

FAQ

FOCUSED AND QUICK

ISSUE 89

June 19, 2014

ปรับเชิงรุก ปลูกเชิงรับ จับกระแสนักท่องเที่ยวจีน

ก้องภพ ภู่วรรณ

บทความนี้เป็นทรัพย์สินของธนาคารแห่งประเทศไทย
การกล่าว คัด หรืออ้างอิง ข้อมูลบางส่วนตามสมควรในบทความนี้
จะต้องกระทำโดยถูกต้อง และอ้างอิงถึงผู้เขียนและธนาคารแห่งประเทศไทย โดยชัดเจน

ข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความนี้เป็นความเห็นของผู้เขียน
ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความเห็นของธนาคารแห่งประเทศไทย



* Source: [China Tourist] n.d. [image online] Available:
<http://www.sn.xinhuanet.com/2013-12/27/c_118741946_11.htm>

นักท่องเที่ยวจีนมีความสำคัญต่อ
การท่องเที่ยวของไทยอย่างไร?
อะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยว
จีนเดินทางมาไทยมาก?
ภาครัฐและเอกชนของไทยจะ
ปรับตัว และปรับกลยุทธ์รองรับ
นักท่องเที่ยวจีนอย่างเหมาะสมได้อย่างไร?

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญของภาคบริการและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ในอดีตนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น ถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญของไทย แต่หลังจากประเทศเหล่านี้ประสบปัญหาเศรษฐกิจ การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยก็ชะลอลง อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจากจีน มาเลเซีย และรัสเซีย กลับเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้นสูงสุดเกือบเท่าตัว แม้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนจะมีภาพลักษณ์ไม่สูงเท่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรป แต่ก็มีค่าใช้จ่ายสูงมากประเทศหนึ่งในบรรดานักท่องเที่ยวทั่วโลก ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและภาครัฐของไทยจึงไม่ควรละเลย ควรปรับตัวควบคู่กับการช่วยสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวจีน ปรับกลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน และควบคุมมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวที่ดี ซึ่งจะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวของไทยให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

บทนำ

ในช่วงปีกว่าๆ นี้ ไม่ว่าจะเดินทางไปสถานที่ไหน จะพบเห็นนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ เป็นต้น ขณะที่นักท่องเที่ยวจากยุโรปและอเมริกา กลับเพิ่มขึ้นไม่มากเหมือนในอดีต การที่นักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้าไทยจำนวนมากนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่เศรษฐกิจจีนเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและยาวนาน แม้ว่าชะลอตัวบ้างในระยะหลัง แต่เศรษฐกิจจีนที่ขยายตัวสูงมากกว่าร้อยละ 7 ต่อปี ทำให้รายได้ของคนจีนดีขึ้นตามลำดับ กลุ่มนักท่องเที่ยว

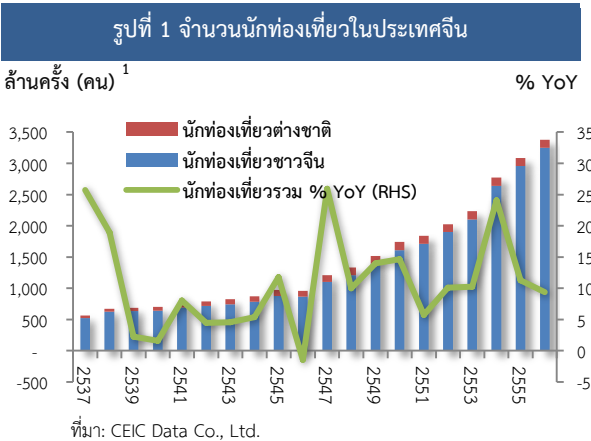
จากจีนจึงกลายเป็นกำลังซื้อสำคัญของตลาดท่องเที่ยวทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย

1. สถานะปัจจุบันของการท่องเที่ยวจีน

การท่องเที่ยวภายในจีนแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ 1) ชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจีน 2) ชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจีน และ 3) ชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

ในช่วงปี 2546-2556 ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.2 โดย

ชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 12.9 และชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 (รูปที่ 1) ขณะที่ชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 17.8



ชาวจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวซึ่งมีหลายช่วง เช่น เทศกาลตรุษจีน (ปลายเดือนมกราคมถึงต้นกุมภาพันธ์) ช่วงวันแรงงาน (ต้นเดือนพฤษภาคม) และช่วงวันชาติจีน (ต้นเดือนตุลาคม) เป็นต้น โดยปกติวันหยุดของจีนจะมีระยะเวลา 1-5 วัน แต่รัฐบาลจีนอยากให้ชาวจีนมีวันหยุดต่อเนื่องเพื่อการเดินทางและท่องเที่ยว จึงเพิ่มวันหยุดต่อเนื่องให้ยาวนานขึ้น (ตารางที่ 1) แต่จะต้องทำงานชดเชยในเสาร์อาทิตย์อื่นๆ บ้าง

ตารางที่ 1 เทศกาลสำคัญของจีนที่มีวันหยุดยาวในรอบปี

เทศกาล	ช่วงเวลา	ระยะเวลา (วัน)
วันขึ้นปีใหม่	ต้น ม.ค.	3
ตรุษจีน	ปลาย ม.ค. – ต้น ก.พ.	7
วันเซ็งเม้ง	ต้น เม.ย.	3
วันแรงงาน	ปลาย เม.ย. – พ.ค.	3
เทศกาลเรือมังกร	ต้น มิ.ย.	3
ไหว้พระจันทร์	กลาง ก.ย.	3
วันชาติจีน	1-7 ต.ค.	7
รวม		29

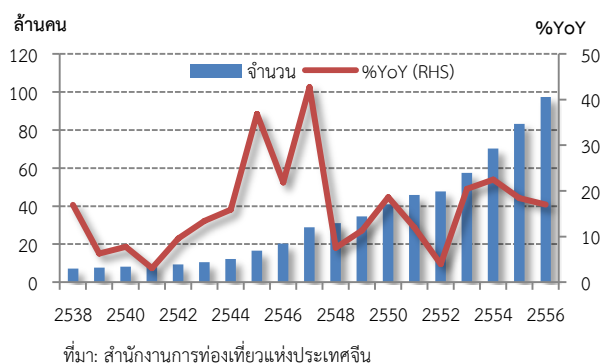
ที่มา: สำนักงานรัฐบาลจีน

¹ การจัดเก็บสถิติการเดินทางท่องเที่ยวของทางการจีน จัดเก็บเป็นจำนวนครั้งที่มีการเดินทางในรอบปี ตามปกติชาวจีนจะเดินทางท่องเที่ยวหลายครั้งในรอบปี

การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวจีนในช่วงก่อนปี 2545 นักท่องเที่ยวจีนเดินทางออกนอกประเทศน้อยมาก ปีละไม่ถึง 2 ล้านคน เพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพียงร้อยละ 10.4 ต่อปี เนื่องจากการขอหนังสือเดินทางออกนอกประเทศจีนค่อนข้างยุ่งยาก อย่างไรก็ตาม วันที่ 11 พฤศจิกายน 2544 จีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ทำให้ต้องปฏิบัติตามข้อผูกพันด้านต่างๆ รวมทั้งด้านการท่องเที่ยว และปี 2545 ทางการจีนได้ประกาศใช้ "ระเบียบบริหารด้านการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของประชาชนจีน" ซึ่งช่วยลดข้อจำกัดและลดขั้นตอนต่างๆ ในการทำหนังสือเดินทาง การเดินทางออกนอกประเทศเพื่อการท่องเที่ยวจึงมีความสะดวกมากขึ้น ส่งผลให้ชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศเพิ่มขึ้นตามลำดับ

หลังการผ่อนคลายให้ชาวจีนเดินทางไปต่างประเทศได้เสรีมากขึ้น ทำให้ชาวจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นมาก ในปี 2545 ชาวจีนท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 36.8 เป็น 16.6 ล้านคน ทั้งนี้ในช่วงปี 2553-2555 นักท่องเที่ยวจีนเริ่มเดินทางไปต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยถึงร้อยละ 20.4 และล่าสุดในปี 2556 นักท่องเที่ยวจีนยังคงเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.0 เป็น 97.3 ล้านคน (รูปที่ 2)

รูปที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศ

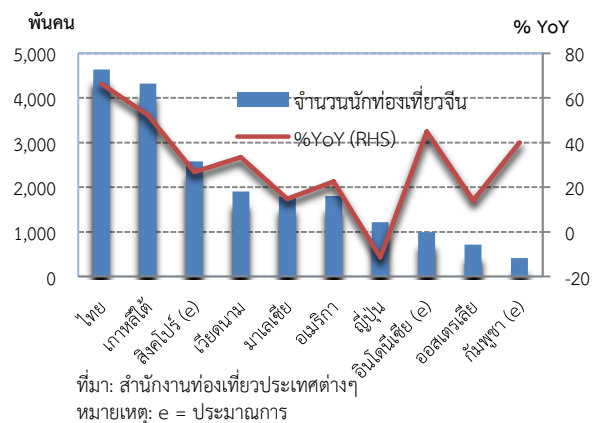


BOX : การผ่อนคลายและการออกมาตรการของจีนต่อการเดินทางไปต่างประเทศ	
ปี	การผ่อนคลาย/การออกมาตรการ
พ.ย. 2526	ทางการจีนอนุญาตให้ชาวจีนเดินทางไปฮ่องกงและมาเก๊า เพื่อให้ชาวจีนที่มีญาติในฮ่องกงและมาเก๊าสามารถเดินทางเยี่ยมญาติได้ และอนุมัติให้บริษัทการท่องเที่ยวของมณฑลกว่างตุ้ง จัด "ทัวร์ฮ่องกงเพื่อเยี่ยมญาติ" นำร่องเป็นครั้งแรก
2527	ทางการจีนอนุมัติบริษัทท่องเที่ยว 3 แห่ง เปิดบริการจัดทัวร์ไปฮ่องกง มาเก๊า และได้หวัน
ต.ค. 2533	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ออกระเบียบ "การเดินทางเยือนประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 3 ประเทศ" เพื่ออนุญาตให้ชาวจีนสามารถเดินทางเยือน สิงคโปร์ มาเลเซีย และไทย และอนุญาตให้บริษัทนำเที่ยว 7 แห่งจัดทัวร์ต่างประเทศได้
ต.ค. 2535	ทางการจีนอนุมัติชาวจีนเดินทางไปฟิลิปปินส์ และอนุญาตให้บริษัทนำเที่ยวอีก 9 แห่ง ให้บริการท่องเที่ยวต่างประเทศได้
เม.ย. 2536	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานตำรวจแห่งชาติจีน ออกระเบียบการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อบังคับใช้ตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด
ก.ค. 2540	รัฐบาลจีนอนุมัติให้ สำนักงานการท่องเที่ยวจีน และสำนักงานตำรวจแห่งชาติจีน ออกระเบียบเฉพาะกาล "ชาวจีนสามารถเดินทางไปต่างประเทศด้วยตนเอง" เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวในต่างประเทศ ภายใต้ระเบียบนี้ได้อนุญาตให้ชาวจีนสามารถเดินทางไปเกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น ได้เพิ่มเติมจากเดิม และอนุมัติบริษัทนำเที่ยวเพิ่มเติม 67 บริษัท
เม.ย. 2541	ทางการจีนอนุมัติให้ขยายการเดินทางท่องเที่ยวไปฮ่องกง มาเก๊า จากทัวร์เยี่ยมญาติ เป็นทัวร์ตามปกติ
ต.ค. 2543	ทางการจีนอนุญาตให้ชาวจีนสามารถเดินทางไปกัมพูชา เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว บรูไน และเนปาล ได้ด้วยตนเอง ทำให้ชาวจีนสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่างๆ เพิ่มขึ้นเป็น 15 ประเทศ
2545	ทางการจีนออก "ระเบียบวิธีบริหารจัดการท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวจีน" ทำให้ช่วยลดข้อจำกัดในการเดินทางไปต่างประเทศ มีความสะดวกมากขึ้น เป็นขั้นตอนในการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศที่สำคัญ
2551	การท่องเที่ยวต่างประเทศของจีน ได้รับผลกระทบจากปัจจัยเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศ ทำให้การเดินทางไปต่างประเทศขยายตัวต่ำ อย่างไรก็ตาม ตลาดท่องเที่ยวโดยรวมยังมีเสถียรภาพ

เม.ย. 2554	สำนักงานวิจัยการท่องเที่ยวจีน ประกาศให้ชาวจีนสามารถเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง ไปยังประเทศต่างๆ ได้ 140 ประเทศ
ก.ย. 2556	สำนักงานการท่องเที่ยวจีน ออก "คู่มือการเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีอารยธรรม" เพื่อให้นักท่องเที่ยวจีนได้ตระหนักถึงระเบียบขนบธรรมเนียม ประเพณี และพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติทั้งในประเทศและต่างประเทศ
ต.ค. 2556	ทางการจีนเริ่มบังคับใช้ "กฎหมายการท่องเที่ยว" เพื่อคุ้มครองนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่ให้บริษัททัวร์บังคับนักท่องเที่ยวซื้อสินค้า
ที่มา: http://xxw3441.blog.163.com/blog/static/7538362420120279320259/	

ประเทศที่นักท่องเที่ยวจีนเลือกเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด (ไม่นับรวมฮ่องกง มาเก๊า และได้หวัน) ในปี 2556 คือ ไทย รองลงมา ได้แก่ เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ ตามลำดับ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจีนยังเดินทางมาไทยมีอัตราเพิ่มมากที่สุด ในปี 2556 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 66.4 เป็น 4.6 ล้านคน รองลงมาคือ เกาหลีใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 52.5 เป็น 4.3 ล้านคน ขณะที่นักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปญี่ปุ่นลดลงมากถึงร้อยละ 11.3 เหลือ 1.2 ล้านคน (รูปที่ 3) เนื่องจากได้รับผลกระทบจากกรณีพิพาทเกาเซินกวก (เกาเซินเตียวหุย) ทำให้ส่วนหนึ่งเปลี่ยนเส้นทางท่องเที่ยวไปประเทศอื่นแทน แม้ชาวจีนจะเดินทางไปต่างประเทศเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 17 แต่ปัจจัยต่างๆ เอื้ออำนวยให้ชาวจีนเดินทางมาไทยเพิ่มขึ้นมากที่สุด ถึงเกือบเท่าตัว

รูปที่ 3 นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศ ปี 2556



2. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัว ส่งผลให้ในปี 2556 นักท่องเที่ยวเกือบทุกประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเพิ่มขึ้น โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 18.8 เป็น 26.5 ล้านคนที่ขยายตัวสูงมากได้แก่นักท่องเที่ยวจากจีนและรัสเซีย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน เดินทางมาไทยเพิ่มขึ้นมาก ในปี 2556 มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 17.5 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด (ตารางที่ 2) และขยายตัวสูงมาก ทั้งที่สถิตินักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปประเทศต่างๆ เพิ่มขึ้นไม่มากนัก

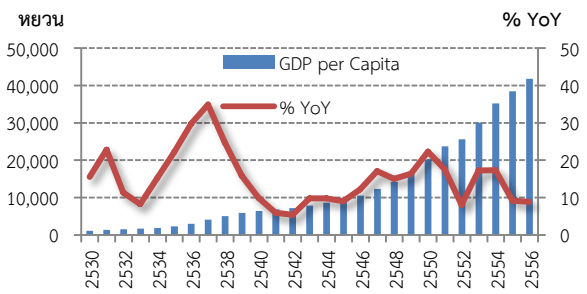
ประเทศ	2555	2556	% YoY	สัดส่วน
จีน	2,787	4,637	66.4	17.5
มาเลเซีย	2,554	3,041	19.1	11.5
รัสเซีย	1,317	1,747	32.7	6.6
ญี่ปุ่น	1,373	1,536	11.8	5.8
เกาหลีใต้	1,164	1,295	11.3	4.9
อินเดีย	1,013	1,051	3.7	4.0
ลาว	976	977	0.1	3.7
สิงคโปร์	831	955	15.0	3.6
สหราชอาณาจักร	873	905	3.7	3.4
ออสเตรเลีย	930	900	-3.2	3.4
สหรัฐอเมริกา	769	823	7.1	3.1
อื่นๆ	7,767	8,680	11.8	32.7
รวม	22,354	26,547	18.8	100.0

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ไทย)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้นักท่องเที่ยวจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวในไทยมาก มีดังนี้

2.1 รายได้ของคนจีนสูงขึ้นมาก จากเศรษฐกิจจีนที่ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง โดย GDP ปี 2556 ขยายตัวร้อยละ 7.7 แม้ว่าจะไม่สูงมากนัก แต่ก็อยู่ในเป้าหมายที่ทางการจีนตั้งไว้ ทำให้รายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนจีนยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ปี 2556 รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8 เป็น 41,804.7 หยวน/ปี (รูปที่ 4) ส่งผลให้ชาวจีนมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น

รูปที่ 4 รายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนจีน



ที่มา: CEIC Data

2.2 แนวโน้มค่าเงินหยวนที่แข็งค่าขึ้นในช่วงที่ผ่านมา มีส่วนช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปต่างประเทศรวมทั้งมาไทยมากขึ้น (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ค่าเงินหยวนเท่ากับ 6.0969 หยวน/ดอลลาร์ สรอ. หรือ 5.3168 บาท/หยวน แข็งค่าขึ้นจากต้นปีร้อยละ 3.0 และร้อยละ 6.9 ตามลำดับ) นอกจากนี้ จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และราคาสินค้าทั่วไปในไทยยังต่ำกว่าราคาสินค้าในประเทศจีนประมาณร้อยละ 10-20 ส่วนหนึ่งจากภาษีมูลค่าเพิ่มในจีนสูงถึงร้อยละ 17 ขณะที่ไทยเพียงร้อยละ 7 นอกจากนี้จีนยังเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรร้อยละ 13 ขณะที่ไทยไม่จัดเก็บ

2.3 การเดินทางระหว่างไทย-จีนสะดวกมากขึ้น จากการเปิดเส้นทางการบินใหม่ของสายการบินต่างๆ เช่น Air Asia, China Eastern Airlines, Hong Kong Airlines, Xiamen Airlines และ Juneyao Airlines เป็นต้น อีกทั้งมีการปรับเพิ่มขนาดของเครื่องบินให้ใหญ่ขึ้นในบางเส้นทาง เช่น เส้นทางคุนหมิง-เชียงใหม่ ซึ่งหากคนจีนมีวันหยุด 3-4 วัน ก็สามารถเดินทางมาไทยได้สะดวกมากขึ้น นอกจากนี้การเดินทางทางถนนตามเส้นทาง R3A (ไทย-ลาว-จีน) ก็มีความสะดวกมากขึ้น ทำให้ในช่วงเทศกาลวันหยุดระยะยาว เช่น เทศกาลตรุษจีน วันชาติจีน จะมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางท่องเที่ยวทางรถยนต์แบบคาราวาน ตามเส้นทางดังกล่าว ผ่านด่านชายแดนไทยจำนวนมาก

2.4 อิทธิพลจากภาพยนตร์ โดยเฉพาะเรื่อง “Lost in Thailand” ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่มีต้นทุนต่ำเพียง 30 ล้านบาท แต่มีผู้ชมจำนวนมาก (ทำรายได้ทั่ว

ประเทศจีน 1,264 ล้านหยวน อันดับ 2 รองจาก “Avatar” 1,379 ล้านหยวน) ซึ่งส่วนใหญ่ถ่ายทำที่จังหวัดเชียงใหม่ อีกทั้งมีการแนะนำสถานที่ถ่ายทำ การเดินทางท่องเที่ยวในไทย และจังหวัดเชียงใหม่ในเว็บไซต์ต่างๆ อย่างแพร่หลาย ทำให้นับตั้งแต่ภาพยนตร์เรื่องนี้เข้าฉายเมื่อปลายปี 2555 ถึงปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางท่องเที่ยวในไทยเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังมีชาวจีนวัยหนุ่มสาวที่ชื่นชอบภาพยนตร์ไทยเรื่อง “สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก” ทำให้ชาวจีนทุกเพศทุกวัยให้ความสนใจเดินทางท่องเที่ยวในไทยมาก

2.5 การประชาสัมพันธ์ทางสื่อ online ภาษาจีนมากขึ้น เช่น เว็บไซต์ ททท. และเว็บไซต์จีนแนะนำแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทย นอกจากนี้ยังมีการจัดทำ Application Program (Apps) ภาษาจีนแนะนำการเดินทางท่องเที่ยวในไทยผ่านโทรศัพท์มือถือและ Tablet ทั้ง IOS และ Android แนะนำการเดินทางท่องเที่ยวในไทยอย่างละเอียด ทำให้นักท่องเที่ยวจีนโดยเฉพาะในวัยหนุ่มสาว นิยมเดินทางท่องเที่ยวในไทยด้วยตนเองมากขึ้น แทนการเดินทางแบบคณะทัวร์

2.6 การใช้บริการทางการเงินในไทยมีความคล่องตัวสูง นับตั้งแต่ปี 2548 สถาบันการเงินในไทยเริ่มให้บริการใช้จ่ายผ่านบัตร Union Pay ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจีนสามารถใช้จ่ายกับร้านค้าต่างๆ ในไทยกว่า 50,000 แห่งทั่วประเทศ และตั้งแต่กุมภาพันธ์ 2556 เป็นต้นมา สามารถใช้บัตร Union Pay ถอนเงินสดเป็นเงินบาทจากตู้ ATM ในประเทศไทยได้ถึง 18,000 แห่ง จากความร่วมมือของบริษัท China Union Pay กับธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยตู้ ATM บางธนาคารยังให้บริการเป็นภาษาจีนด้วย นอกจากนี้ ธนาคารพาณิชย์ไทยและ Money Changer หลายแห่งยังเปิดรับแลกเปลี่ยนเงินหยวนและเงินบาทกับนักท่องเที่ยวจีนโดยกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนโดยตรง

2.7 การเปิดใช้ Single Visa ระหว่างไทยและกัมพูชา กระทรวงต่างประเทศของไทยได้ประกาศใช้ความตกลงการตรวจลงตราเดี่ยว ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (ACMECS Single Visa - ASV) ระหว่างไทยกับกัมพูชา เมื่อ 26 ธันวาคม 2555 ทำให้มีประเทศต่างๆ

35 ประเทศรวมทั้งจีน สามารถใช้ Single Visa ได้ อีกทั้งยังสามารถทำ Visa on arrival ได้ด้วย ซึ่งมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาไทยและกัมพูชาเพิ่มขึ้น

2.8 สภาพแวดล้อมเอื้ออำนวย ปัจจุบันมีการเปิดสอนภาษาจีนของสถาบันการศึกษาในประเทศไทยกว่า 3,000 แห่ง มีผู้เข้ารับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา 1 ล้านคน อีกทั้งยังมีความร่วมมือไทย-จีน ก่อตั้งสถาบันขงจื่อ 12 แห่ง และมีนักศึกษาไทยและจีนเดินทางศึกษาระหว่างกันกว่า 1 หมื่นคน ทำให้มีบุคลากรที่พูดภาษาจีนและไทยมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการเปิดสถานกงสุลในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นที่จังหวัดขอนแก่น ช่วยอำนวยความสะดวก สนับสนุนและส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างไทย-จีนมากขึ้น

3. แนวโน้มนักท่องเที่ยวจีนในปี 2557

สถาบัน China Tourism Academy ของจีนคาดการณ์ว่า ในปี 2557 จะมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 เป็น 114 ล้านคน โดยเดินทางท่องเที่ยวเองมากขึ้น นักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 50 มีอายุต่ำกว่า 35 ปี และคาดการณ์ว่า จะมีการใช้จ่ายในต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 เป็น 140 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐ. นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังคาดการณ์ว่า ในปี 2563 จะมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปต่างประเทศถึง 200 ล้านคน

การที่ทางการจีนออกกฎหมายท่องเที่ยวฉบับใหม่ ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2556 โดยมีมาตรการเข้มงวดกับการจัดทัวร์ที่ไม่มีใบอนุญาต รวมถึง การจัด “ทัวร์ศูนย์เหรียญ” (ทัวร์ราคาถูกที่เพิ่มรายการซื้อของในโปรแกรมทัวร์มากขึ้น บังคับให้ลูกค้าต้องซื้อสินค้า หรือเปลี่ยนแปลงโปรแกรมโดยไม่แจ้งนักท่องเที่ยว) ส่งผลทำให้บริษัททัวร์จีนต้องปรับเพิ่มราคาแบบคณะทัวร์ตามความเป็นจริง โดยราคาทัวร์ในเดือนตุลาคม 2556 (หลังบังคับใช้ตามกฎหมาย) เทียบกับเดือนกันยายน 2556 เพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะทัวร์กลุ่มประเทศอาเซียน ได้หวั่น ฮองกง ราคาปรับขึ้นสูงมาก เช่น ราคาทัวร์บาทลีเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว จาก 3,200 หยวน เป็น 7,600 หยวน ราคาทัวร์กรุงเทพ-เชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 36 จาก 5,000 หยวน เป็น 6,800 หยวน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม กฎหมายดังกล่าวซึ่งเน้นการให้ความคุ้มครองนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ คาดว่า จะไม่กระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทยมากนัก เนื่องจากรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่นิยมเดินทางแบบหมู่คณะจัดโดยบริษัททัวร์ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเองมากขึ้น โดยเฉพาะชาวจีนวัยหนุ่มสาวและกลุ่มผู้มีรายได้สูง จากการสอบถามนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต และทางสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ กฎหมายฉบับใหม่นี้จะส่งผลดีในบางด้าน เนื่องจากราคาทัวร์ที่สูงขึ้นช่วยคัดกรองนักท่องเที่ยวจีนที่มีคุณภาพมากขึ้น

สำหรับมาตรการที่ทางการจีนห้ามเจ้าหน้าที่ข้าราชการ เดินทางไปต่างประเทศ โดยไม่ได้รับอนุญาตนั้น คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนไม่มากนัก เนื่องจากเป็นการสั่งห้ามเฉพาะข้าราชการเดินทางในระยะหนึ่ง และจะผ่อนคลายภายใน 1-2 ปี

นักท่องเที่ยวจีนภาพลักษณ์ยังไม่สูงมากนัก แต่ใช้จ่ายสูงมาก

ปี 2555 เว็บไซต์ Living Social ทำการจัดอันดับภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลก พบว่า นักท่องเที่ยวจีนยังมีภาพลักษณ์ไม่สูงเท่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรป ชาวต่างประเทศรวมทั้งชาวไทย บางคนไม่คุ้นเคยกับวิถีแบบจีน เช่น การพูดคุยเสียงดัง หรือการสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ นอกจากนี้ ระหว่างวันที่ 29 มิถุนายน ถึง 8 กรกฎาคม 2556 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำการสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่น ต่อการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในเชิงบวก ขณะที่ประชาชนในท้องถิ่นมีความคิดเห็นเชิงลบ อย่างไรก็ตามทางการจีนพยายามยกระดับภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจีน โดยรัฐบาลจีนมอบหมายให้สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำ “คู่มือการเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีอารยธรรม” (รูปที่ 5) ซึ่งออกเผยแพร่ในเดือนกันยายน 2556 ก่อนวันหยุดระยะยาวช่วงเทศกาลวันชาติจีน เพื่อประชาสัมพันธ์ให้คำแนะนำนักท่องเที่ยวจีนที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและต่างประเทศให้ปฏิบัติตาม

ระเบียบ วัฒนธรรม ความเชื่อทางศาสนา ขนบธรรมเนียมท้องถิ่นของประเทศต่างๆ นอกจากนี้ ยังให้คำแนะนำการปฏิบัติตนในประเทศท่องเที่ยวสำคัญรวมทั้งประเทศไทย เช่น ในคู่มือระบุว่า ไม่จับต้องศีรษะของบุคคลทั่วไป ไม่ใช่เท้าชี้สิ่งของ เป็นต้น ซึ่งบริษัททัวร์ของจีนหลายแห่งได้แจกคู่มือดังกล่าวให้กับนักท่องเที่ยวจีนก่อนเดินทางไปต่างประเทศ คาดว่า ในระยะยาวจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์นักท่องเที่ยวจีนมากขึ้น

รูปที่ 5 คู่มือการเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีอารยธรรม



แม้ว่าภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจีนยังไม่สูงเท่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรป แต่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวของไทยก็ไม่ควรละเลยกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน จากรายงานการสำรวจของ World Tourism Organization (UNWTO) เมื่อเมษายน 2556 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายสูงประเทศหนึ่งในบรรดานักท่องเที่ยวทั่วโลก รองลงมาคือ ชาวอเมริกัน และเยอรมัน ตามลำดับ สำนักงานการท่องเที่ยวจีนรายงานว่า ในปี 2556 นักท่องเที่ยวจีนมีการใช้จ่ายในต่างประเทศเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 26.8 เป็น 128.7 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐ. นอกจากนี้ จากข้อมูลของบริษัท Global Blue² พบว่า ในปี 2555 นักท่องเที่ยวจีนใช้จ่ายผ่านร้านค้าปลอดภาษีในประเทศต่างๆ มากที่สุด มีสัดส่วนถึงร้อยละ 24 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก รองลงมาคือ รัสเซีย ร้อยละ 16 และญี่ปุ่น ร้อยละ 4 (ตารางที่ 3)

² บริษัทให้บริการคืนภาษีสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นผู้พัฒนาระบบ Tax Free Shopping ช่วยร้านค้าและธนาคารต่างๆ มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น Global Blue เป็นพันธมิตรร่วมกับร้านค้าปลีก แบรินด์สินค้าชั้นนำและโรงแรมที่พักต่างๆ ทั่วโลก

ตารางที่ 3 การซื้อสินค้าปลอดภาษี
ของนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ 10 อันดับแรก ในปี 2555

ลำดับ	สัญชาติ	สัดส่วนการใช้จ่าย(%)	% YoY
1	จีน	24	58
2	รัสเซีย	16	31
3	ญี่ปุ่น	4	38
4	อินโดนีเซีย	4	28
5	สหรัฐอเมริกา	3	23
6	ไทย	2	52
7	บราซิล	2	-1
8	ไต้หวัน	2	17
9	สวีเดน	2	14
10	มาเลเซีย	2	39
11	อื่นๆ	39	n.a.

ที่มา: The Global Blue Review: The top ten globe shopper nations กรกฎาคม 2556

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาไทยในปี 2557

แม้ว่านักท่องเที่ยวจีนจะยังคงเดินทางไปต่างประเทศรวมทั้งประเทศไทยเพิ่มขึ้น แต่ปัจจัยและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปจากปี 2556 จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยชะลอลง โดยปัจจัยบวกและปัจจัยลบ มีดังนี้

4.1 ปัจจัยบวก ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวจีนสนใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากมี ดังนี้

4.1.1 ความนิยมในภาพยนตร์ไทย ละครทีวี และดาราไทยในประเทศจีนเพิ่มขึ้นมาก ทำให้นักท่องเที่ยวจีนอยากเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

4.1.2 การเชื่อมโยงเครือข่ายคมนาคม เช่น การเปิดใช้สะพานมิตรภาพแห่งที่ 4 ที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ทำให้การท่องเที่ยวทางรถยนต์ผ่านเส้นทาง R3A มีความสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการเปิดเส้นทางการบินตรงระหว่างไทย-จีน เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทย เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่

4.1.3 ผลจากข้อตกลงยกเว้นวีซ่าไทย-จีน หลังจากที่นายหลี่ เค่อเฉียง นายกรัฐมนตรีจีน หารือความเป็นไปได้ในการจัดทำข้อตกลงยกเว้นวีซ่าระหว่าง

กันกับนายกรัฐมนตรีไทย หากสามารถดำเนินการได้จะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทย

4.1.4 การพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค เช่น การใช้ Single Visa ในกลุ่มประเทศอาเซียน ส่งผลดีต่อการเดินทางเยือนไทยและกัมพูชา หากสามารถขยายไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียนจะทำให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาไทยและประเทศในอาเซียนเพิ่มขึ้น

4.1.5 รัฐบาลจีนจะเริ่มผ่อนคลายนโยบายการห้ามข้าราชการจีนเดินทางไปต่างประเทศ (ทั้งส่วนตัวและราชการ) โดยเริ่มผ่อนคลายนโยบายในพื้นที่ตั้งแต่เดือนมกราคม 2557 และจะขยายเป็นทั่วประเทศจีนตั้งแต่วันที่เดือนสิงหาคม 2557 เป็นต้นไป ซึ่งจะช่วยให้ข้าราชการจีนจำนวนมากสามารถเดินทางไปต่างประเทศ รวมทั้งประเทศไทยได้สะดวกมากขึ้น

4.2 ปัจจัยลบ มีดังนี้

4.2.1 สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทย เป็นอุปสรรคสำคัญของการท่องเที่ยวไทย แม้หลังการรัฐประหารในไทยเมื่อ 22 พฤษภาคม 2557 รัฐบาลจีนไม่ได้ยกระดับค่าเตือนนักท่องเที่ยวจีน แต่บริษัททัวร์จีนส่วนใหญ่ได้แนะนำให้นักท่องเที่ยวจีนเลื่อนการเดินทางหรือเปลี่ยนแปลงเส้นทางไปประเทศอื่น เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น ทดแทน ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเดินทางเข้าท่องเที่ยวในไทย นอกจากนี้ ในช่วงก่อนหน้าได้สอบถามบริษัทท่องเที่ยวจีนที่สำคัญ พบว่า ช่วงเทศกาลตรุษจีน ปี 2557 นักท่องเที่ยวจีนจำนวนมากยกเลิกการเดินทางมากรุงเทพฯ โดยเปลี่ยนการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ของไทย เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต กระบี่ และส่วนหนึ่งเดินทางไปประเทศอื่นๆ แทน

4.2.2 การออกกฎหมายท่องเที่ยวของจีน ซึ่งบังคับใช้ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2556 เป็นต้นมา ทำให้ราคาท่องเที่ยวแบบหมู่คณะสูงขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทยบ้าง อย่างไรก็ตาม กฎหมายดังกล่าวช่วยคุ้มครองนักท่องเที่ยว ควบคุมคุณภาพและยกระดับการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มีมาตรฐานดีขึ้น

5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.1 ควรสื่อสารสถานการณ์ทางการเมืองให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนและต่างชาติได้รับทราบ ผ่านองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้คำแนะนำหลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เสี่ยง รวมทั้งให้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ของประเทศไทยอย่างปลอดภัย เช่น พัทยา สมุย กระบี่ ภูเก็ต หรือเชียงใหม่ เป็นต้น

5.2 ส่งเสริมการเปิดเส้นทางบินตรงยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทย เช่น เชียงใหม่ สมุย ภูเก็ต กระบี่ เป็นต้น

5.3 จัดอบรมความรู้ด้านภาษาจีนให้กับบุคลากรที่ให้บริการนักท่องเที่ยวจีน เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้ภาษาอังกฤษ อีกทั้งจากการสำรวจของ Hotel.com “Chinese International Travel Monitor” (CITM) พบว่า นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่อยากเข้าพักในโรงแรมที่พนักงานสามารถพูดภาษาจีนได้ และสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ควรมีภาษาจีนกำกับไว้

5.4 เร่งประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยในจีน เช่น การนำดาราทายที่ชาวจีนชื่นชอบไปร่วมงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยในเมืองสำคัญของจีน

การสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวจีน เพื่อทดแทนรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมที่ประสบปัญหาเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัวดี ผู้ประกอบการไทยและทุกภาคส่วนจึงจำเป็นต้องเร่งสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวจีน รวมทั้งภาคเอกชนและภาครัฐของไทย ควรปรับตัวและวางกลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนเดินทางท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น ตลอดจนมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้น

เมื่อทราบความสำคัญและแนวโน้มของนักท่องเที่ยวจีนแล้ว ภาคเอกชนและภาครัฐของไทยที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงควรศึกษากระแสของนักท่องเที่ยวจีนที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งมีทั้งผลดีและอาจมีผลกระทบบ้าง หากสามารถปรับตัวรับมือกับผลกระทบจากนักท่องเที่ยวจีนได้ รวมทั้งปรับกลยุทธ์ในการสร้างโอกาสเชิงรุกรองรับนักท่องเที่ยวจีนที่มีกำลังซื้อสูง จะเป็นผลดีต่อภาคเอกชนและประเทศชาติต่อไปอย่างแน่นอน

References:

- 泰国大使馆, (2013) “2013 年赴泰旅游中国人数创新高 “泰囧” 影响大”
<http://www.chinanews.com/gj/2014/01-23/5773593.shtml/> access 23 January 2014.
- 中华人民共和国国家旅游局, (2013) “文明旅游出行指南”.
- 中国公民历年出境旅游人数一览 (1993-2011)
<http://xxw3441.blog.163.com/blog/static/7538362420120279320259/> access 22 October 2013.
- 中国国家旅游局, (2014) “2014 年中国游客出境游人数将破亿老年队伍壮大”
<http://www.chinanews.com/hr/2014/01-07/5704054.shtml/> access 7 January 2014.
- 中国旅游研究院, (2014) “中国出境旅游发展年度报告 2014”.
- 中国旅游研究院, (2014) “中国出境游将达 1.14 亿人次 旅游花费 1400 亿美元”
<http://bbs1.people.com.cn/post/129/1/2/139852249.html/> access 11 June 2014.
- 全国人民代表大会常务委员会, (2013) “中华人民共和国旅游法”.
- 国务院办公厅, (2013) “关于 2013 年部分节假日安排的通知”.
http://www.gov.cn/zwqk/2013-12/11/content_2546204.htm/ access 21 October 2013.
- Hotels.com, (2013) “中国游客境外旅游调查报告”.
- Global Blue, (2013) “The Global Blue Review: The top ten globe shopper nations”.

บทความนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะได้รับความช่วยเหลือ คำแนะนำ และมุมมองที่เป็นประโยชน์ ผู้เขียนขอขอบคุณ คุณสมศักดิ์ วงศ์ปัญญาถาวร คุณชาญชัย บุรถาวร คุณชัชวาลย์ อินทร์ักษ์ คุณวรินทร์ชัยวิวัฒน์ คุณโสภิต พงษ์รัตนานุกูล และคุณสุจิตร์ แก้วน่าน ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ คุณปิติ ดิษยทัต คุณสุรัช แทนบุญ และคุณศุภโชค ถาวรไกรวงศ์ ฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจ ที่ทำให้งานศึกษานี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานเขียน FAQ ขึ้นนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

Contact author:



ก้องภพ ภู่อุวรรณ
เศรษฐกรอาวุโส
สำนักงานภาคเหนือ
patanapp@bot.or.th