



โอกาสและความท้าทาย ของ SME ในธุรกิจ Pet Friendly Hotel





หลักการและเหตุผล

การศึกษาธุรกิจ Pet Friendly Hotel



จากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมา พบว่า พฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะความนิยมในการเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ รวมถึงขนาดครอบครัวเล็กลง และมีทายาทน้อยลงอีกด้วย การเลี้ยงสัตว์จึงเป็นเหมือนสมาชิกหนึ่งในครอบครัว ซึ่งส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงสัตว์เสมือนลูกหลานหรือคนในครอบครัว ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวต้องการนำสัตว์เลี้ยงเหล่านั้นร่วมเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ด้วย จึงส่งผลต่อธุรกิจที่พักแรม และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

สสว. เล็งเห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะส่งผลต่อการปรับตัวของธุรกิจที่พักแรม จึงได้ทำการศึกษาธุรกิจ Pet Friendly Hotel เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ของธุรกิจ กลไกการขับเคลื่อน ประเด็นปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งโอกาสของธุรกิจที่จะปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อกำหนดมาตรการส่งเสริมหรือสนับสนุน เพื่อ SME ในธุรกิจ Pet Friendly Hotel ต่อไป



วัตถุประสงค์

การศึกษารูทกิจ Pet Friendly Hotel



- เพื่อศึกษาสถานการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูทกิจ Pet Friendly Hotel
- เพื่อศึกษาลักษณะการทำรูทกิจ Pet Friendly Hotel
- เพื่อศึกษาประเด็นปัญหาอุปสรรค ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับรูทกิจ Pet Friendly Hotel
- เพื่อเป็นแนวทางในการออกมาตรการส่งเสริมรูทกิจ Pet Friendly Hotel



ขอบเขตการศึกษา ธุรกิจ Pet Friendly Hotel



**ศึกษาธุรกิจ Pet Friendly Hotel
ที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่
จ.ชลบุรี และ จ.เชียงใหม่**

การศึกษาครั้งนี้ เน้นกลุ่ม Pet Friendly Hotel ซึ่งหมายถึง โรงแรมที่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าพักร่วมกับเจ้าของได้ โดยอาจมีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ เช่น ชามอาหาร ที่นอน หรือพื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยง

Trend สัตว์เลี้ยงกำลังเติบโตขึ้นทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย

ธุรกิจในอนาคตอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงเติบโตขึ้น การพาสัตว์เลี้ยงไปท่องเที่ยวกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ซึ่งจะสร้างโอกาสให้แก่ธุรกิจที่อยู่ใน Pet tourism ecosystem

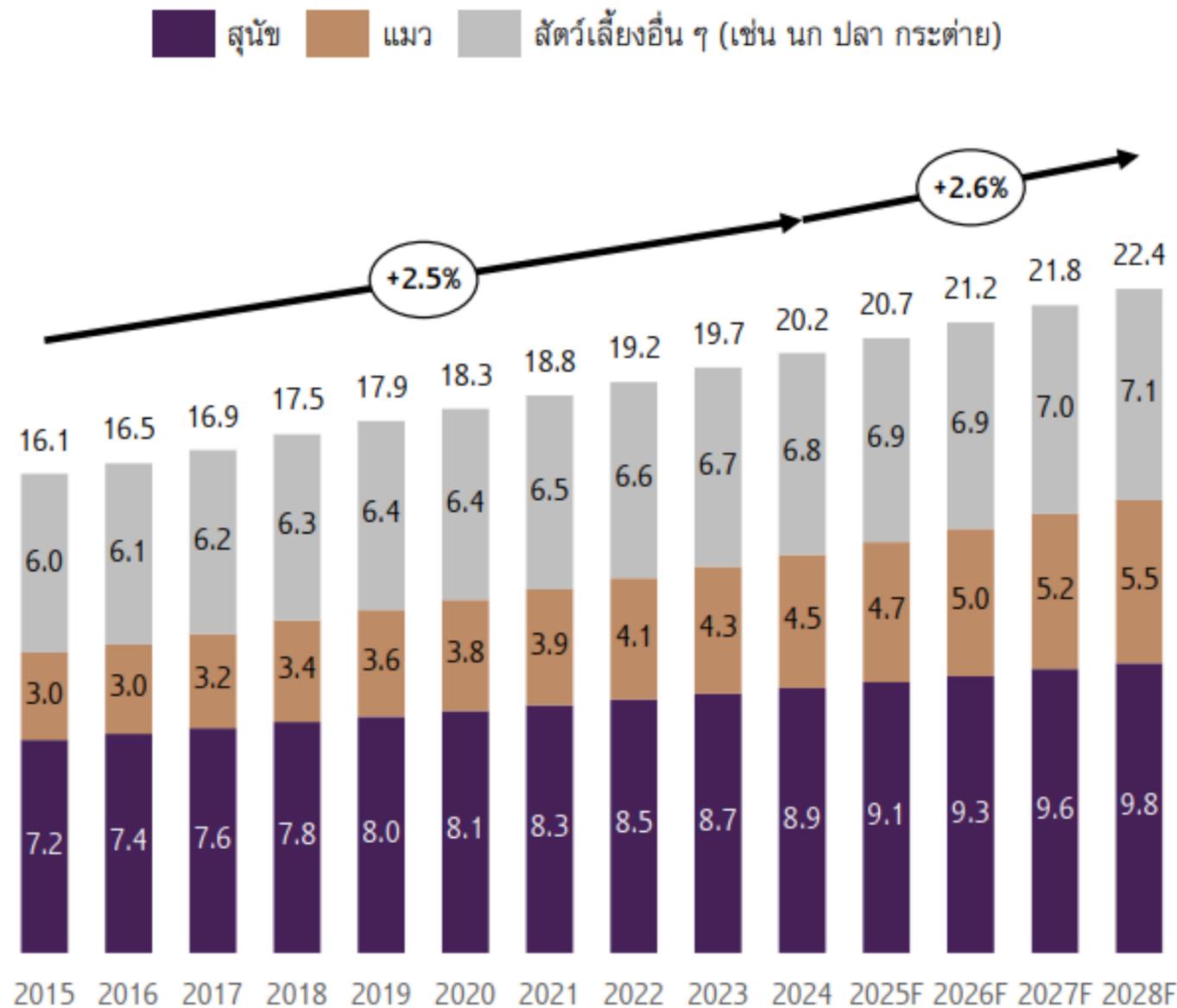
เป็นโอกาสและความท้าทายให้กับธุรกิจโรงแรมที่พักปรับตัวเป็น Pet Friendly Hotel



กลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สะท้อนจากปริมาณสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดย 1 ครัวเรือนจะเลี้ยงสัตว์ราว 1-2 ตัว โดยเลี้ยงสุนัขและแมวมากที่สุด

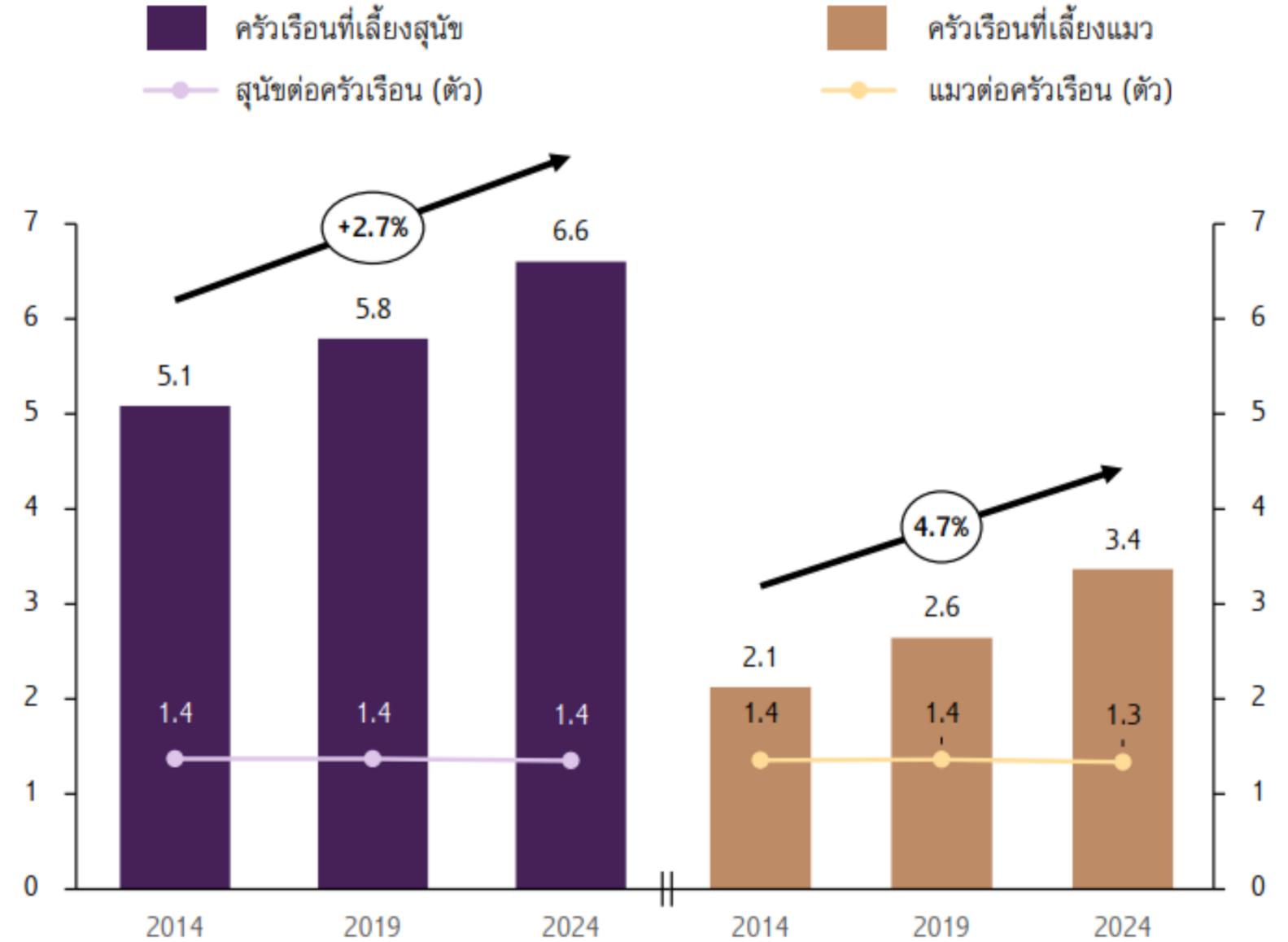
ปริมาณสัตว์เลี้ยงในไทย

หน่วย : ล้านตัว



จำนวนครัวเรือนที่เลี้ยงสุนัขและเลี้ยงแมว (ครัวเรือนไทยทั้งหมดมีจำนวน 24 ล้านครัวเรือน*)

หน่วย : ล้านครัวเรือน, ตัวต่อครัวเรือน

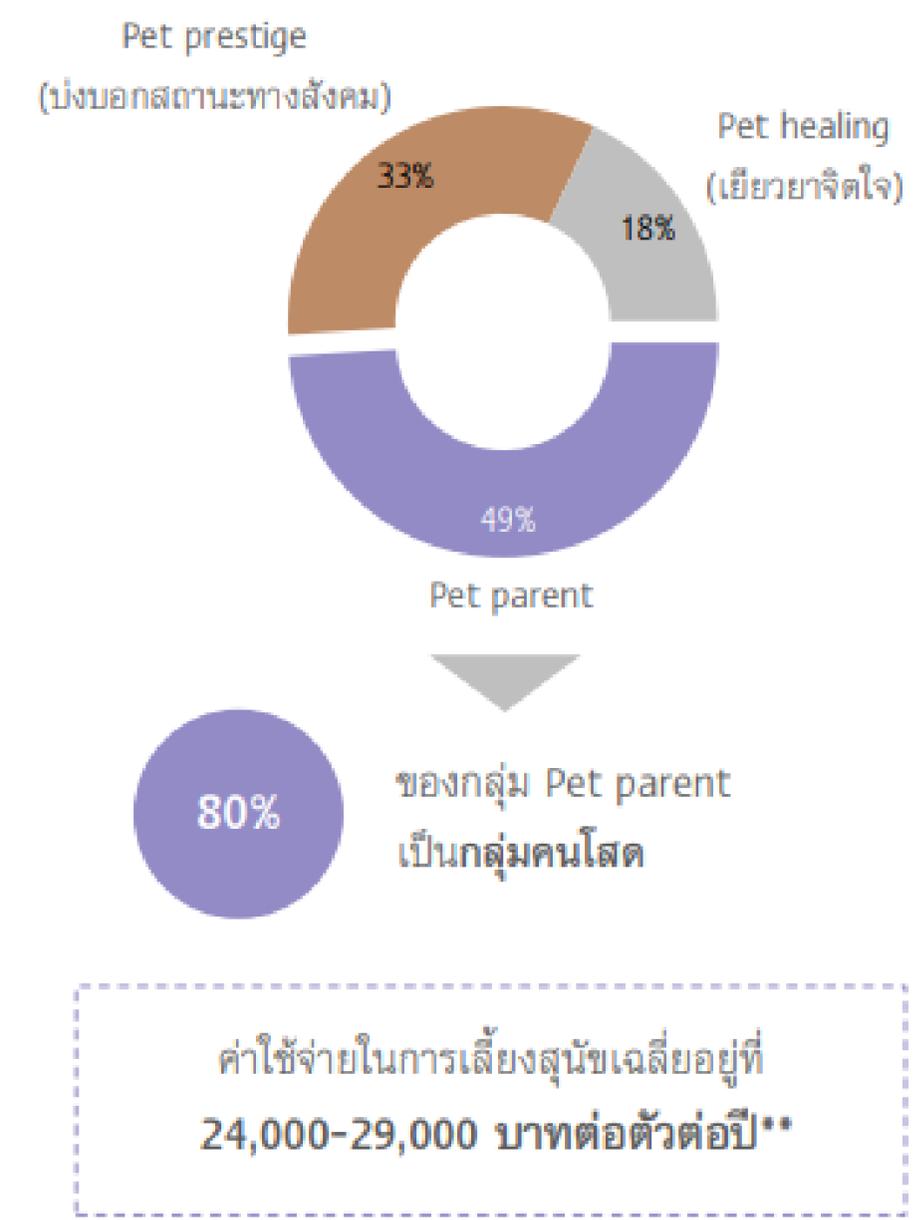


ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Euromonitor (ข้อมูลปี 2023)

รูปแบบการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงแบบเสมือนคนในครอบครัว (Pet parent) ทำให้เจ้าของพร้อมที่จะใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น ทั้งในกลุ่ม อาหารสัตว์ อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง การแพทย์ และต่อเนื่องไปถึงการท่องเที่ยว

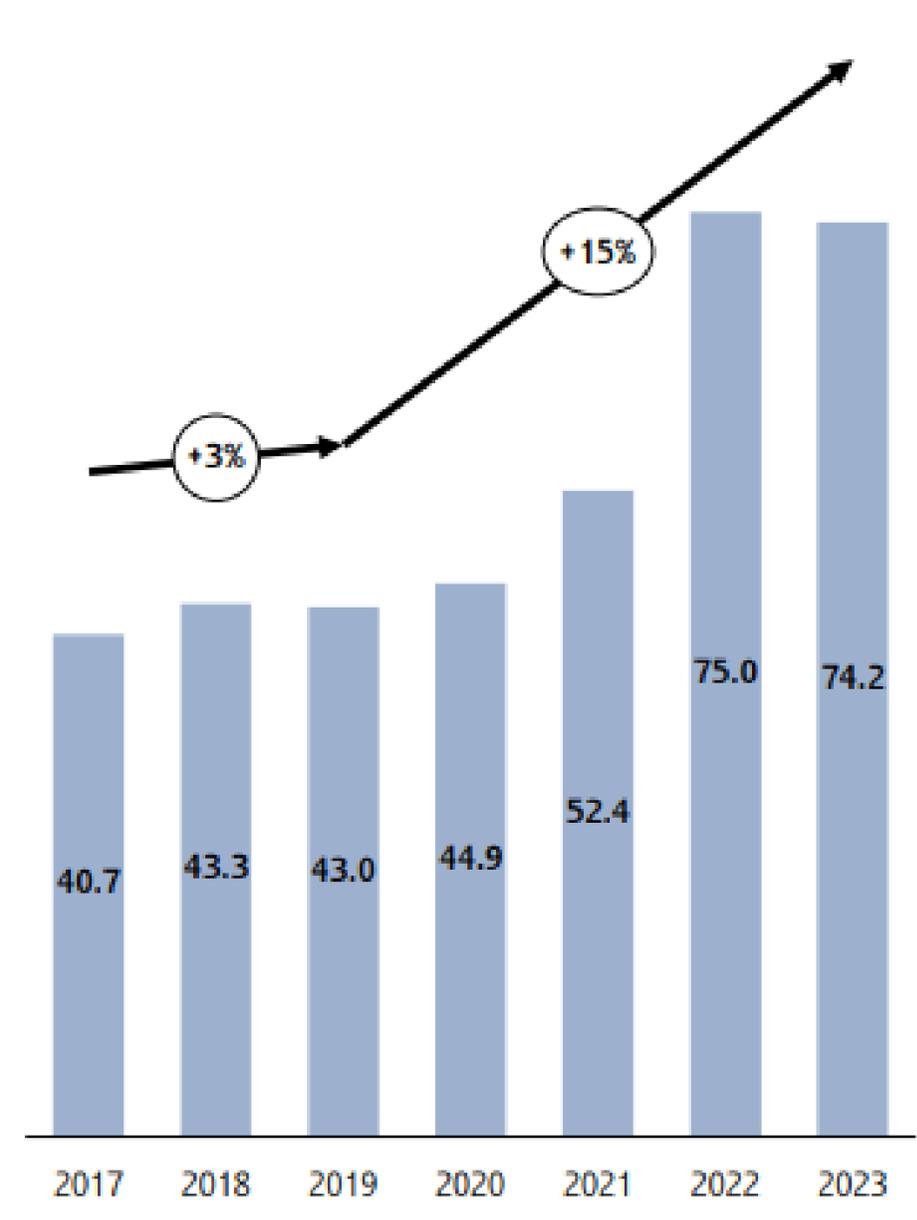
Petsumer ในไทย (ผลสำรวจจาก ม. มหิดล)*

หน่วย : %



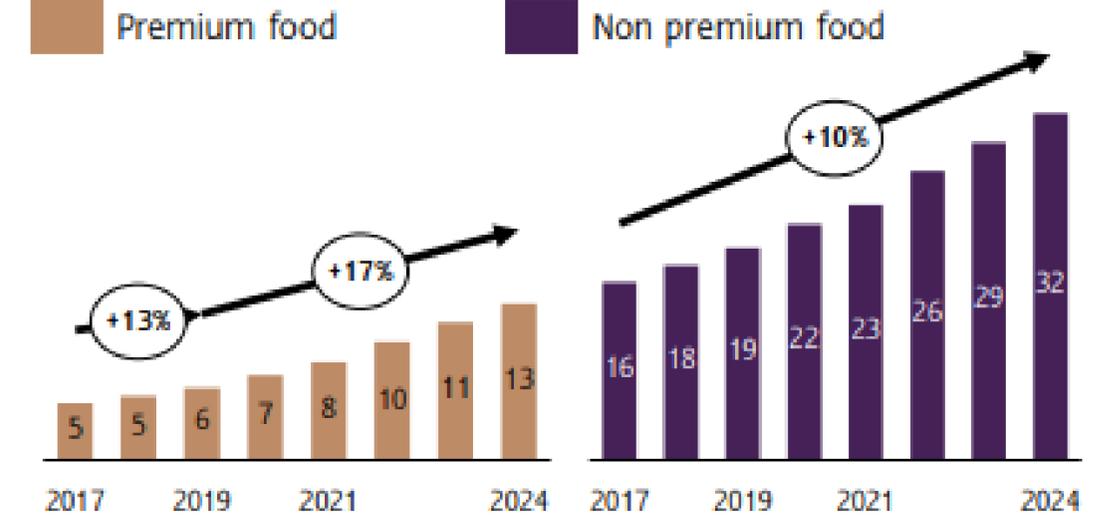
รายได้ธุรกิจที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในไทย (ผลิตอาหาร, รักษา, ดูแล)

หน่วย : พันล้านบาท



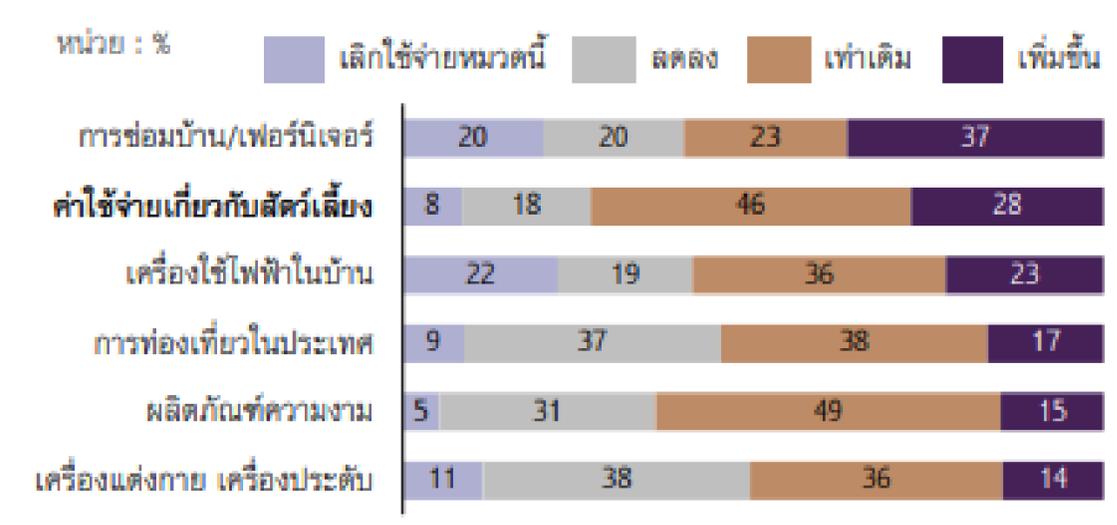
กลุ่มคนรักสัตว์ยินดีจ่ายเพิ่มขึ้น เช่น การซื้ออาหารสัตว์เกรดพรีเมียม

หน่วย : พันล้านบาท



ค่าใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยงถือเป็นค่าใช้จ่ายจำเป็น (ผลสำรวจของ SCB EIC)***

คำถาม : แนวโน้มการใช้จ่ายของท่านเป็นอย่างไรในปีหน้า เทียบกับปัจจุบัน



หมายเหตุ: *ผลการสำรวจ Petsumer Marketing โดยมีกลุ่มตัวอย่างใน Gen Y - Gen X จำนวน 100 คน **ข้อมูลจากโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ ***ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภค (SCB EIC Consumer survey) เดือน ส.ค. 2024

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Euromonitor, Press release, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (CMMU), Enlite และ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

ภาพรวม Ecosystem Pet Tourism และปัจจัยด้านการตลาด

Pet tourism เป็นตลาดที่กำลังเติบโตจาก 4 ปัจจัยหลัก



กระแส Pet humanization

จากการเลี้ยงสัตว์เสมือนลูกหรือสมาชิกครอบครัว (Pet parent) ซึ่งทำให้เจ้าของพร้อมทุ่มทั้งเงินและเวลา อีกทั้งยังอยากพาสัตว์เลี้ยงออกไปเที่ยวข้างนอก โดยเฉพาะในกลุ่มคนโสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์เพื่อคลายเหงามากขึ้น



จำนวนสัตว์เลี้ยงและผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

จำนวนสัตว์เลี้ยงทั้งสุนัข แมว และสัตว์อื่น ๆ (นก ปลา กระต่าย) เติบโตต่อเนื่องที่ราว 2.6% CAGR ในช่วงปี 2025F-2028F



จำนวนธุรกิจที่พร้อมให้บริการด้าน Pet tourism เพิ่มมากขึ้น

ปริมาณบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงเติบโต 17% CAGR ในช่วงปี 2015-2023 ทั้งในกลุ่มขายปลีกอาหารสัตว์เลี้ยง การบริการทางการแพทย์ และกลุ่ม Pet care



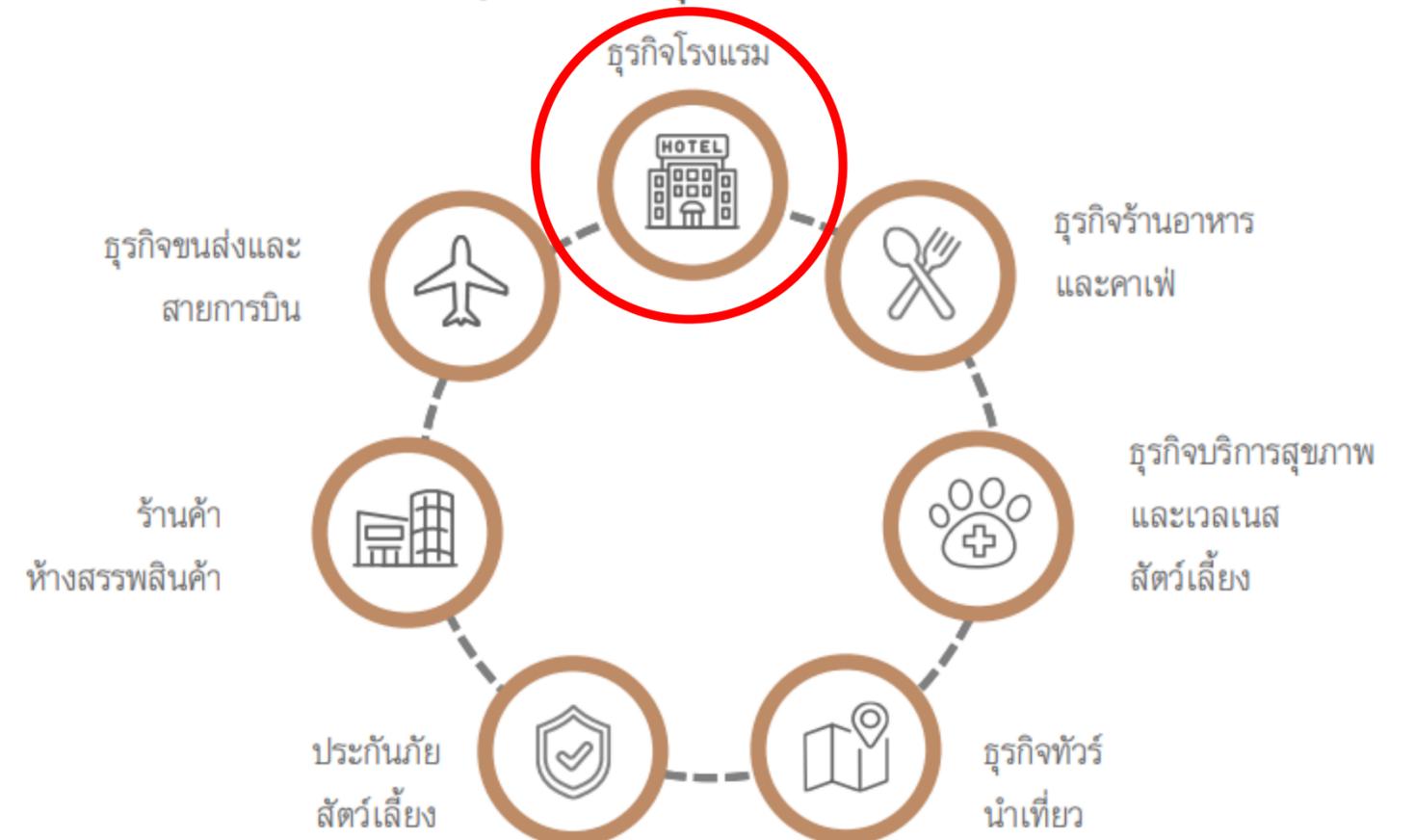
การสนับสนุนจากภาครัฐ

ในปัจจุบันเทรนด์การท่องเที่ยว Pet tourism ได้รับการส่งเสริมและโปรโมตจากภาครัฐ โดย ททท. ได้จัดทำโครงการ Amazing Happy Paws ที่รวบรวมข้อมูลและแนวทางปฏิบัติของธุรกิจสัตว์เลี้ยง พร้อมทั้งจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Pet tourist

Pet tourism

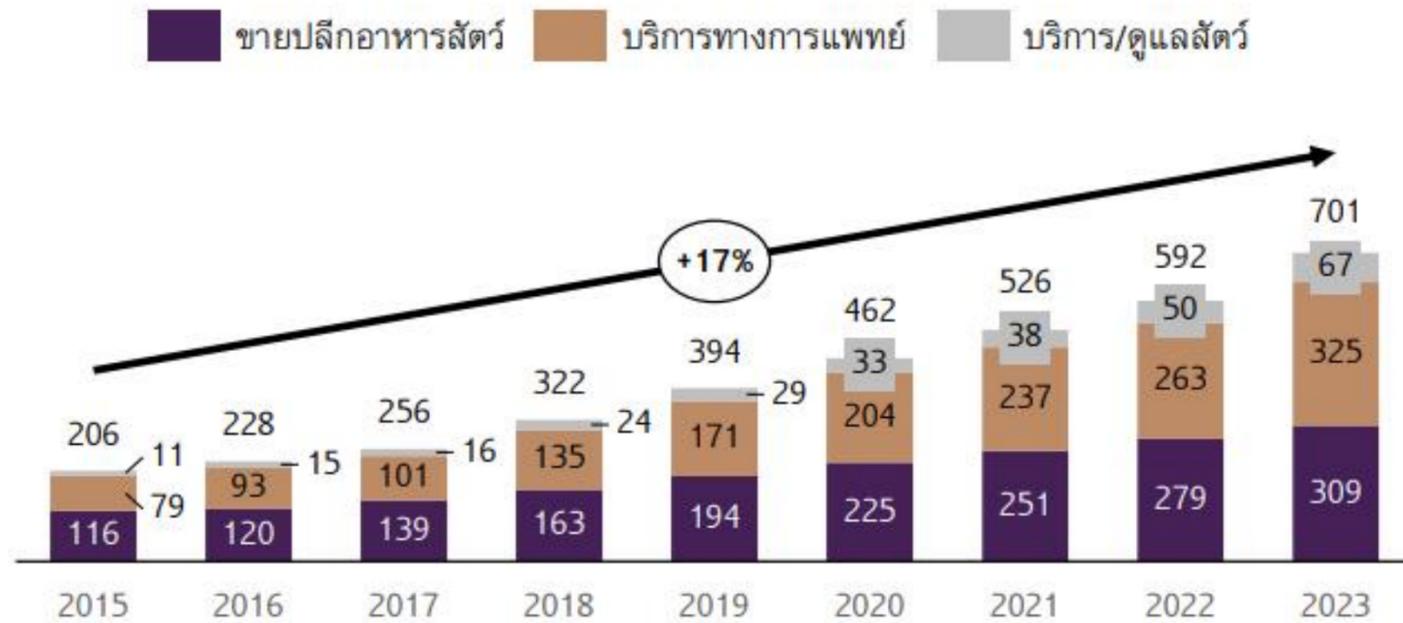
เทรนด์การท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมและมีศักยภาพเติบโตจากการที่เจ้าของอยากพาสัตว์เลี้ยงไปท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมและสร้างประสบการณ์ร่วมกันมากขึ้น

Ecosystem ของธุรกิจ Pet tourism



ธุรกิจ ใน Ecosystem ของการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงกำลังเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ประกอบกับการสนับสนุนและโปรโมตจากรัฐ ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Pet tourism เติบโต

จำนวนบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น (ธุรกิจที่รายได้ 1 ล้านบาทขึ้นไป)*
หน่วย : แห่ง



การสนับสนุนจากรัฐในตลาด Pet tourism



นักท่องเที่ยวยาวไทย



ททท. จัดทำโครงการ Amazing Happy Paws ซึ่งโปรโมตการท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยง โดยมีการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่ให้เจ้าของและสัตว์เลี้ยงสามารถท่องเที่ยวด้วยกันอย่างมีความสุขและปลอดภัย อีกทั้ง ยังมีการจัดทำตราสัญลักษณ์แก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ โดยปัจจุบันมีโรงแรมกับร้านอาหารเข้าร่วมโครงการแล้วกว่า 136 แห่งทั่วประเทศ

ธุรกิจที่เข้ามารองรับ Pet tourism เพิ่มจำนวนมากขึ้น



โรงแรมหลายแห่งเริ่มเสนอบริการให้ผู้เข้าพักสามารถพาสัตว์เลี้ยงมาด้วยได้



ร้านอาหารและคาเฟ่เริ่มเปิดโซน Pet friendly เพิ่มขึ้น



นักท่องเที่ยวดังชาติ



ททท. เน้นโปรโมต Pet tourism โดยล่าสุด ททท. สำนักงานเชียงใหม่ ร่วมกับบริษัท Pet Travel Ai Chong You (爱宠游) จัดกิจกรรม Pet friendly Destination โดยได้พานักท่องเที่ยวจีน 41 คนพร้อมด้วยสุนัขตัวโปรด 19 ตัว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยในช่วงเดือน มิ.ย. 2024

หมายเหตุ: *ไม่รวมคลินิกทั่วไป ซึ่งทำให้สถานพยาบาลรักษาสัตว์ทั้งหมดมีกว่า 3,400 แห่ง

ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Enlite และ nnn.

การปรับตัวของผู้ประกอบการให้เป็น “Pet friendly”

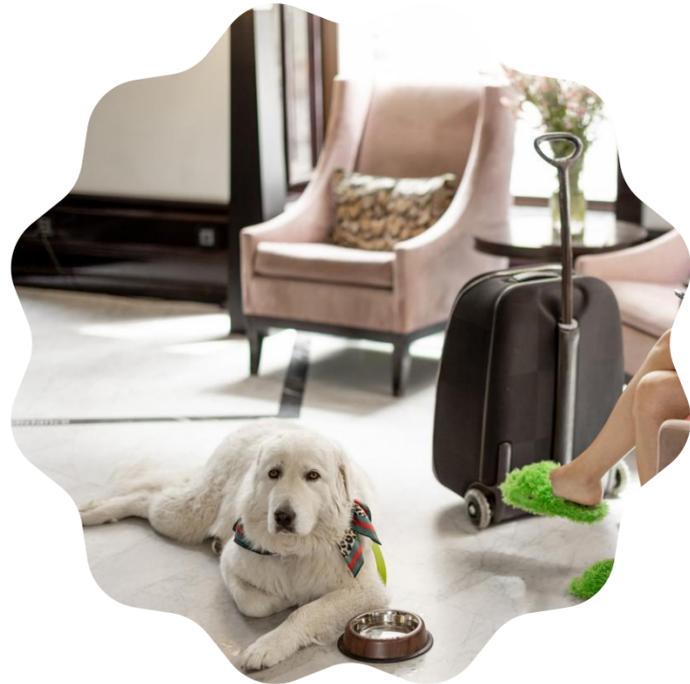
ธุรกิจอะไรบ้างที่เริ่มปรับตัว

- โรงแรม รีสอร์ท
- ร้านอาหาร คาเฟ่
- ห้างสรรพสินค้า
- คอนโดมิเนียม
- สถานที่ท่องเที่ยว
- สวนสาธารณะ
- โรงภาพยนตร์



โดย 4 ธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตสูงจากเทรนด์การท่องเที่ยวแบบ Pet tourism ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่งและการบิน รวมถึงธุรกิจ Pet-healthcare และ Wellness

ธุรกิจโรงแรม



ธุรกิจร้านอาหาร



ธุรกิจขนส่ง และการบิน



ธุรกิจ Pet Healthcare & Wellness



การใช้จ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยง “Pet friendly”

จากงานศึกษาวิจัย “Pet Tourist Insights” พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีสัตว์เลี้ยงประมาณ 12 ล้านตัว ซึ่งมีแนวโน้มที่เจ้าของจะพาออกท่องเที่ยวด้วยกันประมาณ 7.5 ล้านตัว โดยประมาณการจำนวนคนที่เดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยงต่อทริป 20.40 ล้านคน ซึ่ง 62% ของกลุ่มตัวอย่าง Pet Lover จำนวน 800 คน มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับสัตว์เลี้ยง และพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางพร้อมกับสัตว์เลี้ยงมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อทริป ถึง 20% ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีกำลังใช้จ่ายสูง และยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นอย่างเต็มใจ ซึ่งค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยงมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 20,587.20 ล้านบาท จึงถือได้ว่าจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่จะปรับเปลี่ยนธุรกิจเพื่อกลุ่ม Pet Friendly Community ซึ่งมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง



พฤติกรรมนักท่องเที่ยว กลุ่ม "Pet friendly"

Fact

มูลค่าทางการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย

33,128 ล้านบาท



จำนวนสัตว์เลี้ยงที่มีเจ้าของในประเทศไทย (สุนัข แมว)

12.069 ล้านตัว

ประเภทของสัตว์เลี้ยง
ที่คนไทยครอบครอง

52.4%



44.9%



ช่วงอายุของนักท่องเที่ยว
ที่ให้ความสำคัญกับการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยง

- 1. 18-24 ปี 18.8%
- 2. 25-34 ปี 46.4%
- 3. 35-44 ปี 22.3%
- 4. 45-54 ปี 3.5%

เพศของนักท่องเที่ยว

- 1. หญิง 72.2%
- 2. ชาย 18.6%
- 3. LGBT+ 9.2%

ลำดับความกังวล
ในการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยง

- 1. ราคาอาหาร 38.56%
- 2. ที่พัก 36.57%
- 3. สถานที่ท่องเที่ยว 30.97%
- 4. พาหนะในการเดินทาง 14.18%

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว
พร้อมสัตว์เลี้ยง



52.7%



Family

35.64%



DINK

10.39%



Friends

จำนวนสมาชิกที่เดินทางท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยงต่อทริป (เฉลี่ย)

2.72 คน

อัตราค่าใช้จ่ายต่อสัตว์เลี้ยง 1 ตัว ต่อ/ทริป

2,744.96 บาท

ที่มา: แบบสอบถามพฤติกรรมผู้รักสัตว์เลี้ยง พฤษภาคม 2566
ภายในงาน Pet-Expo Thailand 2023

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

แบบสอบถามพฤติกรรมของผู้รักสัตว์เลี้ยง (น้องหมาและน้องแมว) เมษายน 2566

ข้อมูลจากฐานข้อมูลขึ้นทะเบียนสุนัข-แมว กรมปศุสัตว์

สรุปการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง "ขึ้นทะเบียน สุนัข-แมว แก่ไข หรือ กาะระ": NIIDA Poll 2566

ผลจากแบบสอบถามพฤติกรรมของผู้รักสัตว์เลี้ยง ของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
ในการคิดค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/ทริป ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม
“Pet friendly”



เปรียบเทียบมูลค่างานการท่องเที่ยว



ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวไทยเฉลี่ย/ทริป

5,678 บาท

อัตราค่าใช้จ่ายต่อสัตว์เลี้ยง 1 ตัว ต่อ/ทริป

2,744.96 บาท

มูลค่าเพิ่มเมื่อเดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยง (เปรียบเทียบ 1 คน/ตัว)

+48.34%

จำนวนคนเดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยงต่อทริปเฉลี่ย

2.72 คน

คิดเป็นมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย/ต่อคน/ทริป

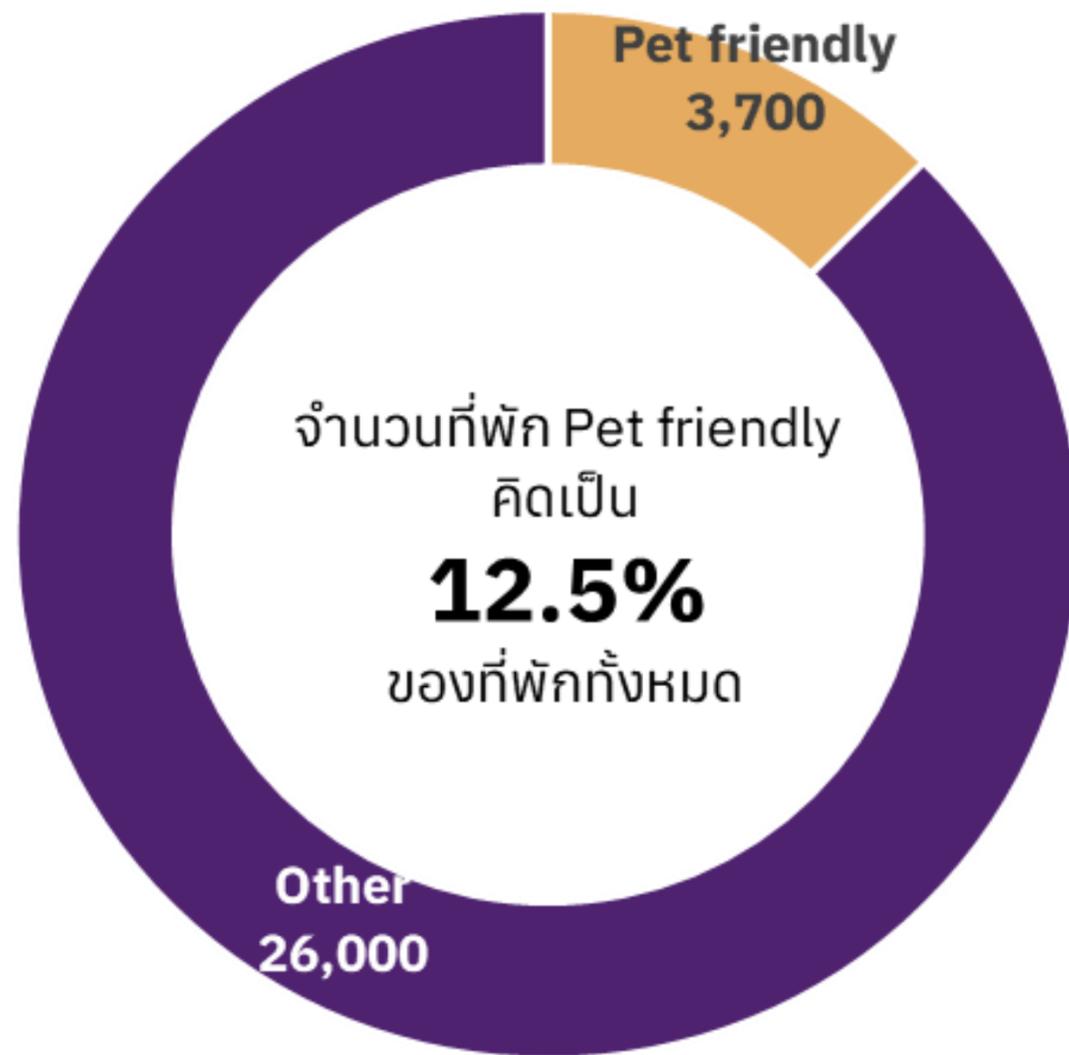
+19.58%

ธุรกิจโรงแรมมีโอกาสสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากค่าเข้าพักของสัตว์เลี้ยง และการเพิ่มอัตราการเข้าพักจากกลุ่ม Pet tourist

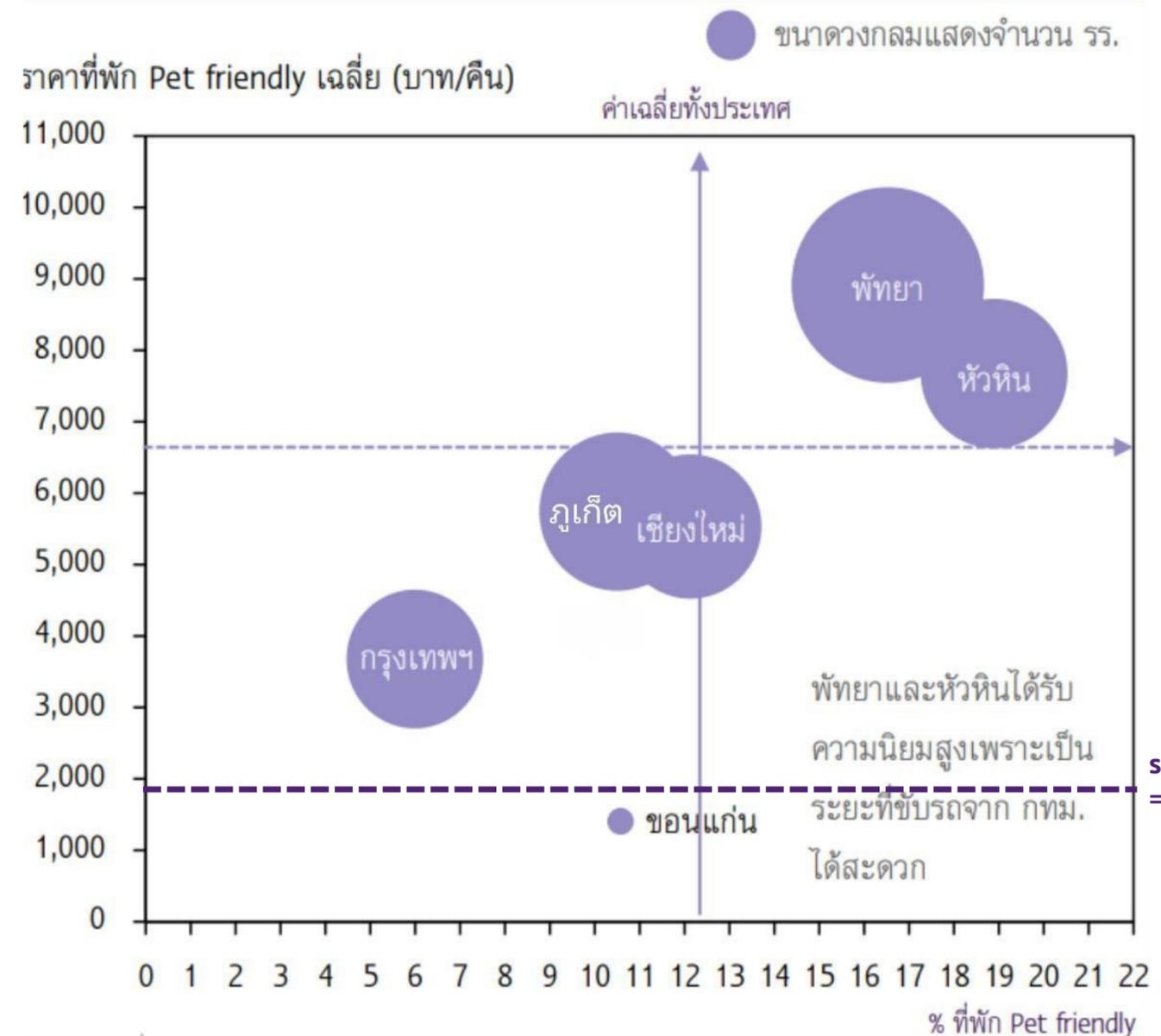


ทั้งนี้จำนวนธุรกิจโรงแรม Pet Friendly ในไทยซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก

มีอยู่ราว 3,700 แห่ง หรือคิดเป็น 12.5% จากที่พักทั้งหมด 29,700 แห่ง ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพัทยาและหัวหิน



ราคาที่พัก Pet friendly แยกตามจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญ*



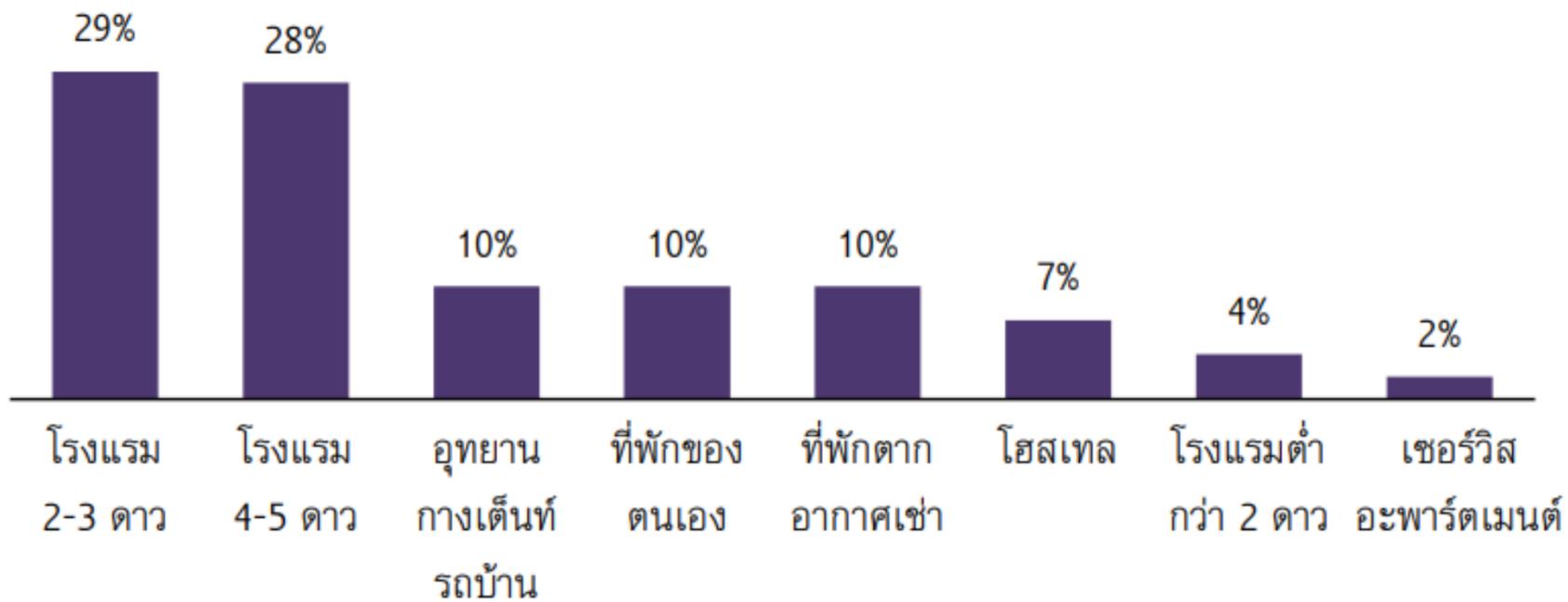
หมายเหตุ: *ค้นหาในช่วงเดือน ก.ค. 2024, ** เป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการพาสัตว์เลี้ยงเข้ามาพัก โดยราคาจะแตกต่างกันตามมาตรฐานดาวโรงแรม, ลักษณะสัตว์เลี้ยง และการเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก

ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลจำนวนที่พักในเว็บไซต์ Booking.com, Expedia, Trip.com และ Keydata

พฤติกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มผู้รักสัตว์ ส่วนใหญ่มากกว่า 50% เลือกพักในโรงแรม ระดับ 2 - 5 ดาว

ลักษณะที่พัก ที่กลุ่มคนรักสัตว์เลือกพัก

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มคนรักสัตว์



ตัวอย่างราคาและรายละเอียดที่พัก Pet friendly ในไทย



ค่าเข้าพักของสัตว์เลี้ยง**

ตั้งแต่ 500-2,000 บาท



ค่ามัดจำเข้าพัก

ตั้งแต่ 1,000-3,000 บาท



จำนวนสัตว์เลี้ยง

อาจกำหนดให้ไม่เกิน 2 ตัว



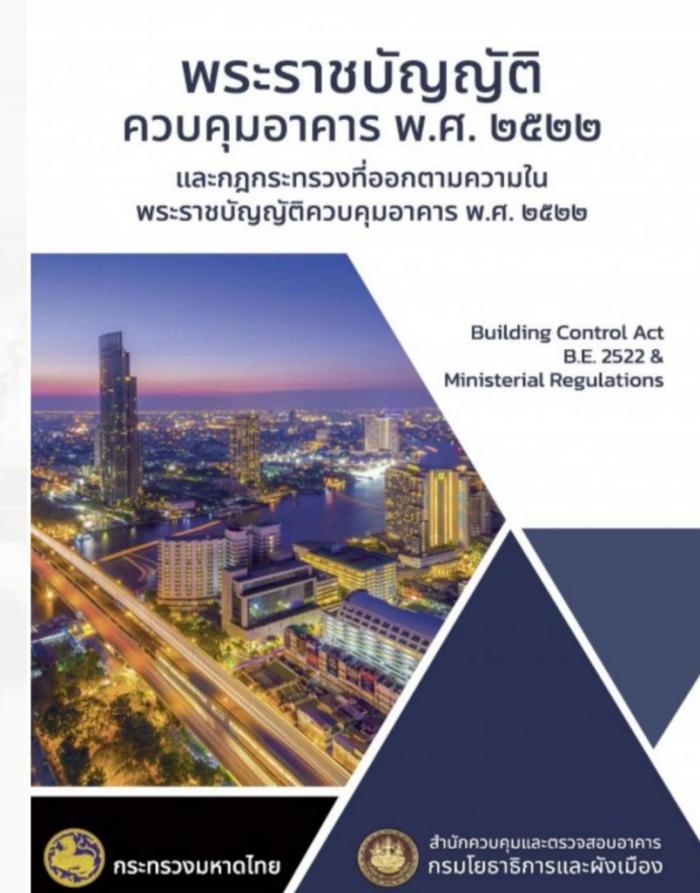
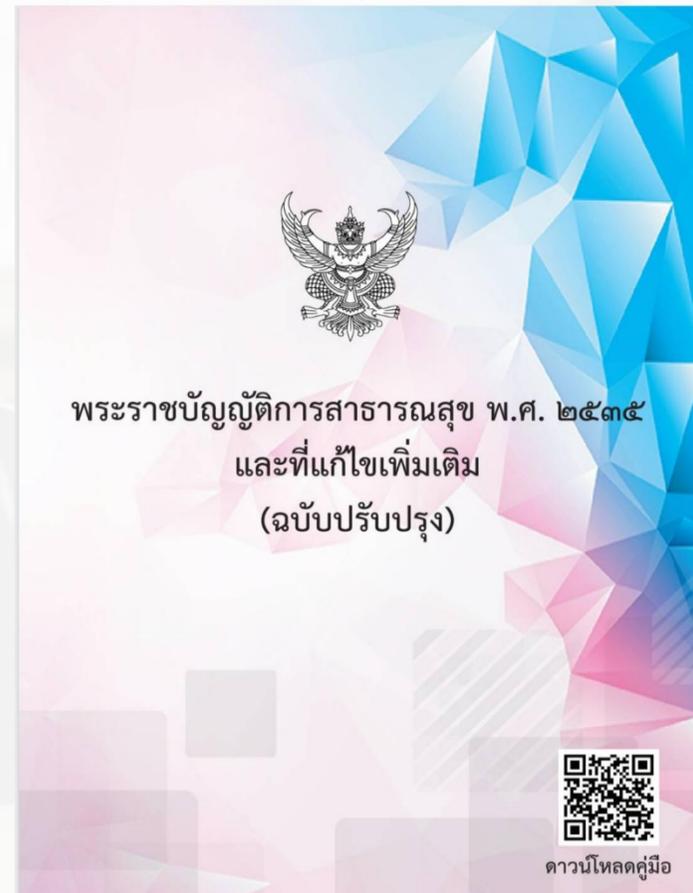
สิ่งอำนวยความสะดวก

- ชามใส่น้ำ และอาหาร
- แผ่นรองขับถ่าย
- เบาะนอน
- สายลากจูง
- ถูงเก็บอุจจาระ



กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจ Pet Friendly Hotel

จากการศึกษา พบว่า ปัจจุบันยัง **“ไม่มีกฎหมายเฉพาะ”** ที่กำกับ ควบคุม ดูแล ธุรกิจ Pet Friendly Hotel เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ โดยเป็นการดำเนินการภายใต้ **พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522** เช่นเดียวกับธุรกิจที่พักแรมทั่วไป





เปรียบเทียบกฎหมายไทยกับต่างประเทศ



ต่างประเทศ (Kansas, Utah-U.S.A.)

แนวทางกำหนดมาตรการที่บังคับโดยทั่วไป

1. การกำหนดความหมายหรือคำนิยามของโรงแรมที่อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้าพัก การกำหนดนโยบายของโรงแรม เช่น คำว่าสัตว์เลี้ยง สัตว์ที่ให้ความช่วยเหลือแก่มนุษย์ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย และลักษณะห้องพักทั่วไป เป็นต้น
2. การกำหนดหน้าที่ของ ผู้มีหน้าที่จัดการโรงแรม ให้เหมาะสมสำหรับการดูแลการจัดการโรงแรมที่อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้าพัก เช่น หน้าที่ในการแจ้งให้ผู้เข้าพักทราบว่าโรงแรมนั้น ๆ อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้าพัก การติดป้ายเพื่อแจ้งที่แผนกต้อนรับและทางเข้าห้องพักที่อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้าพัก
3. การกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมด้านสุขอนามัยของโรงแรมที่อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้าพัก ได้แก่
 - กำหนดให้มีระบบระบายอากาศของห้องพักแยกเป็นอิสระจากห้องพักทั่วไป
 - กำหนดมาตรการดูแลสุขอนามัยของห้องพัก
 - มาตรการควบคุมร้านอาหารที่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงไปรับประทานอาหารได้ เช่น เตรียมพื้นที่ Outdoor สำหรับลูกค้าพร้อมสัตว์เลี้ยง
 - มาตรการควบคุมบริเวณสถานที่ให้บริการ เช่น สปา ร้านอาหาร และสระว่ายน้ำ เช่น กำหนดไม่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าไปในสถานที่ดังกล่าว เป็นต้น
4. การกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการควบคุมสัตว์เลี้ยงภายในโรงแรมไม่ให้หวังเป็นอิสระภายในบริเวณโรงแรม

Kansas
 - 36-501 through 36-520 Kansas Statute Annotated
 - Article 27 Kansas Administrations

Utah
 - Title 26 Utah Code annotated
 - R392-502 Utah Administrations Code
 - R392-502-3 Utah Administrations Code

Pet Friendly Hotel

ประเทศไทย

มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยยังไม่ได้มีกฎหมายเฉพาะ สำหรับการควบคุมโรงแรมที่อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้าพัก โดยการดำเนินธุรกิจในลักษณะ Pet Friendly Hotel นั้น ดำเนินการภายใต้พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547, พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 โดยทั่วไปผู้ประกอบการตามแต่ละสถานที่จะกำหนดระเบียบ ข้อบังคับ กันเองในการนำสัตว์เลี้ยงเข้าพัก เช่น

- การกำหนดสายพันธุ์และขนาด
- จำนวนสัตว์ที่นำเข้าพัก
- ด้านสุขอนามัย สัตว์เลี้ยงที่นำเข้าพักต้องมีใบรับรองสุขภาพสัตว์ หรือหลักฐานการฉีดวัคซีนป้องกันโรค
- สัตว์เลี้ยงต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของเจ้าของตลอดเวลา เช่น ต้องใช้สายจูงหรือใส่ตะกร้า
- ข้อจำกัดเกี่ยวกับการเข้าถึงพื้นที่ส่วนกลาง เช่น อาจไม่อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้าไปในสระว่ายน้ำ ห้องอาหาร หรือพื้นที่เฉพาะ



เปรียบเทียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ไทยกับต่างประเทศ



หัวข้อ	ประเทศไทย	สหภาพยุโรป	สหรัฐอเมริกา (USA)
กฎหมายเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในโรงแรม	<ul style="list-style-type: none"> • โรงแรมสามารถเลือกได้เองว่าจะรับสัตว์เลี้ยงหรือไม่ • ไม่มีข้อบังคับเฉพาะเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง • โรงแรมต้องดูแลเรื่องสุขอนามัยและป้องกันกลิ่นรบกวน 	<ul style="list-style-type: none"> • โรงแรมสามารถกำหนดนโยบายเอง • Regulation (EC) No 852/2004 ห้ามสัตว์เลี้ยงเข้าไปในพื้นที่เตรียมอาหาร • บางประเทศมีกฎหมายเฉพาะ เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้าพักได้มากกว่า 	<ul style="list-style-type: none"> • โรงแรมสามารถกำหนดนโยบายเองได้ • โรงแรมส่วนใหญ่มีห้องพักแบบ Pet-Friendly โดยมีค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม
สัตว์ช่วยเหลือ (Service Animals) ในโรงแรม	<ul style="list-style-type: none"> • ไม่มีข้อบังคับชัดเจน แต่โรงแรมส่วนใหญ่อนุญาตให้สัตว์ช่วยเหลือ เช่น สุนัขนำทางเข้าพัก 	<ul style="list-style-type: none"> • โรงแรมต้องอนุญาตให้สัตว์ช่วยเหลือเข้าพักตามกฎหมายของ EU 	<ul style="list-style-type: none"> • กฎหมาย American with Disabilities Act (ADA) บังคับให้โรงแรมต้องอนุญาตสัตว์ช่วยเหลือเข้าพักได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม
กฎหมายเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในร้านอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> • ร้านอาหารสามารถกำหนดเองว่า จะอนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้าได้หรือไม่ • ห้ามสัตว์เลี้ยงเข้าไปในพื้นที่ปรุงอาหารตาม พ.ร.บ. อาหาร พ.ศ. 2522 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulation (EC) No 852/2004 ห้ามสัตว์เลี้ยงเข้าไปในครัว • บางประเทศ เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเข้ามาในพื้นที่รับประทานอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> • กฎหมาย FDA Food Code ห้ามสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ปรุงอาหาร • ร้านอาหารบางแห่งอนุญาตสัตว์เลี้ยงเฉพาะพื้นที่กลางแจ้ง (Pet-Friendly Restaurants)
สัตว์ช่วยเหลือในร้านอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> • ส่วนใหญ่ร้านอาหารอนุญาตให้สัตว์ช่วยเหลือเข้าได้ แต่ไม่มีข้อบังคับชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> • สัตว์ช่วยเหลือต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายของ EU 	<ul style="list-style-type: none"> • กฎหมาย ADA บังคับให้ร้านอาหารต้องอนุญาตให้สัตว์ช่วยเหลือเข้าได้
การขนส่งสาธารณะและพื้นที่สาธารณะ	<ul style="list-style-type: none"> • รถไฟฟ้า BTS/MRT ไม่อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงขึ้น ยกเว้น สัตว์ช่วยเหลือ รถแท็กซี่ขึ้นอยู่กับคนขับ 	<ul style="list-style-type: none"> • รถไฟและรถขนส่งสาธารณะในหลายประเทศอนุญาตสัตว์เลี้ยง แต่ต้องใช้สายจูงหรือใส่กรง 	<ul style="list-style-type: none"> • Air Carrier Access Act (ACAA) อนุญาตให้สัตว์ช่วยเหลือขึ้นเครื่องบินได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟ Amtrak และรถบัสส่วนใหญ่ อนุญาตให้สัตว์เลี้ยงเดินทางได้ตามเงื่อนไข

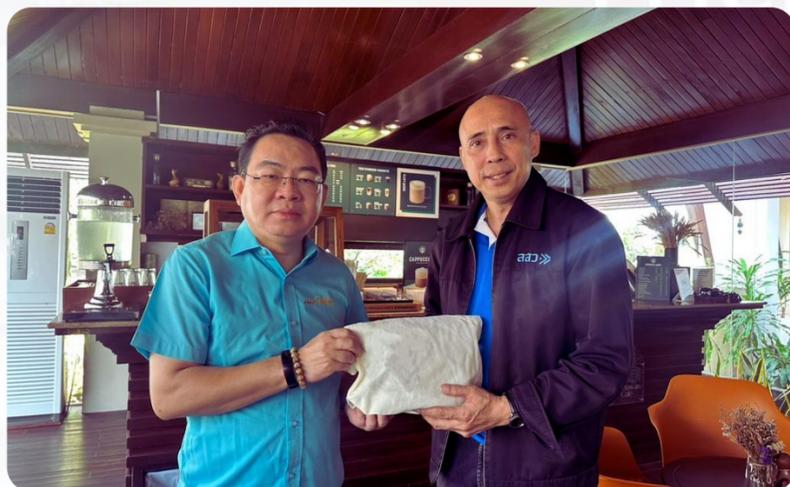


สรุปการสัมภาษณ์

ธุรกิจ **Pet Friendly Hotel**

พื้นที่จังหวัดชลบุรี และ จังหวัดเชียงใหม่

Friendly Hotel



สถานการณ์ ณ ปัจจุบัน

ธุรกิจ Pet Friendly Hotel

- ธุรกิจ Pet Friendly Hotel กำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงหลัง Covid-19
- พฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป คนเดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับการดูแลสัตว์เลี้ยงเสมือนคนในครอบครัว ซึ่งมีทั้งคนไทยและต่างชาติ กลุ่ม LGBTQ+ ที่นิยมพาสัตว์เลี้ยงไปเที่ยวด้วย
- นักท่องเที่ยวมีความต้องการโรงแรมหรือที่พักประเภทที่เป็น Pet Friendly เพิ่มมากขึ้น
- การแข่งขันในธุรกิจ Pet Friendly Hotel ยังไม่สูงมากนัก มีการส่งต่อลูกค้าระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจนี้
- ธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่เริ่มปรับตัวให้เข้ากับเทรนด์ Pet Tourism มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยมองเห็นโอกาสและเริ่มปรับตัวด้วยเช่นกัน
- การขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม Pet Friendly กำลังเติบโต เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ บริการรับฝากสัตว์เลี้ยง โรงพยาบาลสัตว์ และร้านอาบน้ำตัดขนสัตว์ เป็นต้น

ทิศทางและแนวโน้มในอนาคต

ธุรกิจ Pet Friendly Hotel

เทรนด์คนรุ่นใหม่นิยมเลี้ยงสัตว์
แทนการมีลูกและ
เลี้ยงสัตว์เหมือนลูก



คนไทย
เลี้ยงสัตว์เหมือนลูก
(คู่รัก/ครอบครัว)



คนต่างชาติ
ที่เข้ามาเที่ยว
พร้อมกับสัตว์เลี้ยง



คนต่างชาติ
มีที่พักในไทย
(ทำงาน/ครอบครัว)



LGBTQ+

พร้อมจ่ายในราคาที่สูงกว่าปกติ
โดยเฉพาะรายจ่ายเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง

“Pet friendly Hotel และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในอีก 3-5 ปีข้างหน้า”
แต่อาจไม่ใช้การเติบโตอย่างก้าวกระโดด

ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ที่สัตว์เลี้ยงสามารถเข้าพักกับเจ้าของได้ (Pet Friendly Hotel) มีโอกาสจะได้รับรายได้เพิ่มขึ้น จากค่าเข้าพักสำหรับสัตว์เลี้ยง อีกทั้ง คาดว่าจะช่วยส่งเสริมให้อัตราเข้าพักเฉลี่ยของทั้งโรงแรมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย



จากการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่อย่างผู้มีสัตว์เลี้ยง ทั้งนี้ธุรกิจโรงแรมจะต้องจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมให้แก่สัตว์เลี้ยงเข้าพักด้วย

ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด (TSIC 55101)

รายได้เฉลี่ย ⁽¹⁾				8,617,958 บาท/ราย/ปี
ที่พักทั่วไป				
ราคาห้องพักเฉลี่ย ⁽²⁾				1,118.8 บาท/ห้อง/คืน
ต้นทุนการดำเนินงาน		70.0%		783.2 บาท/ห้อง/คืน
กำไร				335.6 บาท/ห้อง/คืน อัตรากำไร 30.0%
ที่พัก Pet friendly				
ราคาห้อง รวมค่าธรรมเนียมสัตว์เลี้ยงต่อตัว	ช่วงระหว่าง 500 - 1,000	750		1,868.8 บาท/ห้อง/คืน
ต้นทุนขาย	เพิ่มขึ้น 15%		85.0%	1,588.5 บาท/ห้อง/คืน
กำไร				280.3 บาท/ห้อง/คืน อัตรากำไร 25.1%
ประมาณการรายได้ธุรกิจและมูลค่าทางเศรษฐกิจ				
จำนวนธุรกิจที่พัก SME				31,108.0 ราย
จำนวนธุรกิจที่พัก SME Pet Friendly ⁽³⁾	hotel.com ณ 26 มี.ค. 68	23.2%		7,217.1 ราย
จำนวนห้องพัก Pet Friendly	% ต่อจำนวนห้องพักรวม	10.0%		4.1 ห้อง
รายได้จากห้องพักทั่วไป	อัตราเข้าพักเฉลี่ยปี 2567	71.5%		292,061.8 บาท/ห้อง/ปี
รายได้จากห้องพัก Pet Friendly	Pet Friendly +6%	77.5%		528,774.6 บาท/ห้อง/ปี
รายได้ที่เพิ่มขึ้น ในส่วนของ Pet Friendly				236,712.8 บาท/ห้อง/ปี
รายได้ที่เพิ่มขึ้น ในส่วนของ Pet Friendly ต่อราย				976,616.2 บาท/ปี/ราย 11.3%
มูลค่าเพิ่มจากการดำเนินการในรูปแบบ Pet Friendly				244,694.8 บาท/ปี/ราย 2.8%
มูลค่าเพิ่มต่อเศรษฐกิจประเทศ				1,766.0 ล้านบาท/ปี 0.03% ของ GDPSME

- การดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Pet friendly อัตรากำไรอาจไม่ได้สูงกว่าการดำเนินธุรกิจรูปแบบปกติ แต่จะช่วยให้เพิ่มรายได้ให้กิจการ
- สัดส่วนต้นทุนการดำเนินงานยังต่ำ กำไรจาก Pet friendly ยิ่งสูง
- Pet friendly ทำให้รายได้เพิ่มขึ้นประมาณ 11.3% กำไรเพิ่มขึ้น 2.8% ต่อปี
- อัตราการเข้าพักที่สูงขึ้นจากการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Pet friendly ส่งผลต่อรายได้ของธุรกิจสาขาอย่างมาก

การบริหารจัดการ ธุรกิจ Pet Friendly Hotel

การจัดการพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก



- การแยกโซนที่พักสำหรับลูกค้าทั่วไป และลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมาพัก
- การออกแบบพื้นที่ให้เหมาะสมกับสัตว์เลี้ยง เช่น การปูพื้พียงกันลื่นสำหรับสัตว์เลี้ยง
- การจัดพื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ เช่น สนามหญ้า พื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยงวิ่งเล่น เป็นต้น

นโยบายที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง



- กำหนดประเภท ขนาด และน้ำหนักของสัตว์เลี้ยงที่สามารถเข้าพักได้
- เอกสารใบรับรองการฉีดวัคซีนของสัตว์เลี้ยง
- การดูแลสัตว์เลี้ยงในพื้นที่สาธารณะของโรงแรม
- ความรับผิดชอบของเจ้าของสัตว์เลี้ยง หากเกิดความเสียหายจากสัตว์เลี้ยง

ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย



- มีมาตรฐานด้านสุขอนามัยของโรงแรมตามมาตรฐานของหน่วยงานสาธารณสุข
- การรักษามาตรฐานเป็นไปตามมาตรฐานของโรงแรม
- การใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ปลอดภัยทั้งสำหรับคนและกับสัตว์เลี้ยง

กลยุทธ์ด้านการตลาด



- Social media และ Influencer marketing
- การจัดทำโปรโมชั่นและแพ็คเกจพิเศษในช่วงเทศกาล

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจ Pet Friendly Hotel



- **ปัญหาด้านความสะอาดและสุขอนามัย** ความสะอาดและสุขอนามัยเป็นประเด็นสำคัญสำหรับโรงแรมที่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าพัก จึงอาจจะก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ทั้งในส่วนของห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง เช่น การมีขนสัตว์ติดตามที่ต่าง ๆ หรือกลิ่นไม่พึงประสงค์ที่เกิดจากสัตว์เลี้ยงและการขบทำลายของสัตว์เลี้ยง เป็นต้น



- **ปัญหาด้านต้นทุน** การปรับปรุงโรงแรมเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มพื้นที่ใช้สอยที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง รวมถึงการบริหารจัดการด้านสุขอนามัย/จัดหาบริษัททำความสะอาดที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ ทำให้ต้นทุนในการประกอบธุรกิจอาจเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับสัตว์เลี้ยงขณะเข้าพัก เช่น อาหารของสัตว์เลี้ยงที่มีประโยชน์และคุณภาพดี เบาะที่นอนสำหรับสัตว์เลี้ยงที่มีคุณภาพ แผ่นรองขบทำลาย เป็นต้น



- **ปัญหาด้านแรงงาน** แรงงานส่วนใหญ่มีนิสัยรักสัตว์หรือสามารถอยู่กับสัตว์เลี้ยงได้ แต่ยังคงขาดองค์ความรู้ที่จำเป็นในการดูแลสัตว์เลี้ยง เช่น การรับมือกับสัตว์เลี้ยง การปฐมพยาบาลเบื้องต้น หากเกิดภาวะฉุกเฉินในสัตว์เลี้ยง

รูปแบบและการจัดการ ธุรกิจ Pet Friendly Hotel



แบ่งพื้นที่ชัดเจน

โดยการแยกอาคาร/แยกพื้นที่ใช้สอย



ใช้พื้นที่ร่วมกันบางส่วน

โดยมีการจัดสรรพื้นที่ เช่น ห้องพักแบ่งเป็นชั้น
แต่ใช้ลิฟต์ร่วมกัน พื้นที่ส่วนกลาง ห้องอาหาร
(indoor - outdoor)

ผลจากการศึกษา

ธุรกิจ Pet Friendly Hotel

- ธุรกิจ Pet-Friendly Hotel กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มองว่าสัตว์เลี้ยงเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว ผู้สูงวัย คู่รักไม่มีบุตร โดยเฉพาะกลุ่ม LGBTQ+
- ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Pet Friendly เติบโตอย่างต่อเนื่อง เช่น โรงแรมรับฝากสัตว์เลี้ยง โรงพยาบาลสัตว์ คาเฟ่ ร้านอาหาร ร้านขายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง ร้านขายอาหารสัตว์ ร้านอาบน้ำตัดขนสัตว์เลี้ยงและอื่น ๆ เป็นต้น ราคาห้องพักสำหรับ Pet Friendly Hotel ไม่แตกต่างจากราคาห้องพักทั่วไป แต่จะมีการคิดค่าบริการเพิ่มเติมสำหรับสัตว์เลี้ยง
- การเป็น Pet Friendly Hotel ทำให้ต้นทุนการบริหารจัดการเพิ่มขึ้น (เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 15%) เช่น ค่าทำความสะอาด
- ข้อจำกัดด้านพื้นที่และการออกแบบโรงแรม เนื่องจาก ที่พักที่ไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับสัตว์เลี้ยงแต่แรก เช่น การจัดการพื้นที่ร่วมกันระหว่างลูกค้าที่มีสัตว์เลี้ยงและลูกค้าทั่วไป อาจต้องลงทุนเพิ่มในการปรับปรุงพื้นที่รวมถึงต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น
- พนักงานในโรงแรมหลายแห่งยังขาดทักษะในการบริหารจัดการด้านการดูแลสัตว์เลี้ยง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการ
- ผู้ประกอบการมีความกังวลว่าจะมีผลกระทบต่อลูกค้าหลัก (นักท่องเที่ยวทั่วไปที่ไม่นำสัตว์เลี้ยงมาด้วย) จึงทำให้การประชาสัมพันธ์ (Pet-Friendly Hotel) ทำได้ไม่เต็มที่ โดยจะเน้นกลยุทธ์การตลาดแบบบอกต่อ (Word of Mouth) และการใช้โซเชียลมีเดียช่วยในการประชาสัมพันธ์

ผลจากการศึกษา

ธุรกิจ Pet Friendly Hotel

- กฎระเบียบหรือข้อบังคับสำหรับการนำสัตว์เลี้ยงเข้าพักในโรงแรมยังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน อาจส่งผลต่อการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยด้านสาธารณสุข แต่โดยทั่วไปโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง (Pet Friendly Hotel) จะมีกฎระเบียบและข้อกำหนดขึ้นมาใช้ภายในโรงแรม เช่น
 - การกำหนดสายพันธุ์ ขนาด ค่าบริการและจำนวนของสัตว์เลี้ยงที่อนุญาตให้เข้าพัก
 - การแสดงใบรับรองสุขภาพสัตว์เลี้ยงจากสัตวแพทย์ และหลักฐานการฉีดวัคซีนป้องกันโรคที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงก่อนเข้าพัก
 - ความรับผิดชอบต่อความสะอาดและความเสียหายที่เกิดจากสัตว์เลี้ยง
 - การควบคุมดูแลสัตว์เลี้ยงในบริเวณที่กำหนด
- การแข่งขันในธุรกิจ Pet Friendly Hotel ยังมีไม่มากนัก เนื่องจากจำนวนห้องพักแต่ละโรงแรมที่ให้บริการในลักษณะนี้ยังมีน้อย จึงเป็นการแนะนำโรงแรมที่เป็น Pet Friendly Hotel ในบริเวณใกล้เคียงกัน

ความเห็นผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจ Pet Friendly Hotel



ทัศนคติของผู้ประกอบการ

- การรับฟังและเข้าใจถึงความต้องการลูกค้า Pet Friendly
- สร้างความสมดุลระหว่างความต้องการของลูกค้าทั่วไปกับลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมาพักด้วย
- การศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม เช่น การดูแลลูกค้าที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา รวมถึงพฤติกรรมสัตว์เลี้ยงชนิดต่าง ๆ การดูแลสัตว์แต่ละชนิดที่มีความต้องการแตกต่างกัน



การจัดการพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

- จัดการพื้นที่ให้เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพและปัจจัยพื้นฐานของที่พัก เช่น ที่ตั้ง ขนาดพื้นที่ ลักษณะห้องพัก กลุ่มลูกค้าหลัก พนักงานและลูกจ้าง และไม่กระทบกับกลุ่มลูกค้าทั่วไป
- การแบ่งแยกพื้นที่อย่างชัดเจนระหว่างลูกค้ากลุ่ม Pet Friendly และลูกค้าทั่วไป เช่น ห้องพัก หรือพื้นที่ส่วนกลาง ส่วนรับประทานอาหาร ส่วนพักผ่อน เป็นต้น
- การออกแบบ/ปรับพื้นที่ให้ยืดหยุ่น กรณีมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ เช่น เป็นอาคาร ห้องพักมีจำนวนจำกัด หรือมีพื้นที่ว่างจำกัด เช่น จัดสรรเวลาว่างของลูกค้าแต่ละกลุ่มในการใช้พื้นที่ส่วนกลาง

ความเห็นผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจ Pet Friendly Hotel



การบริหารต้นทุนและเพิ่มมูลค่าบริการ

- ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากการค่าทำความสะอาดพื้นที่ต่าง ๆ ที่ต้อง deep clean มากขึ้น ซึ่งอาจรวมอยู่ในส่วนของค่าบริการในการนำสัตว์เลี้ยงเข้าพัก จึงต้องตั้งราคาที่เหมาะสมเพื่อให้ราคาแข่งขันได้
- เพิ่มบริการเฉพาะเพื่อสร้างรายได้ เช่น ขายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงในโรงแรม บริการอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยง หรือสร้างกิจกรรมร่วมกัน เช่น เวิร์กช็อปฝึกสัตว์ พาเที่ยวเส้นทาง Pet Friendly
- สร้างทัศนคติที่ดี อบรมให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการดูแลสัตว์เลี้ยงให้แก่พนักงาน



การตลาดและการประชาสัมพันธ์

- การสื่อสารที่ชัดเจนและจริงใจ ระบุเงื่อนไขการเข้าพักกับสัตว์เลี้ยงให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า และต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจและกลุ่มเป้าหมายหลักด้วย
- การทำตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย การรีวิว หรือการใช้อินฟลูเอนเซอร์ มีผลอย่างมากกับกลุ่ม Pet Friendly
- การสร้างเครือข่ายธุรกิจกับธุรกิจสัตว์เลี้ยงอื่น ๆ หรือธุรกิจที่เป็น Pet Friendly ในพื้นที่ เช่น ร้านอาหาร กลุ่มมิ่ง โรงแรมสัตว์เลี้ยง โรงพยาบาล/คลินิกสัตว์ เป็นต้น
- เข้าร่วมโครงการของภาครัฐ เช่น ททท. เพื่อเพิ่มการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นต้น

โอกาสและอุปสรรคของ SME

ธุรกิจ Pet Friendly Hotel

โอกาสและความท้าทาย

- เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงและยินดีที่จะใช้จ่ายเพื่อสัตว์เลี้ยง
- การสร้างความแตกต่าง สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการมีบริการเสริม เช่น บริการสปาสำหรับสัตว์เลี้ยง อาบน้ำตัดขน อาหารพิเศษสำหรับสัตว์เลี้ยง (Barf) อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง โปรแกรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น
- พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีการ Workcation /Staycation ทำงานจากที่บ้านหรือสถานที่ต่าง ๆ อยู่นอกสำนักงานมากขึ้น
- การสร้างเครือข่าย เชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวแบบ Pet Friendly จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้ เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ บริการดูแลสัตว์เลี้ยง เป็นต้น เพื่อสร้าง ecosystem ที่แข็งแกร่ง
- การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการ เช่น ระบบจองห้องพัก ระบบจัดการความสะอาด เป็นต้น

อุปสรรค

- พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคลดน้อยลง ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ
- การท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก
- ยังไม่มีข้อบังคับหรือกฎหมายควบคุม Pet Friendly Hotel ที่ชัดเจน การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามกฎหมายปกติ โดยมีเงื่อนไขพิเศษสำหรับการเข้าพักในโรงแรม จึงต้องสร้างความเชื่อมั่นด้วยมาตรฐานความสะอาด โดยการรักษาความสะอาด เช่น ข่าเชื่อถือด้วยความรู้จากโรงพยาบาลหรือบริษัทผลิตภัณฑ์ ข่าเชื่อถือ เป็นต้น
- โครงสร้างพื้นฐานที่รองรับ Pet Friendly ยังไม่ครอบคลุม เช่น ระบบการขนส่งสาธารณะ พื้นที่สาธารณะ เป็นต้น
- บางโรงแรมยังไม่มีมาตรการรองรับสัตว์เลี้ยงที่เข้าพัก ที่อาจจะทำให้เกิดความเสี่ยงในด้านสุขอนามัยได้

ข้อเสนอแนะในการส่งเสริม ธุรกิจ Pet Friendly Hotel



- การสนับสนุนด้านการเงินลงทุนดอกเบี้ยต่ำ สำหรับธุรกิจที่ต้องการปรับเปลี่ยนเป็น Pet Friendly
- การส่งเสริมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบ Pet Friendly ทั้งในไทยและในต่างประเทศ
- การรีวิวจากลูกค้าและ influencer ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
- ควรมีหลักสูตรการฝึกอบรมเกี่ยวกับการดูแลสัตว์เลี้ยงให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Pet Friendly เช่น การบริหารจัดการความสะอาดและสุขอนามัย การปฐมพยาบาลเบื้องต้นสำหรับสัตว์เลี้ยง
- ภาครัฐควรส่งเสริมให้โรงแรมต้องมีใบรับรองมาตรฐานเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า
- สร้างกลไกการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน
- การกำหนดมาตรฐานกลางหรือการออกใบรับรองสำหรับสัตว์ในการเดินทางท่องเที่ยวหรือเข้าพัก โรงแรมและเข้าสถานที่ต่าง ๆ เช่น passport สำหรับสัตว์เลี้ยง เพื่อลดขั้นตอนในการตรวจสอบเอกสาร

บทสรุป

ธุรกิจ Pet Friendly Hotel ยังมีโอกาสทางธุรกิจสำหรับ SME จากเทรนด์การท่องเที่ยวใหม่ที่พาสัตว์เลี้ยงเดินทางเที่ยวด้วย รวมทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติที่นิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเหมือนสมาชิกในครอบครัว ซึ่งการยกระดับมาตรฐานการบริการให้เป็นที่ยอมรับ จะส่งผลเชิงบวกต่อธุรกิจ

รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยที่มีเป้าหมายสำหรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ด้วยโปรโมชันในระดับประเทศ

