

9 จังหวัดภาคตะวันออกถือเป็นแหล่งรวมสถานที่ท่องเที่ยวเมืองหลัก และเมืองรองที่น่าสนใจยิ่งเห็นได้จากตัวเลขการเติบโตของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นในทุกปี แม้ในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัวทั่วโลก ยังมีตัวเลขเติบโตขึ้นเล็กน้อยโดยมีรายได้เฉลี่ยกว่า 1.3 แสนล้านบาทต่อปี ดังนั้นในปี 2563 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงตั้งเป้ารายได้จะเติบโตขึ้น 10% โดยโฟกัสให้ทุกฝ่ายเร่งแก้ปัญหาของลูกค้า (pain point) 3 เรื่องให้ได้



3 Pain Point จุดเที่ยวตะวันออก แนะทำจุดหลักเชื่อมจันทร์-ตราด-EEC

3 Pain Point จุดยอดท่องเที่ยว

นายวิบูลย์ นิมิตรวานิช ผู้อำนวยการภูมิภาคตะวันออก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดเผยถึงแผนทิศทางการส่งเสริมตลาดภายในประเทศ ภูมิภาคตะวันออก 9 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ ปี 2563 ว่าการประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวภาคตะวันออก ปี 2560-2561 ภาพรวมไม่ขยายตัวมากนัก มีผู้เยี่ยมเยือนจำนวน 31,854,120 คน เพิ่มขึ้น 5.14% นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ 58.5% มาจากกรุงเทพมหานครและภาคกลาง และภาคตะวันออก 22% ส่วนรายได้จำนวน 131,421.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.37% ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,313.52 ต่อคนต่อวัน เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.8% เนื่องจากปัญหาของลูกค้า (pain point) 3 เรื่อง คือ การรับรู้แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองต่ำ ท่องเที่ยวเฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์ และการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ในระดับต่ำ

แผนการตลาดภูมิภาคตะวันออก ปี 2563 ทุกตลาดต้องนำเสนอสินค้า

และบริการท่องเที่ยวในธีม More Food & Fun โดยมีโครงการหลัก (flagship) 12 โครงการ เพื่อตอบโจทย์นำไปสู่การแก้ปัญหา pain point ทั้ง 3 เรื่อง คือ การสร้างการรับรู้และเพิ่มความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง การกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา โดยเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม SMEs และกลุ่มองค์กร (corporate) เพื่อการพักผ่อนและสร้างแรงบันดาลใจ และการกระตุ้นการใช้จ่ายด้วยสินค้ามูลค่าสูงของภูมิภาค (food & fruit) และขยายวันพักด้วยกิจกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งการรับผิดชอบสิ่งแวดล้อม คาดว่าปี 2563 รายได้จากการท่องเที่ยวภูมิภาคตะวันออกจะเพิ่มขึ้น 10%

กองตลาดภาคตะวันออก มีแผนการตลาดนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งรวมกับภาคกลางเป็นตลาดหลัก 85% ด้วยธีม More Food & Fun มีกิจกรรมงาน Wonder Food & Fruit Festival 2020 กระตุ้นนักท่องเที่ยวให้เดินทาง ด้วยการนำเสนอสินค้า บริการแพ็คเกจอาหารผลไม้ภาคตะวันออก เดือนมีนาคม

2563 งาน Wonderful East เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นการเดินทางด้วยข้อมูลเนื้อหาพื้นที่เมืองรอง งาน Wonder Weekday สนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยววันธรรมดา และสร้างสรรค์งานเพิ่มมูลค่าสินค้า ด้วยอาหารทะเล

ผลไม้ มูลค่าสูงและที่พักระดับ hi-end ในพื้นที่ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด และกิจกรรม More Fun เพื่อขยายวันพักในพื้นที่ 9 จังหวัดภาคตะวันออก มี 12 โครงการเพื่อตอบโจทย์ปัญหาหลัก 3 ด้าน และกิจกรรมช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วงไตรมาสที่ 1 ไตรมาสที่ 3 ที่นักท่องเที่ยวลดลง กลุ่มเป้าหมายหลัก ๆ คือ millennial family silver age Gen Y กลุ่มผู้ประกอบการและกอล์ฟ ทั้งนี้ เพื่อขยายตลาดคนไทยทั่วทุกภูมิภาค ขยายฐานตลาดใหม่ ด้วยโอกาสการเข้าถึงง่าย โดยสนามบินอยู่ตะกั่วป่าพัฒนาเป็นสนามบินนานาชาติ และมีการลงทุนในแผนพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จะทำให้การเดินทางสะดวกทั้งทางรถยนต์และเครื่องบิน เชื่อมเมืองหลัก ระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา กับ

ประชาชาติ ธุรกิจ Prachachat Turakij Circulation: 120,000 Ad Rate: 1,350	Section: การตลาด/เศรษฐกิจภูมิภาค			คลิ๊ป: สีสี่
	วันที่: จันทร์ 7 - พุธ 9 ตุลาคม 2562			
	ปีที่: 42	ฉบับที่: 5190	หน้า: 18(ซ้าย)	
	Col.Inch: 87.64	Ad Value: 118,314	PRValue (x3): 354,942	
	หัวข้อข่าว: 3 Pain Point จุดเที่ยวตะวันออกแนะทำรูดหลักเชื่อมจันท-ตราด-EEC			

เมืองรอง จันทบุรี ตราด

“การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไม่ให้นักท่องเที่ยวกระจุกตัวมาเที่ยวในวันหยุดและฤดูกาลท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวไม่มาช่วงฤดูมรสุมหรือไตรมาส 1 และ 3 ห้วงว่าง 60-70% ใช้เป็นโอกาสเชื่อมโยงจากเกาะกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบนบก ซึ่งต้องสร้างการรับรู้ สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเรื่องราวเนื้อหาให้ชัดเจน เป้าหมายคือกลุ่มประชุมสัมมนา สตาร์ตอัพ เน้นการตลาด แพ็กเกจพิเศษให้เดินทางมาวันธรรมดา จัดทำโปรโมชั่นช่วงอาหารทะเลมีมาก รสชาติอร่อยและฤดูกาลผลไม้ เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว และกระตุ้นให้เกิดเส้นทางทุเรียนทั่วประเทศ เริ่มจากภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ แต่ละชุมชน ผู้ประกอบการต้องเข้มแข็งจากภายใน และต้องหาอัตลักษณ์ตัวเองให้ชัดเจน ททท. จะช่วยนำเสนอด้านการตลาด” นายวิบูลย์กล่าว

แนะทำรูดเชื่อมจันท-ตราด-EEC

ทางด้านนางวิยะดา ขวง นายกสมาคมธุรกิจ กล่าวว่า แผนพัฒนา EEC จะประสบความสำเร็จ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องมีรูดเชื่อมเมืองหลัก ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง กับจันทบุรี ตราด ด้วย และเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับกัมพูชา เวียดนาม ปี 2561-2562 นักท่องเที่ยวไทยเดินทางออกไปกัมพูชา 190,000 คน แต่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา 1 ล้านคน อนาคตจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ยุโรปเดินทางมาด้วยเรือสำราญและทางอากาศเพิ่มขึ้น ขณะนี้ตลาดอินบาวนด์จากกัมพูชาเป็นตลาดที่มาแรง และขึ้นชออาหารทะเล

ผลไม้จันทบุรี-ตราด อนาคตเกาะช้าง เกาะกูด เกาะหมาก และแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ต้องเตรียมตัวรองรับตลาดลักเซอรี่ รวมทั้งระบบขนส่งทั้งสนามบิน ระบบการขนส่งรถและเรือโดยสาร ส่งต่อนักท่องเที่ยวที่รวดเร็วสะดวกสบาย

ตราดรายได้โต 2 หมื่น ล.

ทางด้านนายอิฐฉัตร เสาวรส ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตราด กล่าวว่า ตราด ปี 2561 นักท่องเที่ยวรวม 2,178,704 คน ต่างชาติ 1,650,140 คน นักท่องเที่ยว 5 อันดับแรก คือ เยอรมัน รัสเซีย จีน อังกฤษ สวีเดน โดยจีนมีอัตราการเพิ่มสูงสุด 42.45% ชาวไทย 528,564 คน และมีอัตราเพิ่มขึ้น 4.11% รายได้ 19,295.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.31% แนวทางด้านการตลาด 3 ด้าน คือ ขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพอย่างสมดุล เพิ่มมูลค่าการใช้จ่าย และสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ประเทศไทยให้แตกต่างและประทับใจ ทิศทางการท่องเที่ยวจังหวัดตราด ปี 2563 จะตอกย้ำการส่งเสริมการขายสินค้าท่องเที่ยวหาดทราย ชายทะเล หมู่เกาะ พร้อมยกระดับภาพลักษณ์ด้วยเมนูอาหารและความหรูหรา ซึ่งใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น สร้างเรื่องราวให้น่าสนใจเพื่อเพิ่มมูลค่ารวมทั้งสินค้าเกษตรอย่างผลไม้ ควบคู่กับการทำกิจกรรม CSR กิจกรรมวิ่ง Ko Kut Run Fun Aroud แรลลี่เรือคายักร้อยรูไ้ ชิมไปทุกสวน ที่ตราดเริ่มฤดูกาลก่อน และกิจกรรมโรดโชว์ของภาคตะวันออก เป้าหมายเป็นกลุ่ม Gen Y ผู้ประกอบการ และผู้ชื่นชอบอาหารถิ่น และกลุ่มที่ชื่นชอบกิจกรรมกลางแจ้ง

“ตราดเป็นเมืองรองที่ทำรายได้สูงสุดอันดับ 2 ปี 2561 รายได้ 19,295.58 ล้านบาท และปี 2562 ช่วง 7 เดือน

(มกราคม-กรกฎาคม) มีรายได้ 12,482.39 ล้านบาท สูงสุดเป็นอันดับ 1 เติบโต 6.79% จำนวนนักท่องเที่ยว 1.36 ล้านคน ปีนี้จะเชื่อมโยงเส้นทางจันทบุรี-ตราดสามารถเดินทางได้ภายใน 1 ชั่วโมง เพราะจันทบุรีมีนักท่องเที่ยวไทยจำนวนมาก และเติบโตรวดเร็ว คาดว่าตราดช่วง 4-5 เดือนเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว ปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามามากอยู่แล้ว และมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศสูงถึง 24% ทำให้มีรายได้สูง จึงไม่ควรพึ่งตลาดแห่งเดียวที่น่าสนใจคือตลาดนักท่องเที่ยวจีนเติบโตสูงถึง 42% และหากเปิดท่องเที่ยวเรือยอชต์ เกาะช้างต้องสร้างการรับรู้ความเป็นลักเซอรี่ ต้องหาจุดแข็งว่าจะขายอะไรให้นักท่องเที่ยวกลุ่มไฮเอนด์ ซึ่งฝ่ายต่างประเทศของ ททท.จะทำตลาด”