



ตลาดไทยเที่ยวไทยเดือนธันวาคม 2559: ผู้ประกอบการปรับ
ทั้พักการตลาดใช้โอกาสจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว

CURRENT ISSUE

ปีที่ 22 ฉบับที่ 2795

วันที่ 30 พฤศจิกายน 2559

▶ ประเด็นสำคัญ

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การออกมาตรการภาษีเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศ จะส่งผลดีผ่านการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ แม้ผลกระตุ้นอาจเผชิญข้อจำกัดอยู่บ้าง เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่จะเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี ซึ่งเป็นช่วงไฮซีซั่นของฤดูกาลท่องเที่ยวไทย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีการวางแผนล่วงหน้าไปแล้ว จึงทำให้ผู้ที่วางแผนท่องเที่ยวในช่วงนี้อาจจะเผชิญปัญหาไม่สามารถจองที่พักในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายได้
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ผลของมาตรการดังกล่าวน่าจะมีผลทำให้เกิดเม็ดเงินกระจายสู่ธุรกิจท่องเที่ยวเพิ่มเติม 2,000- 4,000 ล้านบาท เทียบกับในกรณีที่ไม่มีมาตรการการท่องเที่ยว และส่งผลให้เกิดเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจท่องเที่ยวในเดือนธันวาคม 2559 ประมาณ 82,000-84,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 8.8-11.5 เมื่อเทียบกับที่เติบโตร้อยละ 13.4 ในเดือนเดียวกันของปี 2558 ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เที่ยวในช่วงนี้จะได้รับประโยชน์จากมาตรการ ที่จะช่วยเพิ่มกำลังซื้อจากการขอคืนภาษีในปีหน้า
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มีความเห็นว่า เพื่อให้มาตรการที่ออกมาได้ประโยชน์ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม และธุรกิจนำเที่ยว (ที่อยู่ในระบบ) จะใช้โอกาสนี้ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และสร้างแรงจูงใจในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยว

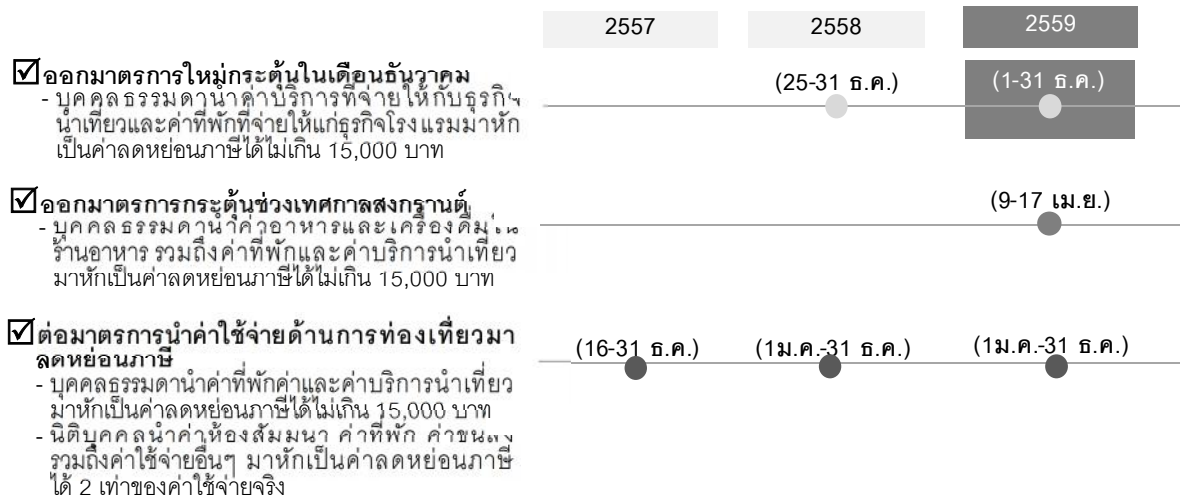
ตลาดไทยเที่ยวไทยเป็นหนึ่งในกิจกรรมเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยรายได้จากตลาดของคนไทยเที่ยวในประเทศมีมูลค่าประมาณ 800,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศได้ก่อให้เกิดเม็ดเงินกระจายลงสู่ระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่น

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2559 ที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยสามารถนำค่าที่พักและค่าบริการนำเที่ยวมาหักเป็นค่าลดหย่อนภาษีได้เท่าที่จ่ายจริงแต่ต้องไม่เกินคนละ 15,000 บาท ซึ่งนับเป็นการออกมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศมาตรการที่ 3 ในปี 2559

บริการทุกระดับประทับใจ

หลังจากที่เมื่อวันที่ 29 มีนาคม ที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรีอนุมัติมาตรการภาษี 2 มาตรการ ได้แก่ 1) มาตรการภาษี เพื่อสนับสนุนการใช้จ่ายด้านท่องเที่ยวในช่วงสงกรานต์ปี 2559 และ 2) การต่ออายุมาตรการกระตุ้นตลาดไทยเที่ยวไทยสำหรับบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล

มาตรการของภาครัฐที่มุ่งหวังกระตุ้นตลาดไทยเที่ยวไทย



โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

คาดการณ์ได้ไทยเที่ยวไทยในเดือนธันวาคม ปี 2559 มีมูลค่าประมาณ 82,000-84,000 ล้านบาท... ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรใช้โอกาสจากมาตรการเร่งทำตลาดกระตุ้นการตัดสินใจ

ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของทุกปี โดยเฉพาะในช่วงเดือนธันวาคม ของทุกปี เป็นอีกช่วงหนึ่งที่คนไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวในต่างจังหวัด เนื่องจากเป็นเดือนที่มีวันหยุดติดต่อกัน ทั้งนี้ การที่ภาครัฐได้ออกมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ถึง 31 ธันวาคม 2559 นั้น จะช่วยจูงใจให้ผู้ที่ยังไม่มีแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยวมีเวลาวางแผนเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสให้กับธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยว อย่างธุรกิจโรงแรม (ที่จดทะเบียนในระบบ) ที่ยังมีห้องว่าง และธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ที่เผชิญกับภาวะการชะลอตัวของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติบางตลาด เช่น ชลบุรี ผู้ประกอบการใช้จังหวะนี้ในการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ร่วมกันพันธมิตร อาทิ จัดแคมเปญร่วมกับสถาบันการเงิน การจัดประชาสัมพันธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และสร้างแรงจูงใจในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยว ขณะที่ในส่วนของธุรกิจบริษัทนำเที่ยวอาจจะใช้โอกาสนี้ประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมแพ็คเกจท่องเที่ยวตลอดทั้งเดือนธันวาคม 2559

อย่างไรก็ดี เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่จะเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม นั้น ส่วนใหญ่จะมีการวางแผนล่วงหน้า เนื่องจากเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของไทย สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งจะค่อนข้างหนาแน่น ทำให้ต้องมีการจองล่วงหน้า ซึ่งแน่นอนว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะได้รับประโยชน์จากมาตรการ นอกจากนี้ ราคาสินค้าและบริการในช่วงนี้ปรับตัวสูงขึ้นกว่าช่วงปกติ และมาตรการครอบคลุมเฉพาะธุรกิจโรงแรมและธุรกิจนำเที่ยว ทำให้ผลของมาตรการอาจจะช่วยกระตุ้นตลาดในระดับจำกัด

บริการทุกระดับประทับใจ

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ผลของมาตรการดังกล่าวน่าจะมีผลทำให้เกิดเม็ดเงินกระจายสู่ธุรกิจท่องเที่ยวเพิ่มเติม 2,000- 4,000 ล้านบาท จากในกรณีที่ไม่มีมาตรการการท่องเที่ยว และส่งผลให้เกิดเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจท่องเที่ยวในเดือนธันวาคม 2559 ประมาณ 82,000-84,000 ล้านบาท หรือเติบโตร้อยละ 8.8-11.5 เมื่อเทียบกับที่เติบโตร้อยละ 13.4 ในเดือนเดียวกันของปี 2558



Disclaimer

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