

ข่าวสด Khao Sod Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,100	Section: First Section/เศรษฐกิจ				
	วันที่: จันทร์ 1 กรกฎาคม 2562				
	ปีที่: 29	ฉบับที่: 10442	หน้า: 5(บน)		
	Col.Inch: 37.39	Ad Value: 41,129	PRValue (x3): 123,387	คลิป: ขาว-ดำ	
	หัวข้อข่าว: บินไทยเร่งเครื่องอัดโปร-สู้บาทแข็ง				

บินไทยเร่งเครื่องอัดโปร-สู้บาทแข็ง

บ.ทัวร์ในประเทศคุมขมับ-ชี้ต่างชาติเมินใช้บริการ

‘แอตต้า’ ชี้ธุรกิจทัวร์อยู่ในภาวะที่เรียกว่า ‘ทัวร์แตก’ ต้องแตกไปทำธุรกิจอื่น หรือปรับตัวอย่างหนัก หากทำไม่ได้ต้องปิดตัวเองลง เหตุนักท่องเที่ยวไทยท่องเที่ยวเองมากขึ้น บวกกับเงินบาทแข็งค่าหนัก ด้านการบินไทยอัดโปรโมชันทำราคาแก้ปัญหาค่าเงิน

นายวิจิต ประกอบโกศล นายกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (แอตต้า) เปิดเผยว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวหรือบริษัททัวร์น้อยลง เปลี่ยนไปเที่ยวแบบเดินทางด้วยตัวเอง (เอฟไอที) มากขึ้น

เห็นได้จากตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย 6 เดือนแรกของปีนี้จำนวน 2.64 ล้านคน เพิ่มขึ้นประมาณ 2% แต่เดินทางผ่านบริษัททัวร์ลดลง โดยตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางกับบริษัททัวร์สมาชิกของแอตต้า ผ่านทางสนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินดอนเมือง ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค.-20 มิ.ย.2562 มีจำนวน 272,920 คน ลดลง 11.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ส่งผลให้ตอนนี้เกิดภาวะที่เรียกว่า ‘ทัวร์แตก’ ซึ่งมีทั้งต้องแตกไปทำธุรกิจอื่น แตกรูปแบบการทำทัวร์ใหม่ ส่วนบริษัททัวร์ที่ปรับตัวไม่ได้ต้องปิดบริษัทลง และลามไปถึงโรงแรมและร้านอาหารที่เปิดเพื่อรองรับแต่กรุ๊ปทัวร์ แต่

ปรับตัวไม่ได้ก็ต้องปิดตัวลงเช่นกัน

นายวิจิตกล่าวอีกว่า ตอนนี้ต้องปรับตัวเองถึงจะอยู่รอดได้ อย่างบริษัททัวร์ของตนจัดแผนกใหม่ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแบบเอฟไอที แผนกรองรับนักท่องเที่ยวนิชมาร์เก็ต แผนกรองรับการจัดประชุมบริษัทข้ามชาติ และการจัดนิทรรศการ (ไมซ์)

ในปี 2562 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในไทย 40.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มี 38.27 ล้านคน ขณะที่นักท่องเที่ยวจีนอยู่ที่ 11.5 ล้านคน แต่จากการแข็งค่าของเงินบาทมากที่สุดในภูมิภาคส่งผลต่อรายได้ของธุรกิจท่องเที่ยวลดลง

ด้านนายสุเมธ ดำรงชัยธรรม กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ภาพรวมธุรกิจตอนนี้โดนกดดันจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เงินบาทปรับตัวแข็งค่าในรอบ 6 ปี ซึ่งเป็นผลกระทบทั้งอุตสาหกรรม ส่งผลให้ต้องวางกลยุทธ์ในเชิงการตลาดอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดโปรโมชันราคาดึงดูดการเดินทาง

ตลาดยุโรปได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน เพราะเงินบาทแข็งค่าส่งผลให้ราคาตั๋วการบินไทยในยุโรปแพงขึ้น อย่างไรก็ตามเชื่อว่าเมื่อพ้นช่วงโลว์ซีซั่นประมาณ 2 เดือนข้างหน้า สถานการณ์ในภาพรวมจะกลับมาดีขึ้น