



ต่างชาติเที่ยวไทยปี 2561 เป้าหมายรายได้ 2 ล้านล้านบาท

▶ ประเด็นสำคัญ

- ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในปี 2561 ยังมีทิศทางขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง ภายใต้บรรยากาศที่ยังเอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว และแรงขับเคลื่อนใหม่ๆ นอกจากการทำตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบของความเป็นวัฒนธรรมไทยที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเพิ่มขึ้นแล้ว ในปี 2561 การทำตลาดท่องเที่ยวยังเน้นกิจกรรมอื่นๆ เพิ่มขึ้น อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นต้น นอกจากนี้ในส่วนของภาคธุรกิจการบิน ทั้งธุรกิจสายการบินของไทยและของต่างชาติยังมีการเปิดขยายเส้นทางการบินเพิ่มขึ้นระหว่างเมืองรองทั้งในไทยและต่างประเทศ
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** คาดว่า ในปี 2561 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยน่าจะมีประมาณ 37.64-37.99 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 6.5-7.5 จากที่คาดว่าจะขยายตัวประมาณร้อยละ 8.7 ในปี 2560 สำหรับรายได้จากการท่องเที่ยว น่าจะมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 1.97-2.01 ล้านล้านบาท ขยายตัวประมาณร้อยละ 8.8-10.4 จากที่เติบโตประมาณร้อยละ 11.7 ในปี 2560 อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่เน้นการทำตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนอาจจะต้องติดตามความคืบหน้าความสัมพันธ์ระหว่างจีนและเกาหลีใต้ ซึ่งหากสถานการณ์กลับมาเป็นปกติอาจมีผลต่อการแข่งขันในตลาดนักท่องเที่ยวจีน
- สำหรับเทรนด์การท่องเที่ยวในปี 2561 นี้ ซึ่งมาจากการขับเคลื่อนเทรนด์จากภายนอกประเทศอย่างเทรนด์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีการสื่อสาร หรือเทรนด์มาจากการขับเคลื่อนภายในประเทศอย่างนโยบายการทำตลาดการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ อาทิ การท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นวิถีไทย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือการทำตลาดการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงไปกับอาหาร ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวคงจะต้องปรับกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวให้สอดคล้องไปกับเทรนด์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น

เริ่มต้นปี 2561 บรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยยังคงดีต่อเนื่อง นับเป็นสัญญาณบ่งชี้ทิศทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในปี 2561 นี้ โดยในปี 2560 ที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีประมาณ 35.34 ล้านคน เติบโตประมาณร้อยละ 8.7 จากปี 2559 และการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวไทยเติบโตกว่าอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลก

ปี 2561 การรุกตลาดท่องเที่ยวใหม่ๆ คาดช่วยหนุนต่างชาติเที่ยวไทยมีจำนวนประมาณ 37.64-37.99 ล้านคน และคาดว่าจะรายได้ต่างชาติเที่ยวไทยจะอยู่ที่ประมาณ 1.97-2.01 ล้านล้านบาท

ในปี 2561 นี้ ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยยังคงมีแรงหนุนที่เอื้อต่อการเติบโต ซึ่งในปีนี้อภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงภาคเอกชน มีแผนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเข้มข้น โดยเฉพาะการหันมาทำตลาดท่องเที่ยวใหม่ที่เน้นกิจกรรมอื่นๆ เพิ่มขึ้นเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและช่วยหนุนรายได้การท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) การขยายตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติกุ่มไมซ์ (Mice) อย่างกลุ่มการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จากทิศทางเศรษฐกิจโลกที่เริ่มปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งน่าจะดีต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ การตลาดท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health and Wellness) ซึ่งเป็นหนึ่งในเทรนด์การเดินทางท่องเที่ยวโลก และอีกตลาดการท่องเที่ยวที่น่าจะเป็นไฮไลท์ของปีนี้ คือ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ซึ่งในระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น และในปีนี้มีจะมีการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติหลายรายการ โดยมีรายการที่เกิดขึ้นใหม่ด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติรายตลาด ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ตลาดหลักของการท่องเที่ยวไทยยังมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี โดยเฉพาะตลาดระยะใกล้อย่างตลาดนักท่องเที่ยวจีน ที่กลับมาฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งด้วยจำนวนกว่า 9.8 ล้านคนในปีที่ผ่านมา และในปี 2561 นี้ ทิศทางนักท่องเที่ยวจีนเดินทางท่องเที่ยวในไทยยังมีโอกาสเติบโตได้ต่อเนื่อง ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการขยายเส้นทางการบินของสายการบินไทยต้นทุนต่ำไปยังเมืองรองของจีนมากขึ้นหลังจากที่ไทยถูกปลดธงแดงจาก ICAO และภายใต้สถานการณ์ระหว่างประเทศจีนและเกาหลีใต้ยังไม่กลับเข้าสู่ภาวะปกติ

สำหรับทิศทางของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปน่าจะยังมีแนวโน้มที่ดี จากสัญญาณบวกของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากยุโรปในช่วงเดือนมกราคม 2561 ซึ่งยังเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากยุโรป และแม้ว่าในปีนี้ ประเทศรัสเซียจะเป็นเจ้าภาพการจัดการแข่งขันฟุตบอลโลก (ในช่วงวันที่ 14 มิถุนายน -15 กรกฎาคม 2561) แต่น่าจะไม่ได้ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวรัสเซียหรือนักท่องเที่ยวยุโรปที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าว เนื่องจากไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป ขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ ยังมีแนวโน้มที่ดี ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ อย่างอินเดีย อเมริกา และโอเชียเนีย สำหรับนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อาจจะต้องติดตามประเด็นเรื่องเศรษฐกิจและปัญหาในประเทศที่อาจมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางประเทศจากภูมิภาคตะวันออกเฉียง

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในปี 2561 จะมีจำนวนประมาณ 37.64-37.99 ล้านคน เติบโตร้อยละ 6.5-7.5 จากที่คาดว่าจะขยายตัวประมาณร้อยละ 8.7 ในปี 2560 ขณะที่การขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย กอปรกับการทำตลาดการท่องเที่ยวใหม่ๆ จะช่วยเพิ่มรายได้การท่องเที่ยวในสาขาต่างๆ เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

คาดว่า การเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในปี 2561 น่าจะสร้างรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยว เป็นมูลค่าประมาณ 1.97-2.01 ล้านล้านบาท เติบโตร้อยละ 8.8-10.4 จากที่คาดว่าจะขยายตัวประมาณ ร้อยละ 11.7 ในปี 2560 ทั้งนี้อัตราการขยายตัวที่ชะลอลงในปีนี้ เนื่องจากการเปรียบเทียบกับฐานจำนวน นักท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ขึ้นในปีที่ผ่านมา จากการศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวจากจีนและหลายประเทศมีอัตราการ เติบโตที่เร่งตัวขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการอาจจะต้องติดตามประเด็นที่อาจจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของ จำนวนนักท่องเที่ยว อาทิ สถานการณ์ระหว่างประเทศจีนและเกาหลีใต้ ซึ่งหากสถานการณ์ของทั้ง 2 ประเทศกลับ สู่ภาวะปกติอาจจะมีผลต่อการแข่งขันที่เข้มข้นในตลาดนักท่องเที่ยวจีน ขณะที่ตลาดนักท่องเที่ยวรัสเซียอาจจะ ต้องติดตามการทำตลาดการท่องเที่ยวของประเทศตุรกีและประเทศอียิปต์ ซึ่งเป็นตลาดท่องเที่ยวระยะไกลที่สำคัญของนักท่องเที่ยวรัสเซีย



ปี 2561 ผู้ประกอบการธุรกิจปรับตัวตามเทรนด์การท่องเที่ยวและการแข่งขันทางธุรกิจที่เข้มข้น...
ปรับการตลาดให้สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของไทย

ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวของไทยมีการเติบโตสูง ส่งผลทำให้สภาพแวดล้อมของการทำธุรกิจท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปมากขึ้น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย ทั้งจากผู้ประกอบการธุรกิจไทยและที่สำคัญผู้ประกอบการธุรกิจต่างชาติยังเห็นโอกาสและได้ให้ความสนใจเข้ามาขยายธุรกิจในประเทศไทย โดยเข้ามาในรูปแบบของการใช้เทคโนโลยีเข้ามาทำการตลาดอย่างธุรกิจที่พบบนแบบ Airbnb ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งส่งผลทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้การแข่งขันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่สูง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของไทยคงจะต้องปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง อาทิ

บริการทุกระดับประทับใจ

- **การปรับกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนโยบายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทย เพื่อจับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวตามเป้าหมาย** ในปี 2561 นี้ หน่วยงานภาครัฐผู้ปรับการตลาดการท่องเที่ยวนำเสนอผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้แก่เศรษฐกิจการท่องเที่ยวอย่างการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทยรวมถึงผู้ประกอบการท้องถิ่นควรรีใช้โอกาสดังกล่าวเตรียมแผนการทำธุรกิจเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาชมการแข่งขันจากการจัดการแข่งขันในครั้งนี้

นอกจากนี้การที่หน่วยงานภาครัฐมีการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) และการที่ประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพจัดงาน UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4 ในวันที่ 30 พฤษภาคม – วันที่ 1 มิถุนายน 2561 น่าจะส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมอาหารของไทยและธุรกิจอื่นๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่น่าจะได้รับประโยชน์เช่นกัน

- **การปรับใช้เทคโนโลยีผสมผสานกับวัฒนธรรมไทยสร้างสีสันและประสบการณ์การท่องเที่ยวไทย** สำหรับเทรนด์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์และชมวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ ทั้งนี้ เพื่อสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นที่จดจำและกลับมาใช้บริการของผู้ประกอบการอีกครั้ง ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มสีสันและประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในไทย อาทิ การใช้แอปพลิเคชัน Augmented Reality (AR) ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการใช้แอปพลิเคชัน AR เพื่อบอกเส้นทางท่องเที่ยว สามารถแปลภาษาป้ายบอกทางและของสถานที่ท่องเที่ยว และปัจจุบันมีการใช้ AR มาใช้เพื่อตลาดแนวใหม่อย่างการแบ่งปันบอกเล่าความเป็นมาของสถานที่ที่พักหรือประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่งประยุกต์ใช้ในร้านอาหารหรือร้านขายของที่ระลึกที่ผู้ประกอบการธุรกิจอาจจะนำ AR บอกเล่าวิธีการทำอาหาร นำเสนอเมนูอาหาร หรือบอกเล่าวิธีการผลิตสินค้าหรือที่มาของสินค้าเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ นอกจากนี้ ธุรกิจท่องเที่ยวอย่างบริษัทนำเที่ยวอาจนำเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) เข้ามาเป็นเครื่องมือในการทำตลาด เพื่อให้ลูกค้าสามารถเห็นภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่เสมือนจริง ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

- **การเพิ่มช่องทางการตลาดจากประโยชน์ของเทคโนโลยี ด้วยการเลือกใช้ช่องทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ** ปัจจุบันการทำตลาดท่องเที่ยวยุคใหม่ ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญในการทำช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์และช่องทางเว็บไซต์หรือผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนมากขึ้น

อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวแต่ละชาติจะมีช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต่างกันไปทำให้ผู้ประกอบการคงจะต้องเลือกใช้ช่องทางในการประชาสัมพันธ์การตลาดการท่องเที่ยวให้เหมาะสม จากการรวบรวมผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ในภูมิภาคยุโรป พบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการเข้าถึงสังคมออนไลน์แต่ละ

ประเทศในภูมิภาคยุโรปมีความแตกต่างกัน เช่น ภาพรวมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของชาวเยอรมันมีสัดส่วนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ในยุโรป อยู่ที่ประมาณร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างชาวเยอรมันมีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตที่สูง ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการทำตลาดเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเยอรมันควรใช้ช่องทางผ่านทางเว็บไซต์ นอกจากนี้ชาวเยอรมันยังได้ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว ทำให้การทำตลาดบนสื่อออนไลน์ก็ต้องมีความระมัดระวัง ขณะที่ชาวอังกฤษแม้จะมีสัดส่วนของคนที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ แต่สื่อที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอังกฤษ เช่น การเขียนวิจารณ์หรือความเห็นตาม Blogger มีอิทธิพลต่อการช่วยตัดสินใจ เป็นต้น

Disclaimer

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