

คาดปี'59 ชาวตะวันออกกลางมาเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5 หนุนดึงดูดนักท่องเที่ยวทำเงินในช่วงโลว์ซีซั่น

CURRENT ISSUE

ปีที่ 22 ฉบับที่ 2770

วันที่ 2 กันยายน 2559

▶ ประเด็นสำคัญ

- นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเป็นตลาดที่มีศักยภาพ มีการใช้จ่ายสูง ท่องเที่ยวซ้ำ และเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยตลอดทั้งปี แต่ช่วงที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ หลังเดือนรอมฎอน (อยู่ในช่วงไตรมาส 3 ของทุกปี) ซึ่งตรงกับช่วงโลว์ซีซั่นของการท่องเที่ยวไทยที่จำนวนนักท่องเที่ยวจากบางตลาดลดลง
- ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ควรหันมาทำการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้าจากตะวันออกกลางในช่วงโลว์ซีซั่นให้มากขึ้น เนื่องจากไทยมีศักยภาพสามารถตอบโจทย์ตลาดกลุ่มนี้ที่ส่วนใหญ่นิยมพาครอบครัวเข้ามาพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (เช่น ทะเล ภูเขา) และกิจกรรมอื่นๆ อย่างการรับประทานอาหารไทย การช้อปปิ้ง การรับบริการนวดไทย/สปา รวมถึงการรับบริการทางการแพทย์ อย่างการตรวจสุขภาพ เป็นต้น
- สำหรับภาพรวมของตลาด ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ในปี 2559 จะมีนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยจำนวน 6.95 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5 จากปีที่แล้ว
- อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่มีแผนจะหันมาทำตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง อาจต้องปรับการให้บริการให้สอดคล้องกับวิถีชาวมุสลิม โดยเฉพาะมาตรฐานฮาลาลไม่ว่าจะเป็นอาหารและที่พัก

แม้นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางจะมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 2.6 ของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดของไทย (ค่าเฉลี่ยในช่วง พ.ศ. 2554-2558) แต่เมื่อพิจารณาในมุมมองของรายได้ท่องเที่ยว ตลาดนี้ใช้จ่ายระหว่างการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยใกล้เคียงกับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป คือ ประมาณ 70,000 บาทต่อคนต่อทริป ซึ่งสูงกว่าภาพรวมและตลาดหลัก อย่างจีน โดยมีการใช้จ่ายอยู่ที่ประมาณ 47,000-48,000 บาทต่อคนต่อทริป นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในไทยในอัตราที่สูงกว่าบางตลาดอย่างตลาดเอเชีย

โดยปัจจัยที่เอื้อให้ตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและมีการใช้จ่ายสะพัดไปยังธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องในประเทศไทย คือ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวของไทย สามารถตอบโจทย์ตลาดกลุ่มนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยส่วนใหญ่นิยมพาครอบครัวมาพักผ่อนในช่วงวันหยุดยาวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา อีกทั้ง

รับบริการที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการรับประทานครองอาหารไทย นวดสปา เป็นต้น ขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวจากตลาดนี้บางส่วนใช้เวลาช่วงที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวรับบริการด้านการแพทย์ อย่างการตรวจสุขภาพ เป็นต้น

ขณะเดียวกัน แรงหนุนอีกส่วนมาจากความสะดวกสบายด้านการเดินทาง เนื่องจากประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางเป็นศูนย์กลางทางการบินสำหรับการเดินทางเชื่อมต่อจากภูมิภาคเอเชียไปยังภูมิภาคยุโรปและอเมริกา ทำให้มีเที่ยวบินให้บริการทุกวัน โดยจากการรวบรวมข้อมูลเที่ยวบินจากเมืองหลัก



ตะวันออกกลางมายังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในภูมิภาคเอเชีย คือ ประเทศไทยและสิงคโปร์ พบว่า สายการบินจากตะวันออกกลางรายสำคัญ¹ ที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Airline) ทั้งเที่ยวบินบินตรงและเที่ยวบินที่ต้องแวะต่อเครื่อง (เช่น แวะต่อเครื่องที่โตซา) ในเส้นทางอาบูดาบี-กรุงเทพฯ มีจำนวน 111 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ส่วนจำนวนเที่ยวบินในเส้นทางอาบูดาบี-สิงคโปร์มีจำนวน 84 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ นอกจากนี้เที่ยวบินจากตะวันออกกลางมายังเมืองท่องเที่ยวหลักของไทย อย่างกรุงเทพฯ แล้ว ยังมีบริการบินตรงมายังเมืองท่องเที่ยวรองของไทย อย่างกระบี่ สุราษฎร์ธานี (สมุย) เชียงใหม่ และเชียงใหม่

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันธุรกิจสายการบินโลว์คอสต์ (Low Cost Airline) ของไทยได้เปิดเส้นทางการบินระหว่างไทยและประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลาง อย่างอิหร่านและโอมาน ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับตลาดนักท่องเที่ยวระดับกลางจากภูมิภาคตะวันออกกลางที่ต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย

ตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเติบโตร้อยละ 12.8 ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2559

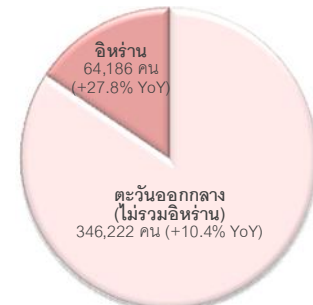
ในช่วง 7 เดือนแรกของปีนี้มีชาวตะวันออกกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยจำนวน 4.10 แสนคน เติบโตร้อยละ 12.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว แรงหนุนส่วนหนึ่งมาจากการฟื้นตัวของบางตลาดอย่างอิหร่านที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากเป็นอันดับ 3 ของภูมิภาค

โดยหากพิจารณานักท่องเที่ยวรายประเทศ พบว่า มีนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ในภูมิภาคตะวันออกกลาง (ไม่รวมอิหร่าน) จำนวน 3.46 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

ขณะที่ ในช่วงเดียวกัน ตลาดนักท่องเที่ยวอิหร่านของไทยเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 27.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (หรือมีจำนวน 6.42 หมื่นคน) ซึ่งเป็นการขยายตัวที่โดดเด่นเมื่อเทียบกับตลาดหลัก อย่างนักท่องเที่ยวจากอิสราเอลและสหรัฐอเมริกาที่ขยายตัวต่ำลง ผลมาจากปัจจัยภายในประเทศ คือ ภาวะเศรษฐกิจที่ในช่วงที่เหลือของปีต่อเนื่องปีหน้ามีทิศทางขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง

สำหรับทิศทางตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางในช่วงที่เหลือของปี 2559 โมเมนตัมของตลาดน่าจะเติบโตเป็นบวก ตามทิศทางราคาน้ำมัน ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของตะวันออกกลาง ที่เริ่ม

ตลาดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางของไทยในเดือน ม.ค.-ก.ค. 2559



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

¹ ที่มา: รวบรวมข้อมูลการให้บริการในเส้นทางกรุงเทพฯ-อาบูดาบีช่วงเดือนกันยายน 2559 ของสายการบินจากตะวันออกกลาง

ปรับตัวดีขึ้น โดยตลอดทั้งปี 2559 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จะมีชาวตะวันตกออกกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยจำนวน 6.95 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5 จากปีที่แล้ว

โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ตลาดที่มีศักยภาพและน่าจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยให้เร่งทำการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้า คือ ตลาดที่กำลังฟื้นตัว อย่างอิหร่าน และตลาดหลัก อย่างสหรัฐอเมริกาและอเมริกาใต้

😊 **นักท่องเที่ยวชาวอิหร่าน ตลาดที่กำลังฟื้นตัว...คาดปี'59 ชาวอิหร่านเดินทางเข้ามาเที่ยวในไทยประมาณ 1.08 แสนคน** นักท่องเที่ยวชาวอิหร่านเคยเป็นตลาดสำคัญอันดับ 1 ของภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยสถิติในปี 2553 ชี้ให้เห็นว่า มีชาวอิหร่านจำนวนกว่าแสนคนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย ซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 30 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดจากภูมิภาคนี้

โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า สัญญาณการฟื้นตัวที่โดดเด่นของนักท่องเที่ยวชาวอิหร่านที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย เกิดขึ้นหลังจากสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปได้ยกเลิกมาตรการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจในช่วงเดือนมกราคม 2559 ที่ผ่านมา ประกอบกับพัฒนาการด้านเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัว ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างความเชื่อมั่นใจในการจับจ่ายใช้สอยของผู้คน นอกจากนี้ ปัจจัยแวดล้อมอื่นที่ส่งเสริมตลาดนี้ คือ การเปิดเส้นทางและมีตารางการบินจากกรุงเทพฯ-เตหะรานตั้งแต่ช่วงกลางปีนี้ต่อเนื่องปีหน้า จากปัจจัยแวดล้อมข้างต้นล้วนส่งผลดีมายังภาคการท่องเที่ยวของไทย และน่าจะหนุนให้ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวชาวอิหร่านในปีนี้ยังคงเติบโตเป็นบวก

สำหรับภาพรวมตลาดนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ตลอดทั้งปี 2559 จะมีชาวอิหร่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยจำนวนประมาณ 1.08 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.2 จากปีก่อนหน้า โดยจำนวนนักท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.2 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดจากภูมิภาคนี้



😊 **ตลาดนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาและอเมริกาใต้ยังคงมีศักยภาพ..ควรทำการตลาดต่อเนื่อง** แม้ตลาดนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาและอเมริกาใต้อาจจะไม่ได้ขยายตัวอย่างโดดเด่น แต่มองว่า ภาพเศรษฐกิจของตลาดนี้ยังมีแนวโน้มเติบโต แม้จะชะลอลง ประกอบกับความได้เปรียบเรื่องการเป็นศูนย์กลางด้านการบิน ทำให้มีความหลากหลายของสายการบินและเที่ยวบิน ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางเข้ามายังประเทศไทย

ไม่ว่าจะเป็นเที่ยวบินตรงมายังเมืองท่องเที่ยวหลัก อย่างกรุงเทพฯและภูเก็ต และเมืองรอง อย่างกระบี่ สมุย เชียงใหม่ เชียงราย นอกจากนี้ การมีวันหยุดยาวหลายช่วงตลอดทั้งปีช่วยกระตุ้นการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวอาหรับเอมิเรตส์ และกลุ่ม EXPAT (Expatriate) ที่พำนักอยู่ในสหรัฐอเมริกาอาหรับเอมิเรตส์ (ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของผู้พำนักทั้งหมดในสหรัฐอเมริกาอาหรับเอมิเรตส์)

นอกจากนี้ ยังมีตลาดที่มีศักยภาพ อย่างนักท่องเที่ยวจากอิสราเอล ที่ส่วนใหญ่พำนักในไทยนานและมีการใช้จ่ายสูง (ประมาณ 70,000-80,000 บาทต่อคนต่อทริป) โดยนิยมเดินทางเข้ามาไทยทั้งในช่วงโลว์ซีซั่น (เดือนสิงหาคม) และช่วงไฮซีซั่น (เดือนธันวาคม-มกราคม) รวมถึงนักท่องเที่ยวจากโอมานก็เป็นอีกตลาดน่าจับตา เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่งผลให้ผู้คนมีกำลังซื้อ และมีความเชื่อมั่นในการใช้จ่าย ประกอบกับการขยายเส้นทางการบินของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำของไทย น่าจะส่งเสริมให้ตลาดนี้เดินทางมายังประเทศไทยมากขึ้น

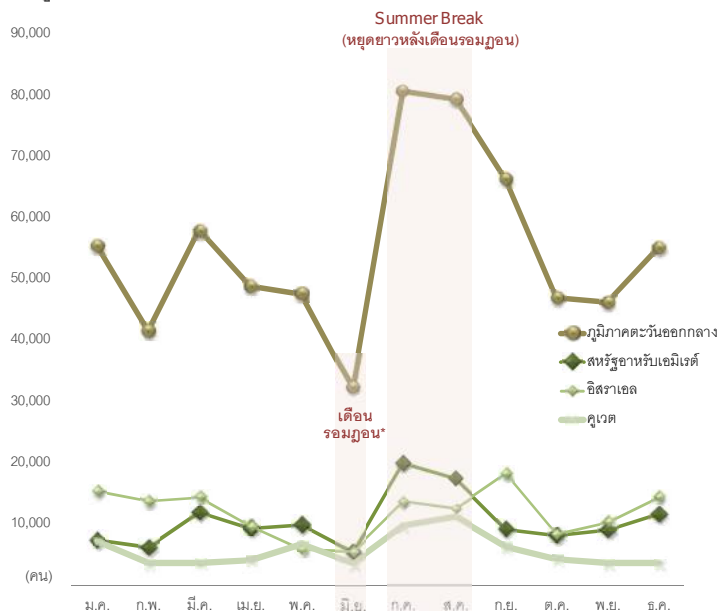
จับตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเพื่อหนุนรายได้ช่วงโลว์ซีซั่น

แม้ในช่วงโลว์ซีซั่นบางตลาด อย่างยุโรปและอเมริกาหดตัวตามฤดูกาล แต่บางตลาดยังเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทยในช่วงดังกล่าว อย่างตะวันออกกลาง ดังนั้น การหันมาทำตลาดเพื่อกระตุ้นการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทยไค้สูงสุดท้ายของช่วงโลว์ซีซั่นน่าจะช่วยก่อให้เกิดเม็ดเงินสะพัดไปยังธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง ซึ่งตลาดนี้มีศักยภาพ โดยมีการใช้จ่ายค่อนข้างสูงใกล้เคียงกับตลาดยุโรป

โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า แม้ศักยภาพของไทยทั้งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ประกอบกับความได้เปรียบในเรื่องการเดินทาง ซึ่งสามารถตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ แต่คงปฏิเสธไม่ได้ว่า ไทยและประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางมีความต่างในเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งอาจเป็นปัจจัยท้าทายการทำการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับการให้บริการที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับวิถีของตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง อาทิ

- ☑️ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องปรับปรุงแบบการให้บริการ อาทิ ธุรกิจโรงแรมที่สนใจกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางในช่วงโลว์ซีซั่นนี้ นอกจากจะต้องใส่ใจเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างบริการอาหารฮาลาล ห้องละหมาดและห้องน้ำแล้ว ควรมีการนำเสนอแพ็คเกจห้องพักสำหรับลูกค้ากลุ่มครอบครัวในราคาพิเศษเพื่อดึงดูดและตอบโต้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกันเป็นครอบครัว

ฤดูกาลการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ข้อมูลปี 2558) โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
หมายเหตุ: *เดือนรอมฎอนในแต่ละปีแตกต่างกันตามปฏิทินอิสลาม

บริการทุกระดับประทับใจ

ขณะที่ ธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว อย่างแหล่งช้อปปิ้ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ทะเล ภูเขา) เป็นต้น ที่มีความสนใจตลาดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ คงต้องศึกษาและใส่ใจในเรื่องวัตถุดิบและวิธีการปรุงอาหารตามหลักศาสนาอิสลาม รวมถึงการแสดงป้ายสัญลักษณ์การได้รับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ซึ่งมีส่วนช่วยเรียกความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

- ☑ นำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นการพำนักและการใช้จ่ายให้มากขึ้น นอกจากนี้ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวในเมืองหลักและรองของไทยแล้ว การนำเสนอการท่องเที่ยวเชื่อมโยง (Tourism Linkage) น่าจะช่วยให้นักท่องเที่ยวมีการพำนักและใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เช่น แพคเกจเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมจากภาคเหนือของไทยไปยังเชียงใหม่หรือสปป.ลาว แพคเกจล่องเรือสำราญ/ยอร์ชจากแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลในภาคตะวันออกของไทยเชื่อมต่อไปยังกัมพูชาและเวียดนาม เป็นต้น
- ☑ สร้างความประทับใจกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวซ้ำ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่หันมารุกตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ควรใส่ใจเรื่องคุณภาพการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามหลักศาสนาอิสลาม รวมถึงการพัฒนาบุคลากรที่สื่อสารภาษาอารบิกเพื่ออำนวยความสะดวก ซึ่งน่าจะช่วยสร้างความประทับใจและนำไปสู่การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กว่าร้อยละ 60 กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในไทย

นอกจากนี้ ภาคเอกชนควรร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ผลักดันการยกระดับมาตรฐานฮาลาลของไทย ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของที่พัก อาหาร และของฝากของที่ระลึก ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและสร้างบรรยากาศความเป็นมิตรสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของชาวมุสลิม (Halal-friendly Travel) โดยการปรับปรุงปัจจัยแวดล้อมข้างต้นนั้น นอกจากนี้จะช่วยตอบใจแก่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง ตลาดที่เป็นแรงหนุนสำคัญในช่วงโลว์ซีซั่นแล้ว ยังมีส่วนช่วยดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอื่น เช่น นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นตลาดชาวมุสลิมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดหรือคิดเป็นร้อยละ 30 ของประชากรชาวมุสลิมทั่วโลก

ท้ายที่สุด ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยวและธุรกิจห่วงโซ่อุปทานนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ควรพิจารณากระจายความเสี่ยง คือ ลดการพึ่งพาสถานที่ใดตลาดหนึ่ง ควบคู่กับการติดตามประเด็นที่อาจทำให้ตลาดมีความผันผวน อย่างสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจของประเทศเป้าหมาย เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของบางประเทศในภูมิภาคตะวันออกมีความผันผวนตามระดับราคาส่งออกน้ำมันดิบในตลาดโลก รวมถึงประเด็นเรื่องความเสี่ยงด้านภูมิศาสตร์การเมือง (Geopolitical Risks)



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบต่อผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ