

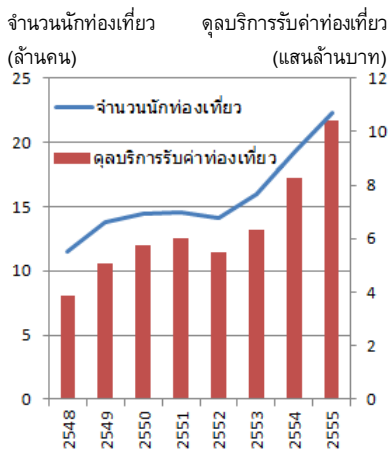
ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ

มิถุนายน 2556

เก็บตกจากต่างแดน นักท่องเที่ยวจีน... กำลังซื้อสำคัญของโลก



จำนวนนักท่องเที่ยวและค่าบริการรับ ค่าท่องเที่ยวของไทย ปี 2548-2555



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจบริการที่สำคัญสาขาหนึ่งของไทยสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวจาก 11.6 ล้านคน ในปี 2548 เป็น 22.3 ล้านคน ในปี 2555 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 9.9 ต่อปี ขณะที่ค่าบริการรับค่าท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 3.9 แสนล้านบาท ในปี 2548 เป็น 1 ล้านล้านบาทในปี 2555 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 15.3 ต่อปี นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด 3 อันดับแรกในปี 2555 ได้แก่ จีน 2.8 ล้านคน มาเลเซีย 2.6 ล้านคน และรัสเซีย 1.3 ล้านคน นอกจากนี้ ในระยะ 3-4 ปีที่ผ่านมายังพบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จนมีสัดส่วนในตลาดท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นแข่งหน้ามาเลเซียที่ครองสัดส่วนสูงสุดมาตลอด 10 ปีที่ผ่านมา

จำนวนและสัดส่วนนักท่องเที่ยวจีนต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดของไทย

	2552	2553	2554	2555
จำนวนนักท่องเที่ยวจีน (คน)	777,508	1,122,219	1,721,247	2,786,860
สัดส่วนต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด (ร้อยละ)	5.5	7.0	9.0	12.5

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

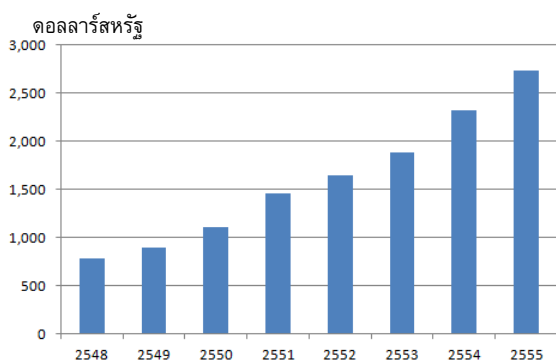
“เก็บตกจากต่างแดน” ฉบับนี้ จึงจะพาท่านผู้อ่านไปทำความรู้จักกับลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่นอกจากจะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุดของไทยแล้ว ยังเป็นที่หมายตาของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั่วโลก ในฐานะนักท่องเที่ยวกลุ่มสำคัญที่จะสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้แก่ประเทศที่เป็นจุดหมายในการเดินทาง

นักท่องเที่ยวจีน... กำลังซื้อสำคัญของตลาดท่องเที่ยวทั่วโลก

คาดว่าในอีก 10 ปีข้างหน้า
จะมีชาวจีนที่เดินทางไป
ต่างประเทศเป็นครั้งแรก
เพิ่มขึ้นปีละ 25 ล้านคน หรือ
เฉลี่ยวันละ 70,000 คน

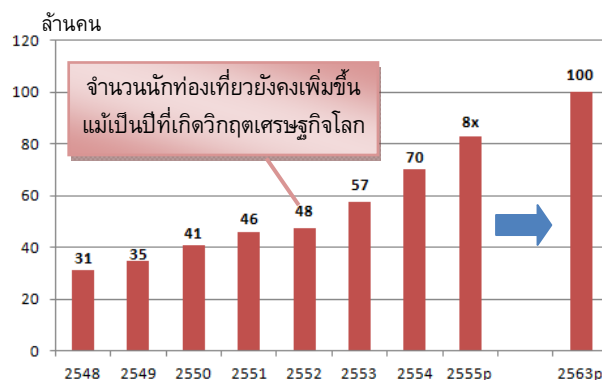
จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลจากการขยายตัวของเศรษฐกิจจีนตลอดหลายปีที่ผ่านมา ระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการผ่อนคลายนโยบายควบคุมนักท่องเที่ยวของรัฐบาลจีนที่ทำให้การขอหนังสือเดินทางหรือการนำเงินออกไปใช้จ่ายในต่างประเทศทำได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ชาวจีนมีทางเลือกในการเดินทางออกไปท่องเที่ยวในต่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 31 ล้านคนในปี 2548 เป็นกว่า 80 ล้านคนในปี 2555 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 100 ล้านคนในปี 2563

รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีของชาวจีน



ที่มา : EIU

จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปเที่ยวในต่างประเทศ



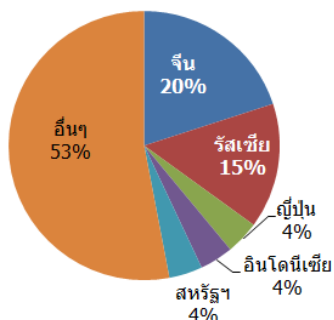
หมายเหตุ : ข้อมูลปี 2555 เป็นข้อมูลคาดการณ์ของ China Outbound Tourism Research Institute (COTRI) ข้อมูลปี 2563 เป็นข้อมูลคาดการณ์ของ UNWTO

ที่มา : COTRI, CNTA, CTA, UNWTO

นักท่องเที่ยวจีนมีการใช้จ่ายสูงในการเดินทางแต่ละครั้ง จากผลสำรวจ Visa Global Travel Intentions Study 2013 พบว่า ในปี 2555 นักท่องเที่ยวจีนมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางไปต่างประเทศครั้งล่าสุดสูงถึง 3,824 ดอลลาร์สหรัฐ เป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากชาวคูเวตและออสเตรีย ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเพียง 2,390 ดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ ยังพบว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพียงร้อยละ 5

นักท่องเที่ยวจีนมีมูลค่าช้อปปิ้งสูงที่สุดในโลก จากรายงาน Global Blue Analytics 2012 พบว่านักท่องเที่ยวจีนครองสัดส่วนการซื้อสินค้าปลอดภาษี (Tax Free Shopping) สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 20 ของมูลค่าการซื้อสินค้าปลอดภาษีของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปี 2554 และในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2555 นักท่องเที่ยวจีนมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าปลอดภาษีเฉลี่ยคนละ 813 ยูโร (ราว 1,045 ดอลลาร์สหรัฐ) เทียบกับค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่ 485 ยูโร (ราว 623 ดอลลาร์สหรัฐ) ทั้งนี้ Euromonitor คาดว่า ในระยะข้างหน้า ค่าใช้จ่ายในการช้อปปิ้งจะยังคงครองสัดส่วนสูงสุดของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน และคาดว่าในปี 2559 นักท่องเที่ยวจีนจะมีมูลค่าช้อปปิ้งเป็นเงินทั้งสิ้น 36 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือราว 2 เท่าของมูลค่าช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวจีนในปี 2554

สัดส่วนมูลค่าการซื้อสินค้าปลอดภาษี
ของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติปี 2554



ที่มา : Global Blue Analytics 2012

Hurun Research Institute
ประมาณว่า ในปี 2554
มีประชากรจีน 2.7 ล้านคน
ที่มีสินทรัพย์ไม่ต่ำกว่า
1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
โดยประชากรกลุ่มนี้
มีอายุเฉลี่ย 39 ปี

นักท่องเที่ยวจีนที่
เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย
ร้อยละ 63 เป็นนักท่องเที่ยว
ที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก

โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวจีน
มีค่าใช้จ่ายในการช้อปปิ้ง
เมื่อไปเที่ยวในประเทศต่างๆ
เป็นสัดส่วนสูงสุดร้อยละ 37
เท่ากับค่าที่พักและค่าใช้จ่าย
ในการเดินทาง ขณะที่
นักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามา
เที่ยวในประเทศไทย
มีค่าใช้จ่ายในการช้อปปิ้ง
ราวร้อยละ 25 ของ
ค่าใช้จ่ายทั้งหมด

ธรรมชาติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน

- ✚ **นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 45 ปี** ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกิดหลังการปฏิวัติวัฒนธรรมจีนในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 1960 และ 1970 ทำให้มีโอกาสได้รับการศึกษาที่ดีกว่าชาวจีนที่เกิดในยุคก่อนหน้า จึงมีหน้าที่การงานดี มีรายได้สูง โดยส่วนใหญ่ทำงานในบริษัทเอกชนและบริษัทข้ามชาติ จึงมีความพร้อมในการเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ สำหรับนักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยร้อยละ 35.4 มีอายุระหว่าง 25-34 ปี รองลงมาร้อยละ 25.7 คือ กลุ่มอายุระหว่าง 35-44 ปี
- ✚ **นักท่องเที่ยวจีนมักเดินทางมากับคณะทัวร์** เนื่องจากส่วนใหญ่ยังมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจำกัด และขาดประสบการณ์ การเดินทางมากับคณะทัวร์ที่มีโปรแกรมการเดินทาง มีการติดต่อที่พักไว้พร้อมแล้ว และมีมัคคุเทศก์นำเที่ยวรวมทั้งอำนวยความสะดวก ทั้งด้านภาษา และช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการเดินทาง จึงเป็นทางเลือกที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวจีนได้รับความสะดวกและรู้สึกปลอดภัยกว่าการเดินทางมาเอง นอกจากนี้ การเดินทางมากับคณะทัวร์ยังช่วยให้ขอวีซ่าได้ง่ายขึ้น และมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการเดินทางมาเอง อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจีนที่มีประสบการณ์การเดินทางมากขึ้น มีแนวโน้มจะเลือกเดินทางเอง เพื่อเลือกกิจกรรมพักผ่อนที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเองมากขึ้น หรือเพื่อหาประสบการณ์เชิงลึกและทำความรู้จักกับผู้คนในท้องถิ่นให้มากขึ้น
- ✚ **กิจกรรมหลักในการท่องเที่ยวของชาวจีน คือ การไปเยี่ยมชมสถานที่สำคัญ (Sightseeing)** เนื่องจากส่วนใหญ่ยังเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปต่างประเทศเป็นครั้งแรกจึงเดินทางมากับคณะทัวร์ ซึ่งมักจะพานักท่องเที่ยวไปชมสถานที่ที่มีชื่อเสียงจุดท่องเที่ยวสำคัญ หรือจุดท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม รองลงมา คือ การไปช้อปปิ้ง
- ✚ **นักท่องเที่ยวจีนใช้เงินไปกับการช้อปปิ้งมากที่สุดในกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งหมด** เพราะการช้อปปิ้งถือเป็น 1 ใน 2 จุดมุ่งหมายหลักในการเดินทางไปต่างประเทศของชาวจีน นอกเหนือจากการไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จากผลสำรวจของ China Tourism Academy (CTA) ในปี 2554 พบว่าชาวจีนที่เดินทางออกไปท่องเที่ยวในต่างประเทศกว่าร้อยละ 26 ใช้เงินไปกับการช้อปปิ้งมากที่สุด ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจีนช้อปปิ้งเพื่อซื้อของขวัญกลับไปฝากครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือผู้ที่เคารพนับถือ รวมถึงเพื่อเป็นการแสดงฐานะทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อสินค้าที่มีราคาสูงหรือมีคุณภาพสูงจากยุโรปกลับไปทีจีน นอกจากนี้ การที่จีนเรียกเก็บภาษีนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยในอัตราสูง ทำให้สินค้าปลอดภาษีที่ซื้อจากต่างประเทศมีราคาถูกกว่าสินค้าชนิดเดียวกันที่จำหน่ายในจีนกว่าครึ่ง ประกอบกับการขาดความมั่นใจในสินค้าที่จำหน่ายในจีน เพราะเกรงว่าสินค้านั้นจะไม่ใช่ของแท้ หรือมีคุณภาพด้อยกว่าที่จำหน่ายในต่างประเทศ ทำให้ชาวจีนที่มีกำลังทรัพย์นิยมเดินทางไปช้อปปิ้งสินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศมากกว่า

ชาวจีนและฮ่องกง
ซื้อนาฬิกาสวิสรวมกัน
ถึงร้อยละ 29.7 ของ
ยอดจำหน่ายนาฬิกาสวิส
ทั้งหมดในปี 2554

- ✚ สินค้าฟุ่มเฟือยที่นักท่องเที่ยวจีนที่มีฐานะดีนิยมซื้อมากที่สุด คือ นาฬิกา และ เครื่องประดับ รองลงมา คือ เครื่องหนัง เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง และ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีฮ่องกงเป็นปลายทางหลักที่เศรษฐกิจจีนเหล่านี้นิยมออกไปซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย รองลงมา คือ ประเทศในแถบยุโรป สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้ชายมีแนวโน้มจะซื้อสินค้าที่มีราคาแพงกว่าผู้หญิง นอกจากนี้ เศรษฐกิจจีน (ผู้ที่มีสินทรัพย์ 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯขึ้นไป) มักจะซื้อนาฬิกาให้เป็นของขวัญสำหรับผู้ชาย ขณะที่กลุ่มมหาเศรษฐี (ผู้ที่มีสินทรัพย์ 100 ล้านดอลลาร์ หรือ 15.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯขึ้นไป) มักจะมอบไวน์แดงให้แก่ผู้รับในโอกาสต่างๆ
- ✚ สื่อออนไลน์และอินเทอร์เน็ตเห็นมีบทบาทมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวจีน โดยได้รับแรงหนุนจากอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตของจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากราวร้อยละ 9 ของประชากรในปี 2548 เป็นร้อยละ 42 หรือกว่า 560 ล้านคนในปี 2555 ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวจีนกว่าร้อยละ 80 หาข้อมูลที่หมายการเดินทางใหม่ๆ รวมถึงที่พักและการเดินทาง จากอินเทอร์เน็ต โดยเว็บไซต์ที่ชาวจีนใช้หาข้อมูลสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ www.ctrip.com นอกจากนี้ ในระหว่างการท่องเที่ยว ชาวจีนยุคใหม่ยังนิยมแสดงข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางของตนเองลงในสื่อออนไลน์อีกด้วย

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด