อใช้ในการติดตามตัวชี้วัด การทำนโยบาย กระบวนการจดทะเบียนและขอใบอนุญาตต่างๆ ในภาคการท่องเที่ยว รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกโดยธุรกิจและประชาชนในวงกว้าง</p> <p>Visit Finland DataHub ฐานข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวที่ให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวของประเทศ และโปรโมทธุรกิจ สินค้าและบริการของตัวเองได้ ในทีเดียว</p> <p>National Tourism Innovation Strategy "Tourism Big Data Platform" ผลักดัน Smart Tourism โดยการสร้างฐานข้อมูลออนไลน์ที่ง่ายต่อการใช้งาน ของนักท่องเที่ยว และการนำข้อมูล big data ด้านท่องเที่ยวไปใช้ในการวิเคราะห์ และวางแผน</p>
<p>การให้ความช่วยเหลือ SMEs ในภาคการท่องเที่ยว</p> <p>การลดต้นทุนด้านการเข้าถึงข้อมูลของ SMEs</p> <p>การสนับสนุน digital transformation สำหรับ SMEs</p>	<p>"Jurni" The National Tourism Visitor Information System ระบบข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้ธุรกิจท่องเที่ยวโดยเฉพาะ SMEs สามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อการพัฒนาคุณภาพ การวางแผนธุรกิจและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>France NUMerique 2019 & Les Activeurs France Num LuxInnovation - The Fit 4 Digital Initiative โครงการที่มีผู้เชี่ยวชาญด้าน IT และธุรกิจดิจิทัล ช่วยในการวิเคราะห์ ให้คำปรึกษาและวางแผน SMEs ในการเปลี่ยนแปลงธุรกิจเข้าสู่ระบบดิจิทัล เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ รวมถึงให้ความช่วยเหลือทางการเงินเพื่อให้เกิด transformation ได้จริง</p>
<p>การสนับสนุนนวัตกรรมในภาคการท่องเที่ยว</p>	<p>Tourism Innovation Centre NEST</p> <p>Tourism Innovation Awards</p>
<p>การแก้ปัญหาความแออัดของการท่องเที่ยว</p> <p>การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการหลีกเลี่ยงความแออัด</p> <p>การออกแคมเปญท่องเที่ยวท้องถิ่นพื้นเมือง</p> <p>การใช้ dynamic pricing ในการลดความแออัด</p> <p>การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวพื้นเมือง</p>	<p>เนเธอร์แลนด์ Amsterdam พัฒนา Dashboard เพื่อแสดงผลการคาดการณ์ปริมาณความแออัดในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้นักท่องเที่ยววางแผนได้อย่างเหมาะสม</p> <p>อิตาลี ญี่ปุ่น สกอตแลนด์ ไอร์แลนด์ "Detourism: Travel Venice Like a Local" "Dragon Route" (Shoryudo) "North Highland Initiative (The North Coast 500)" การตั้งราคาที่พักที่แปรผันกับปริมาณนักท่องเที่ยว สำหรับการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม The Cliffs of Moher</p> <p>ออสเตรเลีย "UnDiscover Australia" campaign ภายใต้ Building Better Regions Fund เพื่อถ่ายเทนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนอกเหนือจากหัวเมืองหลัก</p>
<p>การให้ความสำคัญกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม</p> <p>การมีมาตรฐานและตัวชี้วัดที่ชัดเจน</p> <p>โครงสร้างพื้นฐานคมนาคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p> <p>สร้างแรงจูงใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p> <p>การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการปล่อยมลพิษ</p>	<p>โปรตุเกส Tourism Strategy 2027 - Sustainable Tourism Plan พัฒนาตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม 43 เครื่องชี้ เพื่อใช้ในการติดตามวัดผล และประเมินความคืบหน้าได้อย่างชัดเจน</p> <p>นอร์เวย์ Sustainable Destination standard กำหนดเกณฑ์ 45 ด้าน และ 108 เครื่องชี้ด้านความยั่งยืน ที่ใช้ในการวัดผลและติดตามสำหรับผู้วางนโยบายและภาคธุรกิจ</p> <p>ฟินแลนด์ Visit Finland "Sustainable Travel Finland Programme" พัฒนา toolkits แบบเป็นรูปธรรม ที่ทำให้การปฏิบัติตามเกณฑ์ความยั่งยืนที่ทางการกำหนด เป็นเรื่องง่ายขึ้นสำหรับธุรกิจ</p> <p>สวิสเซอร์แลนด์ Switzerland Mobility app สร้างเครือข่ายคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง และให้ข้อมูลที่ครบถ้วนแก่นักท่องเที่ยวในการเลือกเดินทางในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p> <p>แอฟริกาใต้ Green Tourism Incentive Programme รัฐบาลให้เงินอุดหนุนหรือลดต้นทุนค่าใช้จ่าย เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ภาคธุรกิจลงทุนเพื่อปรับเปลี่ยนการใช้พลังงานและทรัพยากรในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p> <p>นอร์เวย์ Innovation Norway - CO2rism calculator โปรแกรมคำนวณการปล่อย CO2 สู่อากาศอย่างละเอียด จากการเดินทางในรูปแบบต่างๆ ภายในนอร์เวย์</p>

ที่มา: OECD Tourism Trends and Policy 2020, 2022, and national sources