



EIC ARTICLE

SCB  
Economic Intelligence Center



## พฤติกรรมท่องเที่ยวจีนเปลี่ยน! เน้นธุรกิจปรับตัว

11 มีนาคม 2019



**“การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนจีน ทั้งในกลุ่มวัยกลางคน และกลุ่มวัยรุ่นชาวจีน อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่พึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวจีนเป็นหลัก ส่งผลให้ธุรกิจเหล่านี้จำเป็นต้องปรับตัวหรือเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจให้เข้ากับรูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคนจีนที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป”**

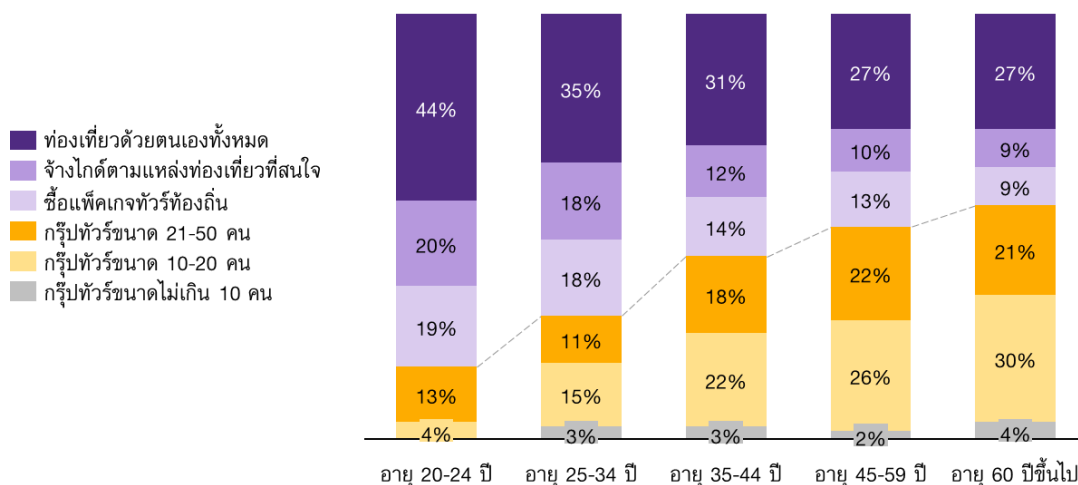
Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.

**รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนจีนเริ่มเปลี่ยนไป** นับตั้งแต่ที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้ประชาชนสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้อย่างอิสระในปี 2011 ส่งผลให้จำนวนทริปที่คนจีนเดินทางออกไปยังต่างประเทศ (ไม่รวมฮ่องกง มาเก๊า และไต้หวัน) ในปี 2018 เพิ่มขึ้นถึงเกือบ 3 เท่าตัวหรือจากราว 24 ล้านทริปในปี 2011 เป็น 69 ล้านทริป ณ สิ้นปี 2018 ประกอบกับความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และการเกิดขึ้นของสื่อออนไลน์ ซึ่งช่วยให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเป็นที่แพร่หลาย และเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ช่วยส่งเสริมให้คนจีนจำนวนหนึ่งเกิดความคุ้นเคยกับการท่องเที่ยวในต่างประเทศ นอกจากนี้รายได้ของคนจีนที่เติบโตสอดคล้องกับเศรษฐกิจที่ขยายตัวในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งในกลุ่มคนจีนวัยกลางคน และกลุ่มคนจีนรุ่นใหม่เช่นเดียวกับกระแสการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ทั่วโลก

**คนจีนวัยกลางคนเริ่มเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวจากกรุ๊ปทัวร์ขนาดใหญ่เป็นกรุ๊ปทัวร์ที่เล็กลงและยืดหยุ่นมากขึ้น** ผลสำรวจของ McKinsey เปิดเผยว่า กลุ่มคนจีนอายุ 35 ปีขึ้นไปเริ่มสนใจการท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ที่สามารถออกแบบได้ด้วยตนเอง (Private & customized tour) ซึ่งมักจะมีลักษณะที่เฉพาะเจาะจงมาก เช่น ทัวร์ท่องเที่ยวทั่วโลกเหนือ ทัวร์บินเขาเอเวอเรสต์ ทัวร์ซาฟารีในแอฟริกา ทัวร์ที่เน้นทานอาหารมื้อหรูในร้านระดับ Michelin Star และชิมไวน์ที่มีชื่อเสียง ทัวร์เจาะลึกด้านสถาปัตยกรรม ฯลฯ กรุ๊ปทัวร์ลักษณะนี้มักเกิดจากความต้องการท่องเที่ยวเฉพาะในกลุ่มเพื่อนฝูงหรือครอบครัว ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกรุ๊ปไม่มากนักและมีราคาสูง ทั้งนี้ สถิติของ Ctrip ระบุว่า แพคเกจทัวร์ที่ลูกค้าออกแบบ และปรับแต่งผ่านบริการของ Ctrip จะมีความสูงกว่าราคากรุ๊ปทัวร์รูปแบบทั่วไปอย่างน้อย 23% และถือเป็นตลาดที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในจีน ตรงข้ามกับตลาดกรุ๊ปทัวร์ทั่วไปที่กำลังหดตัวลงอย่างต่อเนื่อง

**ในขณะที่วัยของคนจีนรุ่นใหม่เริ่มนิยมจ้างไกด์ท้องถิ่นเพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่** ผลสำรวจเดียวกันจาก McKinsey ยังชี้ให้เห็นอีกว่า คนจีนอายุระหว่าง 20-34 ปี นิยมเลือกจุดหมายปลายทาง จองที่พัก และตัวเครื่องบินด้วยตนเอง แต่จะเสาะหากิจกรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ในจุดหมายปลายทางนั้นผ่านสื่อออนไลน์ จากนั้นจึงจ้างไกด์ท้องถิ่นเพื่อนำเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองสนใจแบบเจาะลึกควบคู่กับการช่วยแก้ปัญหาด้านการสื่อสารเนื่องจากคนจีนส่วนใหญ่ยังไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่วหรืออาจเลือกซื้อแพคเกจทัวร์ที่ตนเองสนใจจากบริษัททัวร์ท้องถิ่นเพื่อหาแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่มากขึ้นได้เช่นกัน ทั้งนี้ในปัจจุบันมีบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์อิสระจำนวนมากที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในลักษณะนี้ รวมถึงมีธุรกิจ Startup หลายรายที่สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อแพคเกจกิจกรรมที่ตนเองสนใจจากคนในชุมชนท้องถิ่นได้โดยตรง เช่น LocalAlike, TakeMeTour หรือ Airbnb Experience ซึ่งถือเป็นช่องทางที่ช่วยกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปยังชุมชนท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่ง

ผลสำรวจรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในกลุ่มคนจีนแต่ละช่วงอายุ ปี 2017



ที่มา: McKinsey&Company

**ภาคการท่องเที่ยวไทยควรปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน**

บริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่อาจปรับเปลี่ยนหรือขยายรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่ โดยการนำเสนอกิจกรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และน่าสนใจในแพ็คเกจทัวร์ ซึ่งอาจเน้นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่ชื่นชอบ เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร การเดินชมตลาดและวิถีชีวิต รวมถึงการได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ธุรกิจที่พึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวกรุ๊ปทัวร์ขนาดใหญ่อาจขยายฐานลูกค้าและกระจายความเสี่ยงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่ที่ยินยอมหาข้อมูล และวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเองผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งต้องใช้วิธีการทำการตลาดที่ต่างออกไปจากเดิมเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น การโปรโมทสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยวผ่าน Influencer หรือ blogger ที่มีชื่อเสียงในกลุ่มวัยรุ่นชาวจีน การฉายคลิปโฆษณาผ่านแพลตฟอร์ม การแชร์วิดีโอออนไลน์ของจีน เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันชุมชนท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าสนใจก็สามารถสร้างธุรกิจจากจุดเด่นของตนเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และรับประโยชน์จากกระแสการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคนจีนได้เช่นกัน

By : ปุ่ลวัชร ปีติไกรศร ([Pullawat.Pitigraisorn@scb.co.th](mailto:Pullawat.Pitigraisorn@scb.co.th))

Economic Intelligence Center (EIC)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

EIC Online: [www.scbeic.com](http://www.scbeic.com)

Line: @scbeic

