

ผลโพลล์ชี้ นักท่องเที่ยวจีน มองไทยเป็นปลายทางอันดับ 1 คาดทั้งปี'59 มีนักท่องเที่ยวจีนมาไทยจำนวน 9 ล้านคน

CURRENT ISSUE

ปีที่ 22 ฉบับที่ 2777

วันที่ 23 กันยายน 2559

▶ ประเด็นสำคัญ

- ผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ชี้ให้เห็นว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยนั้น มองว่า ประเทศไทยเป็นปลายทางยอดนิยมอันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชีย โดยสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างมีความประทับใจมากเป็นอันดับ 1 คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อย่างภูเขา ทะเล รongลงมา ได้แก่ กิจกรรมบันเทิง กีฬา อาหารไทย และกิจกรรมการช้อปปิ้ง ตามลำดับ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 41.1 มีแผนที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีก
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย เห็นว่า การปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญของทางการไทยอาจทำให้จำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงไปบ้างในระยะสั้น แต่มองว่าผู้ประกอบการธุรกิจคงเร่งปรับตัว น่าจะทำให้สถานการณ์ตลาดดีขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการ ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว และอาจเป็นโอกาสให้ธุรกิจสามารถเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ
- โดยในภาพรวมของตลาด ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ทั้งปี 2559 จะมีชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 9.0 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.4 จากจำนวน 7.93 ล้านคนในปี 2558 อย่างไรก็ตามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่างทางการไทยและองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (CNTA) เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2559 เพื่อประสานความร่วมมือในการจัดระเบียบธุรกิจนำเที่ยวและยกระดับการให้บริการชาวจีนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ก็น่าจะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ดีให้กับไทย

ตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน เผชิญกับหลายปัจจัยแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นเหตุระเบิดในช่วงเดือนสิงหาคม การปรับขึ้นค่าธรรมเนียมวีซ่า On Arrival ในเดือนกันยายน รวมถึงการปราบปรามธุรกิจนำเที่ยวที่ให้บริการแพ็คเกจทัวร์ที่ไม่ได้คุณภาพ (ทัวร์ศูนย์เหรียญ) อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ทำการสำรวจมุมมองและพฤติกรรมชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงวันที่ 15 สิงหาคม – 15 กันยายน 2559 จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง ที่ทำอากาศยานสำคัญสอง

แห่งในกรุงเทพฯ ซึ่งชาวจีนเดินทางเข้ามายังประเทศไทยผ่านสองท่าอากาศยานนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยพบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

☺ **ชาวจีนวัยทำงานเดินทางกับกลุ่มเพื่อนมาเที่ยวไทย** ผลสำรวจชี้ว่า กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งเป็นผู้หญิง มีอายุระหว่าง 25-44 ปี โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนมากเป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ ครอบครัว

☺ **ชาวจีนร้อยละ 78.1 มาเที่ยวไทยเป็นครั้งแรก และมองว่า “ปลายทางยอดนิยมอันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชีย คือ ประเทศไทย”** และน่าจะมีชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

☺ **“กรุงเทพฯ” เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมากเป็นอันดับ 1** โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุ มีความประทับใจกับการได้ไปเยี่ยมชมพระบรมมหาราชวัง (วัดพระแก้ว)

ขณะที่ ปลายทางท่องเที่ยวที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักที่ชาวจีนมีความประทับใจลำดับรองลงมา คือ พัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่ ส่วนเมืองรองที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ กระบี่ สมุย ด้วยเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สามารถตอบโจทย์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่ว่าจะเป็นทะเล ภูเขา กิจกรรมล่องเรือ กิจกรรมผจญภัย (Adventure) รวมถึงกิจกรรมบันเทิง (การแสดงต่างๆ) โดยในปัจจุบันชาวจีนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในเมืองรองมากขึ้น ส่วนหนึ่งได้รับแรงหนุนมาจากธุรกิจสายการบินของไทยได้เปิดเส้นทางบินตรงใหม่หรือเพิ่มความถี่ของเที่ยวบินบินตรงจากจีนมายังเมืองรองของไทย ซึ่งช่วยกระตุ้นให้เมืองท่องเที่ยวทางทะเลในภาคใต้ของไทยเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

☺ **นักท่องเที่ยวนิยม** ร้อยละ 41.1 มีแผนจะกลับมาท่องเที่ยวเมืองไทยอีก ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่แน่ใจว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกหรือไม่มีสัดส่วนค่อนข้างสูง อยู่ที่ร้อยละ 56.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และที่เหลือระบุว่า จะไม่กลับมาท่องเที่ยวอีก

มุมมองนักท่องเที่ยวนิยมที่มีต่อประเทศไทย



กลุ่มนักท่องเที่ยวจีน

- มาไทยครั้งแรก=78.1%
- มาซ้ำ=21.9%

แหล่งท่องเที่ยวที่ชาวจีนประทับใจ

อันดับ 1 กรุงเทพฯ
อันดับ 2 พัทยา
อันดับ 3 ภูเก็ต
อันดับ 4 เชียงใหม่
อันดับ 5 กระบี่

ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ

- =55.3%
- =44.7%

อายุ

- 25-44 ปี =60.0%

สิ่งที่ทำให้ชาวจีนประทับใจ



① แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ภูเขา ทะเล)



② กิจกรรมบันเทิง (การแสดงต่างๆ)



③ กิจกรรมกีฬา



④ อาหารไทย

⑤ กิจกรรมช้อปปิ้ง

โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย



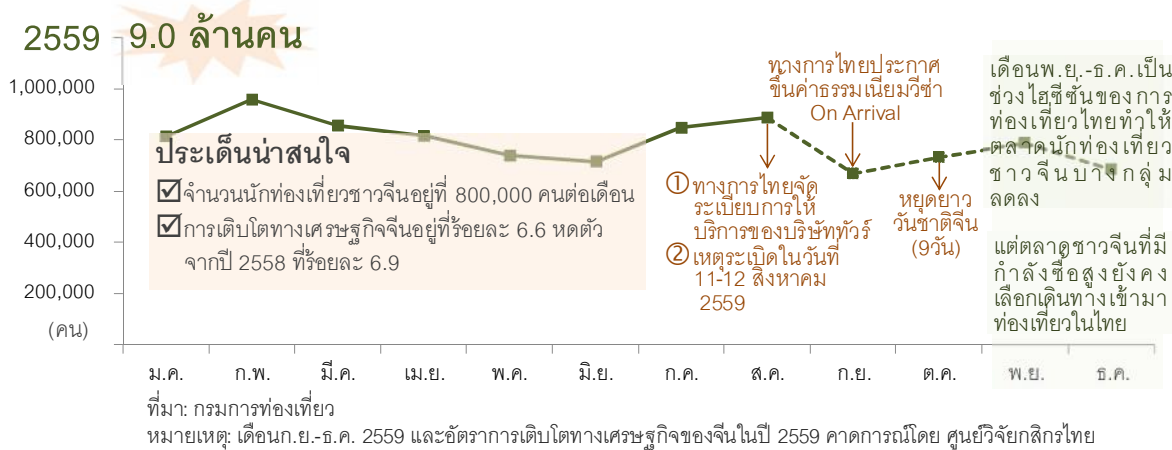
จะกลับมาเที่ยวไทยอีกไหม?

- ไม่แน่ใจ =56.0%
- มาแน่นอน =41.1%
- ไม่มา =2.9%

คาดการณ์จัดระเบียบธุรกิจนำเที่ยวจะกระทบตลาดระยะสั้น แต่น่าจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยในระยะยาว

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การจัดระเบียบการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวของทางการไทยในครั้งนี้ คงกระทบความเชื่อมั่นของธุรกิจนำเที่ยวบางกลุ่ม (กลุ่มที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินการไม่ชอบด้วยกฎหมายและ/หรือมีการดำเนินธุรกิจที่เข้าข่ายเอาเปรียบนักท่องเที่ยว) และพันธมิตรทางธุรกิจในจีน

ตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปี 2559



สำหรับสถานการณ์การจัดระเบียบบริษัทนำเที่ยวของไทยที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จะส่งผลกระทบในด้านจำนวนและรายได้ท่องเที่ยวบ้างในระยะสั้น โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนอาจลดลงประมาณ 300,000 คนในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตลาดที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์เข้ามาท่องเที่ยวในไทยช่วงวันชาติจีน ส่วนตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเองน่าจะไม่ได้รับผลกระทบ ทั้งนี้ จากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวข้างต้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่าอาจจะทำให้สูญเสียรายได้ท่องเที่ยวที่แท้จริงไปมูลค่าประมาณ 8,500 ล้านบาท ซึ่งคำนวณมาจากการใช้จ่ายในกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นเม็ดเงินที่เข้ามาสู่ระบบเศรษฐกิจไทยอย่างแท้จริง โดยไม่รวมการใช้จ่ายที่จะสะพัดไปยังธุรกิจจีนที่ดำเนินการไม่ชอบด้วยกฎหมายและ/หรือมีการดำเนินธุรกิจที่เข้าข่ายเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในระยะยาวการแก้ไขปัญหาที่สั่งสมมานานของทางการไทยในครั้งนี้ พร้อมด้วยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานด้านท่องเที่ยวของไทยและจีน น่าจะช่วยให้การให้บริการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว และอาจเป็นโอกาสที่จะเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำจากกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวซ้ำในไทยมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 41.1 ของนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (ผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

ภาพรวมตลาดนักท่องเที่ยวจีนทั้งปี 2559 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจีนจะยังเติบโตที่ร้อยละ 13.4 หรือมีจำนวน 9.0 ล้านคน จากจำนวน 7.93 ล้านคนในปี 2558

แต่ทั้งนี้ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** เห็นว่า ในช่วงนี้ภาครัฐควรมีมาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบ โดยในเบื้องต้นควรมีการให้ข้อมูลเพื่อสร้างความชัดเจนให้กับธุรกิจนำเข้าเที่ยวทั้งของไทยและจีนไม่ว่าจะเป็นรายชื่อบริษัทนำเที่ยวของไทยที่ดำเนินธุรกิจที่ชอบด้วยกฎหมายและ/หรือไม่เข้าข่ายเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบริหารจัดการสื่อที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย อย่างการจัดตั้งศูนย์เพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวจีน อาทิ การชี้แจงข้อมูลจากกรณีการจัดระเบียบธุรกิจนำเข้าเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมในหมู่ชาวจีน การจัดทำเอกสาร/แผ่นพับให้ข้อมูลราคาสินค้าและบริการสถานที่ซื้อสินค้าที่มีชื่อเสียง และคำแนะนำในเรื่องของการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้าใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน โดยอาจจะขอความร่วมมือเผยแพร่ข้อมูลบนเครื่องบิน/สนามบิน/สถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐควรมีการจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ผ่านบริการ Call Center ที่ให้บริการ 24 ชั่วโมง เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบเข้ามาร้องเรียน

วิกฤตและโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการทำตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน

คงปฏิเสธไม่ได้ว่า การจัดระเบียบการให้บริการธุรกิจนำเข้าเที่ยวของไทยที่ให้บริการลูกค้าชาวจีน ส่งผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจนำเข้าเที่ยวบางกลุ่ม (กลุ่มที่ใช้บริการธุรกิจนำเข้าเที่ยวที่ดำเนินการไม่ชอบด้วยกฎหมายและ/หรือมีการดำเนินธุรกิจที่เข้าข่ายเอาเปรียบนักท่องเที่ยว) โดยเฉพาะประเด็นเรื่องต้นทุนการดำเนินการปรับสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อเรื่องถึงราคาแพ็คเกจทัวร์ที่อาจเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20-100 ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนบางกลุ่มลดลงอย่างกลุ่มที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ในราคาที่ต่ำกว่าราคาเฉลี่ยของตลาด แต่กลุ่มที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ระดับบน/ไฮเอนด์ไม่น่าจะได้รับผลกระทบ โดยราคาแพ็คเกจทัวร์คุณภาพจากจีนมาไทยอยู่ที่ประมาณ 4,000 หยวน ซึ่งมีระดับราคาใกล้เคียงกับแพ็คเกจทัวร์จากจีนไปญี่ปุ่นและออสเตรเลีย

โดยผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบคงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำแพ็คเกจทัวร์เพื่อรองรับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและการแข่งขันที่รุนแรง อย่างไรก็ตาม การดำเนินการของภาครัฐในครั้งนี้ น่าจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอีกส่วน เนื่องจากอาจหนุนให้การใช้จ่ายของชาวจีนกระจายไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงมากขึ้น อย่างธุรกิจค้าปลีก จำหน่ายของฝากของที่ระลึก/สินค้าแฟชั่น เป็นต้น หากปัญหาการบังคับนักท่องเที่ยวซื้อสินค้า/บริการได้รับการแก้ไข ดังนั้น ผู้ประกอบการกลุ่มนี้อาจใช้โอกาสนี้ในการทำการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ชาวจีนเลือกเข้ามาท่องเที่ยวในไทยในช่วงโค้งสุดท้ายของปีนี้ต่อเนื่องช่วงต้นปีหน้า โดยอาศัยจุดขายของไทย คือ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว และการเป็นปลายทางท่องเที่ยวระยะใกล้จึงไม่ต้องใช้เวลาวางแผนล่วงหน้านาน รวมถึงคุณภาพการให้บริการเพื่อกระตุ้นตลาด ซึ่งอาจช่วยเพิ่มจำนวนทริปการเดินทางของชาวจีนอย่างทริปกลุ่มเพื่อน ทริปครอบครัว รวมถึงทริปท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีของปลายทางท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ช่วยกระตุ้นพนักงานขายในการทำยอดขาย ขณะที่ ผู้ประกอบการอาจพิจารณากระจายกลุ่มลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาดตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป เช่น จากเดิมธุรกิจเน้นทำตลาดลูกค้ากลุ่มทัวร์ ก็ควรที่จะเพิ่มสัดส่วนการจับตลาดท่องเที่ยวเองให้มากขึ้น เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการคงต้องติดตามการแก้ไข พ.ร.บ.ธุรกิจนำเข้าเที่ยวและม.ค.ศ. พ.ศ. 2551 มาตรา 31 ที่ระบุ “ห้ามไม่ให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวจัดบริการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจาก

ต่างประเทศโดยไม่ได้รับค่าบริการหรือรับค่าบริการในอัตราที่เห็นได้ว่าไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด” ซึ่งจะกระทบการกำหนดราคาแพ็คเกจทัวร์ และเมื่อประกอบกับการกำหนดราคาขั้นต่ำของสำหรับแพ็คเกจท่องเที่ยวจากเงินมาไทย อาจกระทบต่อต้นทุน (เช่น ต้นทุนค่าดำเนินการ ต้นทุนค่าการทำการตลาด) และรายได้ของธุรกิจ



Disclaimer

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

บริการทุกระดับประทับใจ