

# CPNลุยโลคอลทัวร์ชิมสิ้นปี ททท.ชงบอร์ดตั้งบริษัทดิจิทัล

**ผู้จัดการรายวัน360°** - ท่องเที่ยวประเทศไทย เริ่มสดใส ททท.เตรียมเสนอ บอร์ด ททท.ตั้ง บริษัทลูกด้านดิจิทัล พร้อมเป้าป็นนี้ รายได้ท่องเที่ยวรวม 1.5 ล้านล้านบาทแน่นอน ล่าสุดผึก เอกชนจัดแคมเปญใหญ่กระตุ้นเต็มที่ ด้านซีพี เอ็น เตรียมนำร่องโครงการ โลคอล ทัวร์ชิม 3 ศูนย์ฯใน 3 จังหวัดท่องเที่ยว

นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า ในสัปดาห์หน้า จะเสนอโครงการจัดตั้งบริษัทลูกเพื่อดำเนินการ ทราเวลฟอร์มเมชัน ดิจิทัล ของการท่องเที่ยว เข้าสู่การประชุมของคณะกรรมการของ ททท.ให้ พิจารณารายละเอียด ซึ่งบริษัทนี้จะดำเนินการ บริหารจัดการ การท่องเที่ยวของไทยให้เข้าสู่ยุค ดิจิทัล ที่มีความพร้อมในการแข่งขันกับการท่องเที่ยว ประเทศอื่นๆและสอดคล้องกับโลกยุคใหม่ ด้วย ซึ่งจากนี้จะเน้นไปที่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีการใช้จ่ายที่มาก และมีการพำนักที่นานขึ้น มากกว่าการเน้นไปที่ปริมาณนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้คาดว่าสิ้นปี2565นี้จะมีตัวเลขของคนไทยเที่ยวไทย ประมาณ 160 ล้านคนครั้ง และมีปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 10 ล้านคน สร้างรายได้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวม 1.5 ล้านล้านบาท ซึ่งถือเป็นปริมาณรายได้ที่กลับฟื้นคืนมาแล้ว 50% ของรายได้ที่เกิดขึ้นในปี 2562 ก่อนเกิดโควิด ส่วนปีหน้าตั้งเป้าหมายไว้ที่ คนไทยเที่ยวไทยประมาณ 180 ล้านคนครั้งและมีปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ 25 ล้านคน สร้างรายได้รวม 2.4 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็น 80% ของรายได้ช่วงปี 2562 ซึ่งช่วงนั้นมีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 39 ล้านคน

ล่าสุดได้ร่วมมือกับทาง ซีพีเอ็น และพันธมิตร จัดแคมเปญ“The Great Collaboration for Thailand's Tourism Ecosystem” รองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลักดันรายได้ของประเทศที่ตั้งเป้าไว้กว่า 800,000 ล้านบาท พร้อมกลยุทธ์ศูนย์การค้าเป็น Cross-Region Platform กระตุ้นท่องเที่ยวเมืองหลักเมืองรอง-กระจายรายได้ พร้อมอัดโปรโมชั่นดึงดูด และกระตุ้นการใช้จ่ายทัวร์สต์ทั้งในและนอกประเทศ ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล 37 สาขาทั่วประเทศ

โดยมีพันธมิตร ได้แก่ TCEB, ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล, ท็อปส์ มาร์เก็ต, ท็อปส์ ออนไลน์, เซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์, โรงแรมและรีสอร์ทในเครือ CENTARA, โรงแรม Siam Kempinski, สาย

การบินบางกอกแอร์เวย์, คริสตัล และพีลาโก้ โดยสายการบินสิงคโปร์แอร์ไลน์, สายการบินไทย, สายการบินไทยสมายล์, สายการบินเวียดนามแอร์, สถาบันการเงิน บัตรเครดิต และ Payment ออนไลน์แพลตฟอร์ม Alipay, JCB, Mastercard, UnionPay, WeChat Pay เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ TRUE Corporation และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซการท่องเที่ยว KLOOK ล่าสุด กรุงเทพมหานคร ได้รับการคัดเลือกเป็นอันดับ 1 ในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวยอดนิยมของโลกประจำปี 2565 จากรางวัล Asia's Best Awards 2022 อันเป็นผลจากการที่สถานการณ์ต่างๆ ในประเทศเริ่มกลับสู่สภาวะปกติ การผ่อนคลายมาตรการต่าง ๆ รวมถึงการเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบส่งผลให้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโรงแรม โรงแรม สายการบิน และพันธมิตรจากทุกแขนงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยที่ล้วนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การบูรณาการความร่วมมือของภาคเอกชน ที่ช่วยติด Booster ให้ก้าวสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และผลักดันการท่องเที่ยวไทยสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน และพลิกฟื้นเศรษฐกิจประเทศให้กลับคืนมาอีกครั้ง

ดร. ณัฐกิตติ์ ตั้งพูลสินธนา ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานการตลาด บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ในไตรมาสที่สี่ปี2565นี้ ซีพีเอ็นจะเริ่มโครงการ โลคอล ทัวร์ชิม ที่ใช้ศูนย์การค้าของบริษัทที่มีอยู่กว่า 37 โครงการทั่วประเทศเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดนั้นๆ เพื่อปลุกธุรกิจท่องเที่ยว โดยจะเริ่มที่ 3 จังหวัดใน 3 แห่งก่อนคือ ที่ เซ็นทรัลอยุธยา เซ็นทรัลจันทบุรี และเซ็นทรัลนครศรีธรรมราช ส่วนปีหน้าจะทยอยเริ่มในจังหวัดอื่นๆต่อไป

“ปัจจุบัน เรากำลังเดินทางสู่ช่วง Post-COVID Situation ผู้คนเริ่มกลับมาเดินทางท่องเที่ยว ในหลายประเทศมีการผ่อนคลายมาตรการการเดินทางระหว่างประเทศ โดยอัตราตัวเลข ทราฟฟิกศูนย์การค้าเซ็นทรัล กลับมาเกือบ 100% ทั่วประเทศ สำหรับทัวร์สต์มอลล์ ในกรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา ฯลฯ มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และธุรกิจโรงแรม ศูนย์อาหารก็ฟื้นตัวดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด มั่นใจยอดนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยจะเป็นไปตามเป้าที่ททท.วางไว้ที่ 10 ล้านคนในปี 2565 โดยตัวเลขนัก

ท่องเที่ยวเดินทางเข้าไทยล่าสุดถึงเดือนสิงหาคม มีจำนวนมากถึง 3.78 ล้านคน สร้างรายได้เข้าประเทศถึง 176,000 ล้านบาท สำหรับ Top 3 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไทยมากที่สุด ได้แก่ มาเลเซีย อินเดีย และสิงคโปร์ ตามลำดับ สำหรับภาพใหญ่ของการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ให้มาประเทศไทย เราได้วางกลยุทธ์ที่ชัดเจนเพื่อผลักดันให้ไทยเป็น Global Preferred Destination ด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 Stimulate Spending & Spread income ชูบทบาทศูนย์การค้าเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยง Retail & Tourism Ecosystem เข้าด้วยกัน โดยมี 19 สาขา อยู่ใน 15 จังหวัดท่องเที่ยวทั้งเมืองหลักและเมืองรองที่เราจะทำเช่น การจัดงานโปรโมทการท่องเที่ยว, งาน Hotel Fair, OTOP Market, โปรแกรมท่องเที่ยวชุมชนได้ทั่วประเทศแบบ Cross-Region เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 2 Springboard Rising Cities : ขยายโครงการต่อเนื่อง บันเมือง Rising Cities โปรโมตเมืองรอง จับคู่กับเมืองหลัก เช่น กรุงเทพฯ-ไปอยุธยา-สุโขทัย, เชียงใหม่-ไปลำพูน-ลำปาง, ภูเก็ต-ไปกระบี่ เป็นต้น พร้อมชูจุดแข็งโครงการเซ็นทรัลที่เป็น Fully-Integrated Mixed-Use Development ครบวงจรทั้งศูนย์การค้า, โรงแรม, คอนโดมิเนียม, คอนเวนชันฮอลล์, ออฟฟิศ

กลยุทธ์ที่ 3 Spotlight on Global Shopping Destination : ผลักดันกรุงเทพฯ และภูเก็ตเป็นเมือง ชอปปิงระดับโลก พัฒนา shopping destination หลากหลายฟอร์มเมตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกประเภท เช่น เซ็นทรัล วิลเลจ ลักซูรี เอต์เล็ด แห่งแรกของไทย, เซ็นทรัล ภูเก็ต ลักซูรี มอลล์ แห่งเดียวในเมืองท่องเที่ยวระดับโลกของไทย, เซ็นทรัลเวิลด์-ไลฟ์สไตล์เดสติเนชันแลนด์มาร์กจุดเช็กอินของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่สร้างปรากฏการณ์ระดับโลกต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และ Tourist Malls ในจังหวัดท่องเที่ยวทั่วประเทศมากกว่า 15 สาขา อาทิ เซ็นทรัลอยุธยา, เซ็นทรัล พัทยา, เซ็นทรัล เชียงใหม่, เซ็นทรัล สมุย เป็นต้น

โดยในทุกศูนย์การค้าของเรา เราส่งเสริมการจัด Festive events ยิ่งใหญ่ระดับประเทศ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้าง Reason to visit นอกจากนี้ เรายังมีจุดบริการ Full Service Downtown VAT Refund ณ ศูนย์การค้า