



บินไทยชี้เส้นทางญี่ปุ่นยังฮิต ตัวเลขเติบโตทุกชั้นโดยสาร

“บินไทย” มั่นใจครึ่งปีหลัง ตลาดเส้นทางบินญี่ปุ่นยังเติบโตดี หลังเทรนด์นักท่องเที่ยวไทยกระจายตัวออกนอกเมืองหลักมากขึ้น ด้านบริษัททัวร์เอาต์บาวนด์ เผยเศรษฐกิจไทยซบเซา ลดกำลังซื้อทัวร์ญี่ปุ่นลดลงกว่า 60%

นายนิวัฒน์ชัย ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา ผู้จัดการบริการสนามบินนาริตะ ประเทศญี่ปุ่น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เปิดเผยถึงภาพรวมของผู้โดยสารในตลาดญี่ปุ่น ว่า ในช่วงครึ่งหลังปี 2560 นี้ คาดว่าผู้โดยสารที่เดินทางด้วยการบินไทยมายังสนามบินนาริตะจะยังเติบโต เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นจุดหมายที่คนไทยนิยมมาท่องเที่ยว ประกอบกับสนใจออกเดินทางไปยังนอกเมืองมากขึ้น

โดยในส่วนของการบินไทยนั้นมีจุดบินสู่ญี่ปุ่นมากถึง 6 จุดบิน รวม 10-11 เที่ยวบินต่อวัน นับเป็นทางเลือกหลากหลาย รองรับแนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

“หากไม่มีปัญหาเรื่องเศรษฐกิจ ไรศรระบาด หรือการเมือง คาดว่าแนวโน้มในอีก 5 เดือนที่เหลือของปีนี้ ปริมาณผู้โดยสารจะยังเติบโตดี เพราะนอกจากคนไทยยังนิยมเดินทางมาเที่ยวญี่ปุ่นแล้ว ชาวต่างชาติซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่นยังวางใจเดินทางกับการบินไทยด้วย”

ขณะที่ผลการดำเนินงานในช่วง 5 เดือนแรกที่ผ่านมา พบว่ามีผู้โดยสารและรายได้ในเส้นทางนาริตะเติบโตระดับ 1 หลัก เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นการเพิ่มขึ้นทั้งที่นี้ระดับ

ชั้นหนึ่ง ชั้นธุรกิจ และชั้นประหยัด

ด้านนายยุทธนากรรณ์ ดิษฐาพร ผู้จัดการ บริษัท เอิร์ธ ออ คอมเมิร์ซ จำกัด ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ (เอาต์บาวนด์) กล่าวว่า ในช่วงครึ่งแรกของปีนี้ ยอดนักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปญี่ปุ่นผ่านบริษัทนำเที่ยวลดลงมากถึง 60% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ทั้งนี้ เป็นผลจากปัญหาเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อโดยตรง ประกอบกับคนไทยเองมีพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น เพราะญี่ปุ่นเป็นจุดหมายที่เดินทางเองได้อย่างสะดวกสบาย และยังสามารถคุมค่าใช้จ่ายได้เอง

บริษัทจึงปรับแผนสร้างความแตกต่างด้วยการออกแบบโปรแกรมทัวร์นำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเจาะนักท่องเที่ยวกลุ่มไฮเอนด์เป็นหลัก และเชื่อมโยงกับกลุ่มชุมชนหมู่บ้านญี่ปุ่นที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมและให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำกิจกรรมแปลกใหม่ โดยราคาทัวร์ของบริษัทเฉลี่ยเริ่มต้นอยู่ที่ราว 6 หมื่นบาท สำหรับการเดินทางระยะเวลา 4 คืน 5 วันในเมืองฮอกไกโด

“บริษัทไม่เลือกใช้กลยุทธ์ปรับลดราคาแพ็คเกจทัวร์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะต้องดูเรื่องต้นทุนด้วย โดยขณะนี้ต้นทุนราคารถเช่าและโรงแรมในญี่ปุ่นปรับขึ้นค่อนข้างสูงมาก ทำให้ต้นทุนบริษัทนำเที่ยวมากขึ้นตามไปด้วย” นายยุทธนากรรณ์กล่าว