

สรุปแผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2551

กรอบแนวคิดของแผนการตลาดการท่องเที่ยว

แผนการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปี 2551 ดำเนินการภายใต้กรอบนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ ดังนี้

- 1) **กรอบนโยบายรัฐบาล** ซึ่งต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ
- 2) **กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท.** ซึ่งได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทของการท่องเที่ยวเพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต ของประชาชนทั่วทุกภูมิภาค เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้ความเข้มแข็งของ Brand ประเทศไทย และจะต้องสร้างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม ภายใต้จิตสำนึกของการรักษาสิ่งแวดล้อม และความภูมิใจในชาติ
- 3) **กรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ของ ททท.** คือ มุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

เป้าหมายตำแหน่งทางการตลาด

ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น...

“แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่หลากหลาย ให้ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า และประทับใจ”

เป้าหมายทางการตลาด

- ตลาดต่างประเทศ สร้างรายได้จำนวน 600,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10
- ตลาดในประเทศ สร้างเงินตราหมุนเวียนภายในประเทศ 385,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2

กลุ่มเป้าหมาย

ตลาดต่างประเทศ เน้นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป และเอเชียตะวันออก ซึ่งเป็นตลาดหลัก (Key Markets) ในการสร้างรายได้ให้ประเทศไทย และมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด รวมทั้งรุกตลาดใหม่ (Emerging Markets) คือ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย รัสเซีย กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก และตะวันออกกลาง ซึ่งแม้ว่าตลาดเหล่านี้จะมีฐานตลาดขนาดเล็ก แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูงมาก



สินค้าทางการท่องเที่ยว

เพื่อสนับสนุนการสร้างความเข้มแข็งให้กับ Brand “Amazing Thailand” ที่ ททท. ต้องการจะต่อยอด และสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง การนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวสู่ตลาดโลก ในปีนี้ จึงนำเสนอ ในลักษณะรวมกลุ่มของสินค้า และสร้าง Theme ให้กับแต่ละกลุ่ม เพื่อสื่อถึงประสบการณ์ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยว จะได้รับ และเกิดความ “Amazing” ต่อประเทศไทย จากจุดแข็งของสินค้าที่มีอย่างหลากหลาย โดย ททท. จะ นำเสนอจุดแข็งของสินค้าประเทศไทยเป็น 7 กลุ่ม หรือ 7 แนวทางที่จะสร้างความสุขให้กับนักท่องเที่ยวในปี 2551

7 Amazing Products : 7 แนวทางสร้างความสุข

1. วิถีไทย “หัวใจแผ่นดิน” (The World’s Friendliness Culture) สื่อถึงความเป็นตัวตนของคนไทย วิถีชีวิตที่เป็นรากเหง้า ที่มีความเรียบง่าย สงบ เป็นเสน่ห์ของไทย และทำให้ประเทศไทยมีความต่างที่เหนือชั้น กว่าคู่แข่งอื่นๆ กลุ่มของสินค้าที่ ททท. จะนำเสนอเพื่อสะท้อนแนวคิด ก็เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาหารไทย เทศกาลประเพณี และแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตต่างๆ เช่น รำไทย มวยไทย แกะสลักผัก ผลไม้ ดำนา ทำนา

2. มรดกแห่งแผ่นดิน (Land of Heritage and History) นำเสนอกลุ่มสินค้าด้านวัฒนธรรมไทย ที่ สร้างความภูมิใจในความเป็นชาติและพร้อมที่จะอวดสู่สายตาชาวโลก กลุ่มสินค้าเหล่านี้ เช่น สถานที่ซึ่งเป็น มรดกโลก แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ต่างๆ

3. หลากหลายทะเลไทย (Sun Surf and Serenity) ความแตกต่างที่หลากหลายของทะเลไทย สามารถสร้างความสุข และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ เช่น พักผ่อน หัวหิน ภูเก็ต กระบี่ สมุย

4. ชีวิตร่วมสมัย ความสุขใจที่แตกต่าง (Your Senses with Unique Trends) นำเสนอกลุ่มสินค้า บริการที่สอดคล้องตามกระแสนิยม หรือ In Trend ซึ่งเป็นจุดขายด้วยรูปแบบที่ทันสมัย แปลกตาในแนว Chic, Hip, Modern ทั้งร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง บูติกไฮเอนด์ เช่น อินดิโก้เฟิร์ล พาววิลเลียนสมุย ซีร็อคโค เวอร์ติโก้ ฯลฯ

5. รักษ์ ห่วงใย ใส่ใจธรรมชาติ (The Beauty of Natural Wonders) สร้างความตระหนักในคุณค่า ของสิ่งแวดล้อม ด้วยรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ Green Tourism การท่องเที่ยวแบบประหยัดพลังงาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวยอมรับประเทศไทยในฐานะผู้ที่ห่วงใยธรรมชาติ และเกิดความเข้าใจคุณค่าของการเป็นผู้ ห่วงใยสิ่งแวดล้อม เช่น เขื่อนภูมิพล จักรยานเสือภูเขานานาชาติ ดำน้ำเก็บขยะ ปลูกปะการังได้นำ พังงาสวย ด้วยมือเรา ผจญภัยหัวใจสีเขียว เยาวชนรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เป็นต้น



6. **สุขภาพนิยม (The Beauty of Wellness and Wellbeing)** ให้ความสำคัญต่อสุขภาพทางกาย และทางใจ เช่น สปา สมาธิ การแพทย์ที่ทันสมัย

7. **เทศกาลความสุข สีสันสรรหา (The Land of Year Round Festivities)** กิจกรรมท่องเที่ยวที่ ควบคู่ไปกับความสนุกสนาน รื่นเริง และความบันเทิง โดยนำเอางานเทศกาลระดับโลกและระดับนานาชาติ ต่างๆ เป็นตัวดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และสื่อมวลชนต่างชาติ เช่น กอล์ฟจอห์นนี่ วอล์คเกอร์ คลาสสิก กอล์ฟฟรอยด์ โทรพี ภูเก็ตรีกัตต้า เป็นต้น

กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

- สร้างความเข้มแข็งให้แบรนด์ “ประเทศไทย”
- ขยายตลาดกลุ่มคุณภาพ
- รักษาส่วนแบ่งทางการตลาด
- เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางการดำเนินงานตลาดต่างประเทศ

เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น และยกระดับประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การดำเนินงานตลาดต่างประเทศ จึงเน้น “การส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ มุ่งเน้นรายได้มากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว” โดยจะขยายตลาดไปสู่กลุ่มคุณภาพ (กลุ่มตลาดระดับบน กลุ่มครอบครัว ผู้สูงอายุ MICE Niche Market ฯลฯ) ควบคู่กับการรักษาฐานตลาด Leisure ด้วยการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หรือ จัดรูปแบบสินค้าใหม่ที่น่าสนใจในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบมีเรื่องราว (Thematic Travel) โดยเฉพาะ การเสนอขายสินค้า 7 แนวทางสร้างความสุข (7 Amazing Products) ซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศไทย ภายใต้แคมเปญ “*Amazing Thailand*” ซึ่งจะเป็นการต่อยอดภาพลักษณ์ความเป็น Amazing ของไทยให้รู้จักอย่างกว้างขวางในตลาดโลก และจะช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้แบรนด์ประเทศไทยต่อไป

ทั้งนี้ ในด้านเทคนิคการตลาด จะประยุกต์ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ร่วมสมัย (E-Marketing) ในการทำตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมตลาดในปัจจุบัน และขยายการเข้าถึงนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง รวมถึงการเพิ่มจุดเด่นให้กับการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) เป็นจุดดึงดูด และสร้างความน่าเชื่อถือในลักษณะของ Testimonial จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนไทยแล้ว ซึ่งจะเป็นสื่อบุคคลในการบอกเล่าจากปากต่อปาก (Word of Mouth) ควบคู่ไปกับการทำตลาดในลักษณะดั้งเดิม (Traditional) เช่น การเข้าร่วมงาน Trade Show การจัด Road Show เข้าสู่พื้นที่ตลาดใหม่ การจัดรายการชิงรางวัลต่างๆ เป็นต้น โดยจะผสมผสานความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร อาทิ ร้านอาหาร สายการบิน บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ เพื่อส่งเสริมตลาดร่วมกันอย่างเข้มแข็ง

กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดในประเทศ

- วัฒนธรรมทำให้เกิดการรู้ค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้
- สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต
- สร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่
- ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงในภูมิภาคและระหว่างภูมิภาค

แนวทางดำเนินงานด้านตลาดในประเทศ

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและพฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้ง การน้อมรับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การดำเนินงานด้านตลาดในประเทศ จึงให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุล ใน 2 มิติ คือ

- 1) **มิติทางสังคม** เน้นการให้ความสำคัญกับการรณรงค์ให้เกิดกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ภายใต้แคมเปญ **“เก็บเมืองไทยให้สวยงาม”** รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้สำหรับคนไทย โดยเฉพาะเยาวชน เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความรัก และหวงแหนในทรัพยากรของชาติ
- 2) **มิติทางเศรษฐกิจ** มุ่งกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศไปสู่พื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ โดยสร้างกระแสการเดินทางตลอดทั้งปี และให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ภายใต้แคมเปญ **“เที่ยวไทยให้สนุก...เติมความสุขให้ชีวิต”** ด้วยโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ สำหรับทั้งตลาดทั่วไป และตลาดเฉพาะกลุ่ม