

อาหารและเครื่องดื่มพรีเมียมปัจจัยหนุนการใช้จ่ายท่องเที่ยวฟิลิปปินส์



สำนักวิจัย Oxford Economics ระบุว่า การใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของฟิลิปปินส์มีแนวโน้มฟื้นตัวกลับสู่ระดับก่อนการแพร่ระบาดโควิด-19 ภายในปี 2568 โดยมีภาคอาหารและเครื่องดื่มระดับพรีเมียม (Premium Food & Beverage: F&B) เป็นปัจจัยหนุนที่มีศักยภาพเติบโตสูงสุด

นาย James Lambert ผู้อำนวยการฝ่ายที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจของสำนักวิจัย Oxford Economics เปิดเผยว่า ภาคการท่องเที่ยวของฟิลิปปินส์ยังคงอยู่ในช่วงฟื้นตัวและคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะกลับไปสู่ระดับเดียวกับปี 2562 ได้ในปี 2569 และได้กล่าวเพิ่มเติมว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวของฟิลิปปินส์นั้นฟื้นตัวได้เร็วกว่าเล็กน้อย โดยคาดว่ามูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะสูงกว่าระดับปี 2562 ได้ในปี 2568 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 87,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม ได้เสริมว่าหากฟิลิปปินส์ต้องการก้าวขึ้นเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางชั้นนำของภูมิภาคภายใน 5 ปีข้างหน้า จำเป็นต้องมีการลงทุนในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง (high-value tourism experiences) เพื่อสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีคุณภาพ และสามารถดึงดูดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี สนับสนุนโดยผลสำรวจที่จัดทำโดยสำนักวิจัย Oxford Economics ร่วมกับสมาคมสุราและไวน์นานาชาติแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APISWA) พบว่า นักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยินดีจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 250 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนต่อวัน สำหรับจุดหมายปลายทางที่ให้ประสบการณ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มระดับพรีเมียม โดยผลสำรวจยังชี้ว่า นักท่องเที่ยวทุกระดับรายได้มีแนวโน้มใช้จ่ายมากขึ้น ไม่ได้จำกัดเฉพาะ

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ

กลุ่มรายได้สูงเท่านั้น โดยจากผลสำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จำนวน 1,800 คน จากประเทศจีน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร พบว่า ร้อยละ 71 ให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มมากกว่าการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง ขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเลือกจุดหมายปลายทางที่ให้ประสบการณ์อาหารและเครื่องดื่มคุณภาพระดับพรีเมียมมากกว่า 2.5 เท่า เมื่อเทียบกับจุดหมายปลายทางทั่วไป อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 78 ยังให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของราคา (value for money) เป็นปัจจัยหลักในการเลือกจุดหมายปลายทาง และหาราคาของประสบการณ์อาหารและเครื่องดื่มระดับพรีเมียมเพิ่มขึ้นเพียง 20 เหรียญสหรัฐฯ จะทำให้นักท่องเที่ยวร้อยละ 10 หันไปเลือกตัวเลือกที่มีราคาต่ำกว่าแทน ดังนั้น เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวโลก นาย James Lambert ให้ความเห็นว่า นโยบายของฟิลิปปินส์ควรคำนึงถึงความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมประสบการณ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มระดับพรีเมียม พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาแนวคิดและรูปแบบประสบการณ์ที่หลากหลาย ตลอดจนปรับปรุงกรอบนโยบายให้ส่งเสริมมาตรฐานความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และคุณภาพของบริการ นอกจากนี้ ยังเสนอให้ภาครัฐร่วมมือกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเพื่อทำความเข้าใจความต้องการของตลาดและพัฒนาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้อต่อการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ที่มา: หนังสือพิมพ์ *Business World*

บทวิเคราะห์และข้อคิดเห็น

- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศฟิลิปปินส์ ทั้งในด้านการสร้างรายได้ การจ้างงาน และการส่งเสริมการลงทุนในภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยข้อมูลล่าสุดจาก สำนักวิจัย Oxford Economics ระบุว่า การใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของฟิลิปปินส์มีแนวโน้มฟื้นตัวกลับสู่ระดับก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ภายในปี 2568 ทั้งนี้ การฟื้นตัวของการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวได้รับแรงสนับสนุนจากภาคอาหารและเครื่องดื่มระดับพรีเมียม (Premium Food & Beverage: F&B) ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพการเติบโตสูง และมีส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง (High-Value Tourism Experiences) โดยคาดว่าจะมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะสูงกว่าระดับก่อนการแพร่ระบาดในปี 2568 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 87,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นอกจากนี้ ภาคการท่องเที่ยวของฟิลิปปินส์โดยรวมยังอยู่ในช่วงการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะกลับสู่ระดับเดียวกับปี 2562 ซึ่งเป็นปีสุดท้ายก่อนเกิดการแพร่

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ

ระบอบได้ภายในปี 2569 ทั้งนี้ อัตราการฟื้นตัวของการใช้ยานักท่องเที่ยวมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสะท้อนถึงโอกาสในการยกระดับคุณภาพการบริการและพัฒนาประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงพรีเมียมของประเทศในด้านนโยบายภาครัฐ รัฐบาลฟิลิปปินส์ยังคงดำเนินมาตรการส่งเสริมและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่นการประกาศใช้พระราชบัญญัติการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ (Value Added Tax Refund Act: RA 12079) เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายและสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศมากขึ้น มาตรการดังกล่าวคาดว่าจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของฟิลิปปินส์ในตลาดการท่องเที่ยวโลก และส่งผลดีต่อธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ได้เปิดตัวแคมเปญใหม่ภายใต้คำขวัญ “Love the Philippines” แทนคำขวัญเดิม “It’s More Fun in the Philippines” ซึ่งใช้มานานกว่า 10 ปี โดยมีเป้าหมายเพื่อฟื้นฟูและส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในระดับสากล ผ่านแนวคิดความรักที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม มิตรภาพ และความอบอุ่นของชาวฟิลิปปินส์ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกในภาพรวม หากแคมเปญดังกล่าวและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ คาดว่าจะช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ในระยะยาว และส่งผลเชิงบวกต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร และบริการสุขภาพและสปา ทั้งนี้ ยังเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายการลงทุนในภาคบริการของฟิลิปปินส์ ตลอดจนการส่งออกสินค้าไทยเพื่อรองรับการบริโภคและการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในตลาดฟิลิปปินส์ในอนาคต

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

ตุลาคม 2568

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ