



แม้การขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 4 อาจจะชะลอลง แต่ทั้งปี 2559 ยังบวกได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 8.6

CURRENT ISSUE

ปีที่ 22 ฉบับที่ 2791

วันที่ 7 พฤศจิกายน 2559

▶ ประเด็นสำคัญ

- ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2559 เป็นช่วงไฮซีซั่นของการท่องเที่ยวไทย โดยจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในหลายพื้นที่ของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการท่องเที่ยวของไทยจะมีปัจจัยแวดล้อมที่ท้าทายหลากหลาย อาทิ การจัดระเบียบทัวร์ศูนย์เหรียญที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนในกลุ่มที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวชะลอลง การให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว กอปรกับปัจจัยเฉพาะภายในประเทศ แต่ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 4 ปี 2559 ยังมีแรงหนุนจากตลาดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป ซึ่งมีสัญญาณการเติบโตที่ดีมาตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมาต่อเนื่องถึงปีนี้ โดยเฉพาะการกลับมาของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากรัสเซียและกลุ่มสแกนดิเนเวีย
- ดังนั้น ในระยะนี้ นอกจากผู้ประกอบการจะต้องปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อกระตุ้นภาคธุรกิจในช่วงโค้งสุดท้ายของปีนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสื่อสาร ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อประกอบการตัดสินใจและการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย อาทิ การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันผ่านสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ของผู้ประกอบการและพันธมิตรเครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมถึงการเปิดให้บริการให้ข้อมูลตลอด 24 ชั่วโมงเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า
- จากการที่ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จึงคาดการณ์ว่า ภาพรวมทั้งปี 2559 จะมีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนประมาณ 32.5 ล้านคน ซึ่งเติบโตที่ร้อยละ 8.6 จากปี 2558 ขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในปี 2559 อาจมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 1.60 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.3 จากมูลค่าประมาณ 1.45 ล้านล้านบาทในปี 2558 ซึ่งเป็นการขยายตัวเป็นบวกเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน

ในช่วงนี้หลากหลายธุรกิจมีการทำการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายในช่วงโค้งสุดท้ายของปี รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวที่คงมีการจัดโปรโมชั่นอย่างเข้มข้นเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยกันอย่างหนาตาในระยะนี้ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

ในภาคใต้ของไทย อย่างภูเก็ต กระบี่ พังงา สุราษฎร์ธานี (สมุย) ซึ่งเป็นปลายทางที่ได้รับความนิยมในหมู่ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปและอเมริกา ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ตลาดนักท่องเที่ยวยุโรปยังเป็นแรงส่งช่วงไฮซีซั่นปีนี้ให้ขยายตัวเป็นบวก ภาพรวมตลาดต่างชาติเที่ยวในปี 2559 เติบโตที่ร้อยละ 8.6

นักท่องเที่ยวต่างชาติจากภูมิภาคต่างๆ มีผลต่อภาคการท่องเที่ยวของไทยในปี 2559 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้สรุปสถานการณ์และประเมินแนวโน้ม ดังนี้

😊 ตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในปี'59 ยังขยายตัวเป็นบวก... แรงหนุนมาจากการฟื้นตัวของตลาดรัสเซียและสแกนดิเนเวีย

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ตลาดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปในปี 2559 ยังเติบโตเป็นบวก โดยแรงหนุนตลาดยุโรปมาจากการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ประกอบกับตลาดสแกนดิเนเวียที่มีสัญญาณการเดินทางกลับเข้ามาท่องเที่ยวในไทยอย่างเห็นได้ชัดตั้งแต่ช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ และมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องถึงช่วงไฮซีซั่นของปีนี้ (ไตรมาส 4 ปี 2559) สำหรับสถานการณ์ของทั้งสองตลาดมีรายละเอียด ดังนี้

⇒ **คาดชาวรัสเซียเที่ยวไทยในปี' 59 นี้ พลิกกลับมาขยายตัวร้อยละ 24.4 จากที่ติดลบในปีที่ผ่านมา** คงปฏิเสธไม่ได้ว่า รัสเซีย เป็นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ก่อให้เกิดเม็ดเงินสะพัดไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องในไทย แม้ในปี 2558 ตลาดนักท่องเที่ยวรัสเซียหดตัวร้อยละ 45.0 ผลจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวหลังการคว่ำบาตรจากชาติตะวันตกและค่าเงินรูเบิลที่อ่อนค่าลง แต่**สถานการณ์ในปี 2559 นี้ ชาวรัสเซียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทยอยฟื้นตัว** ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความเชื่อมั่นที่ดีขึ้นของชาวรัสเซียสอดคล้องกับสถานการณ์ของธุรกิจนำเที่ยวของรัสเซียที่ปรับตัวดีขึ้น โดยชาวรัสเซียมีความมั่นใจที่จะใช้จ่ายและเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งปลายทางยอดนิยมอันดับ 1 ของภูมิภาคเอเชีย คือ ประเทศไทย และชาวรัสเซียชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล อย่างภูเก็ต รองลงมา คือ บาห์ลีในประเทศอินโดนีเซีย นอกจากนี้ อีกหนึ่งสัญญาณการฟื้นตัวของตลาดรัสเซียมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนเที่ยวบินและการเปิดเส้นทางการบินใหม่ขงธุรกิจสายการบินที่มีมากขึ้น โดยธุรกิจสายการบินรายใหญ่ของไทยได้กลับมาให้บริการในเส้นทางการบินระหว่างกรุงเทพฯ-มอสโก ขณะเดียวกันสายการบินบางรายได้เพิ่มเที่ยวบินที่เชื่อมต่อจากกรุงเทพฯ ไปยังเมืองท่องเที่ยวทางทะเลใหม่ๆ ที่กำลังอยู่ในความสนใจของชาวรัสเซีย อย่างเกาะสมุย ทั้งนี้ ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2559 ชาวรัสเซียเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 7.05 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว สำหรับภาพรวมทั้งปี 2559 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จะมีชาวรัสเซียเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 1.10 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.4 จากจำนวน 8.84 แสนคนในปี 2558

⇒ **คาดปี'59 ตลาดสแกนดิเนเวียเที่ยวไทย 7.81 แสนคน... แรงหนุนมาจากตลาดสวีเดน** นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย ซึ่งประกอบด้วยฟินแลนด์ เดนมาร์ก นอร์เวย์ และสวีเดน เป็นตลาดที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากมีการใช้จ่ายสูงอยู่ที่ประมาณ 60,000-70,000 บาทต่อคนต่อทริป ซึ่งสูงกว่า

บริการทุกระดับประทับใจ

ค่าเฉลี่ยของตลาด 2 เท่าตัว แต่ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ตลาดนี้ซบเซาไปบ้างจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายของคนบางกลุ่ม

อย่างไรก็ดี ในปี 2559 ตลาดสแกนดิเนเวียเที่ยวไทยมีสัญญาณการฟื้นตัวไปพร้อมๆ กับ ภาวะเศรษฐกิจที่มีพัฒนาการที่ดีขึ้น ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจากตลาดนี้ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีที่แล้วกลับมาเป็นบวกที่ร้อยละ 0.4 (เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2557 ที่ติดลบร้อยละ 6.4) ต่อเนื่องในช่วงไตรมาสแรกของปี 2559 ที่ตลาดสแกนดิเนเวียเติบโตที่ร้อยละ 5.1 หรือมีจำนวน 3.54 แสนคน (เพิ่มขึ้นจากที่ติดลบร้อยละ 2.4 ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2558)

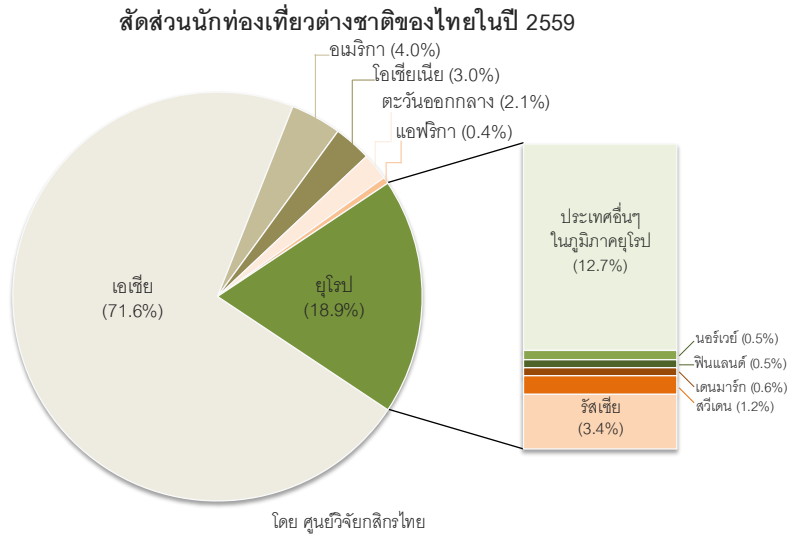
จากสถานการณ์ตลาดสแกนดิเนเวียในปัจจุบัน บ่งชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวชาวสวีเดน ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 42.8 ของตลาดสแกนดิเนเวียที่เดินทางมายังประเทศไทย (ข้อมูลปี 2558) และเป็นตลาดที่มีการใช้จ่ายต่อทริปสูงกว่าอีก 3 ประเทศในกลุ่มนี้ ส่วนหนึ่งมาจากภาวะเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง โดยส่วนใหญ่ชาวสวีเดนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลในภาคใต้ของไทย อย่างภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี และพังงา ซึ่งการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแต่ละครั้งทำนกันนาน เกือบ 20 วัน ต่อทริป ทั้งนี้ ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2559 นักท่องเที่ยวกลุ่มสแกนดิเนเวียเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 5.30 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า สำหรับภาพรวมทั้งปี 2559 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ตลาดนักท่องเที่ยวจากสแกนดิเนเวียของไทย (ฟินแลนด์ เดนมาร์ก นอร์เวย์ สวีเดน) อาจเติบโตที่ร้อยละ 4.0 หรือมีจำนวนประมาณ 7.81 แสนคน

☺ ภาพรวมตลาดนักท่องเที่ยวชาวเอเชียทั้งปี'59 ยังเป็นบวก... แม้ในช่วงปลายปีตลาดนักท่องเที่ยวจีนบางกลุ่มจะลดลงจากมาตรการจัดระเบียบธุรกิจนำเที่ยว

ตลาดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียได้รับแรงหนุนจากตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี แม้ในช่วงปลายปีนี้จะมีปัจจัยที่ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวจีนบางกลุ่มลดลง อย่างการจัดระเบียบธุรกิจนำเที่ยว ประกอบกับในช่วงไฮซีซั่นของการท่องเที่ยวไทย (ไตรมาส 4 ของทุกปีต่อเนื่องไตรมาส 1 ของปีถัดไป) ระดับราคาบริการด้านท่องเที่ยวปรับขึ้นตามฤดูกาล แต่คงไม่กระทบตลาดเอเชียที่มีกำลังซื้อสูงที่ น่าจะยังคงมีแผนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อย่างตลาดไฮเอนด์จากจีนที่มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ของตลาดนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยทั้งหมด ทั้งนี้ ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2559 ชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 7.32 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว สำหรับภาพรวมตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนในปี 2559 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จะมีชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนประมาณ 9.0 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.4 จากปีที่ 2558

😊 คาดทั้งปี'59 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยเติบโตที่ร้อยละ 8.6 หรือมีจำนวนประมาณ 32.5 ล้านคน

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยขยายตัวมาตั้งแต่ต้นปี และในช่วงที่เหลือของปีนี้ยังมีแนวโน้มเติบโตเป็นบวกอย่างต่อเนื่อง โดยแรงหนุนจากตลาดในช่วงโค้งสุดท้ายของปีนี้มาจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรป สำหรับภาพรวมทั้งปี 2559 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จึงคาดว่า จะมีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 32.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.6 ขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในปีนี้อาจมีมูลค่าประมาณ 1.60 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.3 จากมูลค่า 1.45 ล้านล้านบาท ในปี 2558

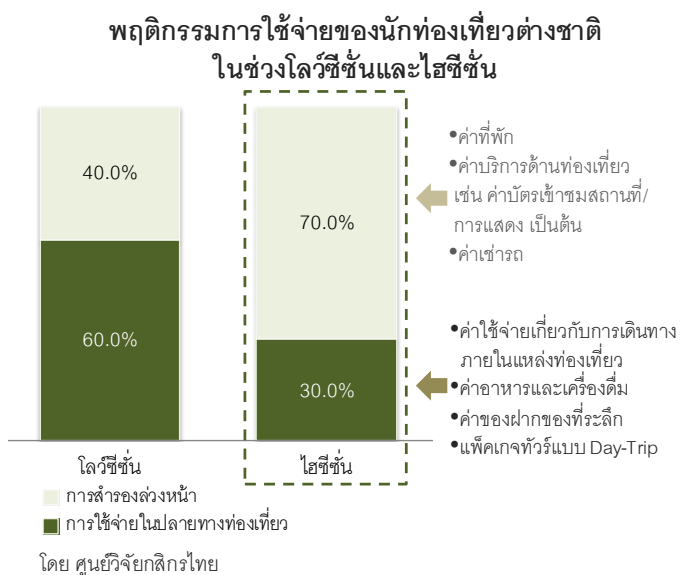


แม้ว่าในปัจจุบันการท่องเที่ยว

ของไทยจะมีปัจจัยแวดล้อมที่ทำนายหลากหลาย อาทิ การจัดระเบียบทัวร์ศูนย์เหรียญที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนในกลุ่มที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจะชะลอลงบ้าง การเตือนภัยในเรื่องของความปลอดภัย กอปรกับปัจจัยเฉพาะภายในประเทศ ดังนั้น ในระยะนี้ ผู้ประกอบการคงต้องทำการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงโค้งสุดท้ายของปีนี้ ควบคู่กับการเพิ่มความเข้มข้นในการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับประกอบการตัดสินใจและการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย อาทิ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันผ่านสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ เครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมถึงบริการให้ข้อมูลตลอด 24 ชั่วโมงเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

ใช้สื่อออนไลน์กระตุ้นยอดขายจากตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงโค้งสุดท้ายของปี'59

ในช่วงไฮซีซั่น มีนักท่องเที่ยวระยะไกลจากภูมิภาคยุโรปและอเมริกา รวมถึงตลาดลูกค้าที่มีกำลังซื้อจากภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและพำนักในไทยนาน (ไม่ต่ำกว่า 15 วันต่อทริป) โดยค่าใช้จ่าย อย่างค่าที่พัก ค่าเช่ารถ มีการสำรองและชำระเงินผ่านบัตรเครดิต/บริษัทนำเที่ยวในประเทศต้นทางแล้ว แต่นักท่องเที่ยวยังมีการใช้จ่ายอีกส่วนไปยังกิจกรรมต่างๆ ที่ได้/ไม่ได้วางแผนล่วงหน้าในปลายทาง คือ ประเทศไทย



บริการทุกระดับประทับใจ

เช่น การจับจ่ายสำหรับแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบ One-Day Trip บริการนวดไทย/สปา รวมถึงการซื้อของฝากของที่ระลึก ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายของธุรกิจท่องเที่ยวของไทยช่วงที่เหลือของปีนี้

โดยการเลือกใช้สื่อออนไลน์น่าจะตอบโจทย์ทั้งการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายและการลดต้นทุนการทำตลาดของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ สื่อออนไลน์ อย่างเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บางแพลตฟอร์มมีผู้ใช้งานหลักพันล้านคนทั่วโลก โดยเฉพาะในส่วนของวีวี (Reviews) และทราเวลบล็อก (Travel Blogs) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกปลายทางท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้อง อย่างสถานที่พัก ที่ในปัจจุบันไม่ได้จำกัดอยู่แค่การเลือกพักค้างคืนที่โรงแรม ซึ่งการเลือกใช้บริการบุดเจ็ทโฮเทล (Budget Hotels) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และที่พักรูปแบบอื่นก็มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น อย่างการแบ่งเช่าบางห้องในบ้าน/คอนโดมิเนียมให้กับนักท่องเที่ยว โดยนอกจากจะเป็นที่พักที่สามารถตอบโจทย์เรื่องค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience) ไม่ว่าจะเป็นการกินการอยู่/ วิถีชีวิต/ ศิลปวัฒนธรรมของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นเทรนด์การเดินทางท่องเที่ยวโลกที่อยู่ในความสนใจของคนรุ่นใหม่ที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อเรียนรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิตให้กับตนเองและบุคคลรอบข้าง โดยเฉพาะการเดินทางไปท่องเที่ยวเก็บเกี่ยวประสบการณ์กับกลุ่มเพื่อน

อย่างไรก็ดี การดูแลเรื่องความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนควรให้ความสำคัญ เพราะมีผลต่อความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทยในวงกว้าง ซึ่งส่งผลต่อเนื่องถึงการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการบอกต่อคนรอบข้างให้เลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย



Disclaimer

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