

สรุปกิจกรรมและผลการดำเนินการทางด้านตลาดต่างประเทศ

1. แผนงานเพื่อส่งเสริมการขายในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (Low Season)

เนื่องจาก ททท. เห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย ฝ่ายตลาดต่างประเทศจึงได้จัดและเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายไปยังกลุ่มประเทศเป้าหมายที่มีการเดินทางออกในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่

งาน Thailand Road Show 2005 ที่ประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

ททท. ร่วมกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และสมาคม โรงแรมไทย จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Thailand Road Show 2005 ที่ประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ใน 3 เมืองหลัก ได้แก่ เพิร์ธ ในวันที่ 9 พฤษภาคม 2548 ซิดนีย์ ในวันที่ 11 พฤษภาคม 2548 และ โอ๊คแลนด์ ในวันที่ 16 พฤษภาคม 2548 โดยมีผู้ประกอบการนำเที่ยวของไทย อาทิ บริษัทนำเที่ยว โรงแรม และสายการบิน ร่วมงานทั้งสิ้น 51 ราย ซึ่งมีผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์พิบัติภัยคลื่นยักษ์สึนามิเข้าร่วมงานด้วย 29 ราย เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว งานดังกล่าว ได้รับการตอบรับจากบริษัทคู่ค้าของประเทศไทยมากถึง 240 ราย ซึ่ง ททท. ได้เชิญผู้ประกอบการที่เป็นธุรกิจท่องเที่ยวรายใหญ่ (Wholesalers) เข้าร่วมงาน เช่น I-xplore, Creative Holiday, Active Asia, Gullivers Holidays เป็นต้น และมีผู้บริหารระดับสูงของบริษัทนำเที่ยวในออสเตรเลียและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งรายใหญ่และรายย่อย (wholesalers & Retailers) ท้องถิ่นเข้าร่วมงานประมาณ 875 ราย คือ ที่เพิร์ธ 240 ราย ซิดนีย์ 350 ราย และที่โอ๊คแลนด์ 285 ราย ตามลำดับ

รูปแบบการจัดงาน มีการนำเสนอข้อมูลทางการตลาดออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ให้ผู้ประกอบการไทย (Seller) การนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ผู้ซื้อ (Buyer) และการเจรจาซื้อขาย (Table Top) และมีการจัดทำนัดหมายล่วงหน้า (Pre-appointment) โดยมีการนัดหมายถึง 210 นัดหมายและที่ไม่ได้ทำนัดหมายล่วงหน้าอีก 75 นัดหมาย หรือเฉลี่ยมีการนัดหมายประมาณ 60 ราย/หน่วยงาน นับว่าการจัดงานในครั้งนี้นี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เนื่องจาก โดยคาดว่าจะการจัด Road Show ในครั้งนี้จะมีส่วนในการกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ในช่วง Green Season และเป็นการช่วยส่งเสริมและฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อันดามันอีกด้วย

การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่กรุงปักกิ่ง เมืองซีอาน และเมืองเฉิงตู

ในโอกาสที่รองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) เดินทางไปเยือนประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อวันที่ 19-23 พฤษภาคม 2548 เพื่อส่งเสริมด้านการพาณิชย์ เศรษฐกิจ การลงทุน และการท่องเที่ยว รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-จีน เนื่องในโอกาสครบรอบการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-จีนครบ 30 ปี

โดย ททท. ได้จัดให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระชับความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างสองประเทศ ดังนี้

การพบปะหารือระหว่างผู้บริหารระดับสูงของทั้งสองประเทศ

เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2548 ที่กรุงปักกิ่ง ซึ่งฝ่ายไทยนำโดย รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (นายสมศักดิ์ เทพสุทิน) และคณะ ฝ่ายจีนนำโดย รองประธานสำนักบริหารการท่องเที่ยวแห่งชาติจีน (นายจาง ชือ ชิน) และคณะนอกจากนี้ยังมีการประชุมหารือเพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวไทย-จีน โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นประธานการประชุม

การลงนามบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding : MOU) เพื่อความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ทั้ง 3 เมือง ได้แก่

ที่กรุงปักกิ่ง มีการลงนาม 3 ฉบับ คือ ระหว่าง VISA Card และ ททท. นิตยสาร Life Style Magazine และ Tour Operator ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้มียกท่องเที่ยวเพิ่ม 345,000 คน

ที่เมืองซีอาน มณฑลส่านซี มีการลงนาม 2 ฉบับ คือ ระหว่าง ททท. กับมณฑลส่านซี และ Tour Operator ชื่อนำในซีอาน-ไทย รวมทั้งการลงนามบ้านพี่เมืองน้องระหว่างซีอานและสุโขทัย ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้มียกท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 200,000 คน

ที่เมืองเฉิงตู มณฑลเสฉวน มีการลงนาม 2 ฉบับ คือ ระหว่าง ททท. กับมณฑลเสฉวน และ Tour Operator ชื่อนำในเฉิงตู-ไทย ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้มียกท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 400,000 คน

สรุปผลจากการเดินทางไปเยือนสาธารณรัฐประชาชนจีนและการทำ Road Show เจริญรุ่งโดยภาพรวมของรัฐบาลในครั้งนี้ ประมาณการว่าในปี 2548 จะมียกท่องเที่ยวตลาดจีนเพิ่มขึ้นถึง 1,072,500 คน (+26.75%)

งาน Thailand Road Show 2005 ที่ฮ่องกง และไต้หวัน

ททท. ร่วมกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และหน่วยงานธุรกิจท่องเที่ยวไทย จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Thailand Road Show 2005 ที่ฮ่องกงและไต้หวัน เมื่อวันที่ 25 และ 27

พฤษภาคม 2548 ตามลำดับ เพื่อเป็นเวทีให้ผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวรายใหญ่ และรายย่อยซึ่งเป็นผู้ซื้อ (Buyers) ในตลาดฮ่องกงและไต้หวันได้เจรจาธุรกิจในลักษณะ Hard Sales โดยเชิญผู้ซื้อเข้าร่วมงานแห่งละ 250 ราย ในงานดังกล่าวมีผู้ประกอบการไทยร่วมงานที่ฮ่องกง 55 ราย และไต้หวัน 38 ราย แบ่งเป็นกลุ่มที่มีลูกค้าในตลาดฮ่องกงและไต้หวันอยู่แล้ว ซึ่งมีการตกลงทางธุรกิจเพิ่มขึ้นและเป็นโอกาสได้นำเสนอสินค้าใหม่แก่ผู้ซื้อ และกลุ่มที่เริ่มเปิดตลาดฮ่องกงและไต้หวัน ซึ่งได้รับผลในด้านประชาสัมพันธ์สูงและมีโอกาสรู้จักผู้ซื้อรายใหม่ๆ

ผลจากกิจกรรมในครั้งนี้ นับได้ว่าได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี โดยหวังผลในช่วง Green Season ซึ่งเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวไปจนถึงสิ้นปี 2548

งาน Thailand Road Show 2005 ที่ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้

ททท. ร่วมกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมมหาชน) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Road Show ที่กรุงโซล ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ในวันที่ 31 พฤษภาคม 2548 โดยมีผู้ประกอบการของไทย อาทิ บริษัทนำเที่ยว โรงแรม สายการบิน สามคม ฯลฯ ร่วมงานจำนวน 43 ราย และมีผู้ซื้อ (Buyers) ในประเทศเกาหลี ร่วมงาน รวม 204 ราย ซึ่งคาดว่าจะการจัดงานในครั้งนี้จะมีส่วนกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวเกาหลี โดยเฉพาะกลุ่มคู่แต่งงาน (Wedding and Honeymooner) และประเภทการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างมาก

2. การจัดงาน Thailand Travel Mart

ระหว่างวันที่ 16-19 มิถุนายน 2548 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมเมืองทองธานี โดยมีงาน Exhibitors ที่สมัครเข้าร่วมงานทั้งสิ้น 340 หน่วยงาน จำนวน 3,870 ตารางเมตร และ ททท. ได้รับการตอบรับจากบริษัทนำเที่ยวรายสำคัญจากตลาดต่างประเทศที่ตกลงเข้าร่วมงาน และได้ทำการนัดหมายเจรจาธุรกิจแล้วทั้งสิ้นจำนวน 514 หน่วยงาน แยกสัดส่วนตามภูมิภาคต่างๆ ได้แก่

- ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 185 ราย
- ภูมิภาคยุโรป 233 ราย
- ภูมิภาคอเมริกา 42 ราย
- ภูมิภาคโอเชเนีย 31 ราย
- ภูมิภาคตะวันออกกลาง 16 ราย
- ภูมิภาคแอฟริกา 7 ราย

ทั้งนี้ หลังจากงาน Thailand Travel Mart ททท. ได้จัดโปรแกรมท่องเที่ยวให้กับบริษัท นำเที่ยวที่เป็น Hosted Buyers และสื่อมวลชนจากต่างประเทศเพื่อเดินทางทัศนศึกษาและสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใน 11 เส้นทาง โดยขณะนี้ มี Hosted Buyers แสดงความจำนงจะร่วมเดินทางด้วยจำนวน 342 ราย โดย Buyers ได้เลือกเดินทางกระจายไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วประเทศไทย ได้แก่

- เส้นทางที่ 1 สุโขทัย-เชียงใหม่ จำนวน 20 ราย
- เส้นทางที่ 2 เชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน จำนวน 23 ราย
- เส้นทางที่ 3 เชียงใหม่-เชียงราย จำนวน 58 ราย
- เส้นทางที่ 4 ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) จำนวน 16 ราย
- เส้นทางที่ 5 นครนายก-นครราชสีมา (เขาใหญ่) จำนวน 6 ราย
- เส้นทางที่ 6 พัทยา-ระยอง-จันทบุรี จำนวน 21 ราย
- เส้นทางที่ 7 พัทยา-ระยอง(กอล์ฟ) จำนวน 17 ราย
- เส้นทางที่ 8 ภูเก็ต-พังงา-กระบี่-ตรัง จำนวน 148 ราย
- เส้นทางที่ 9 เกาะลันตา-เกาะพีพี จำนวน 19 ราย
- เส้นทางที่ 10 อุตรธานี-หนองคาย-นครพนม จำนวน 9 ราย
- เส้นทางที่ 11 บุรีรัมย์-นครราชสีมา จำนวน 5 ราย