

กองทัพนักท่องเที่ยวจีน ...กำลังซื้อสำคัญของโลก

กระแสของภาพยนตร์ยอดนิยมในจีนอย่าง Lost in Thailand มีส่วนทำให้ชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จาก 1.7 ล้านคนในปี 2554 เป็น 2.7 ล้านคนในปี 2555 จนแซงหน้ามาเลเซียที่เคยเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุดของไทยมายาวนานตลอด 10 ปีที่ผ่านมา คอลัมน์ “เสียบริ้ว เลาะโลก” ฉบับนี้จึงจะพาท่านผู้อ่านไปทำความรู้จักกับพฤติกรรมและความชอบของนักท่องเที่ยวจีน โดยเฉพาะในฐานะของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกำลังซื้อสำคัญของโลก และมีโอกาสที่จะสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้แก่ประเทศที่เป็นจุดหมายในการเดินทาง ซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย

ปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวจีน คือ จำนวนนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางแต่ละครั้งที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการขยายตัวของเศรษฐกิจจีนตลอดหลายปีที่ผ่านมาและระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 31 ล้านคนในปี 2548 เป็น 83 ล้านคนในปี 2555 จนก้าวขึ้นเป็นอันดับ 1 ของโลก และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 100 ล้านคนในปี 2563 ขณะที่ค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางแต่ละครั้งอยู่ในระดับสูง ซึ่งผลสำรวจ Global Travel Intentions Study 2013 ของ Visa พบว่า ในปี 2555 นักท่องเที่ยวจีนมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางไปต่างประเทศสูงถึง 3,824 ดอลลาร์สหรัฐ เป็นอันดับ 3 ของโลก (รองจากซาอุดีอาระเบีย และออสเตรเลีย) สูงกว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่อยู่ในระดับ 2,390 ดอลลาร์สหรัฐ อีกทั้งพบว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 18 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจีนยังเป็นกลุ่มที่ครองสัดส่วนการซื้อสินค้าปลอดภาษีสูงสุดราว 1 ใน 5 ของมูลค่าการซื้อสินค้าปลอดภาษีรวมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก

ลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวจีน คือ ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกิดหลังการปฏิวัติวัฒนธรรมจีน ทำให้มีโอกาสได้รับการศึกษาที่ดีกว่าชาวจีนที่เกิดในยุคก่อนหน้า จึงมีหน้าที่การงานดี มีรายได้สูง และมีความพร้อมในการเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ โดยนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศเป็นครั้งแรกมักเดินทางมากับคณะทัวร์ เนื่องจากยังมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจำกัด และขาดประสบการณ์ ประกอบกับการเดินทางไปกับคณะทัวร์มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการเดินทางมาเอง และช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย เพราะมีมัคคุเทศก์นำเที่ยว รวมถึงช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการเดินทาง อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจีนที่มีประสบการณ์การเดินทางมากขึ้น มีแนวโน้มจะเลือกเดินทางเอง เพื่อเลือกกิจกรรมพักผ่อนที่เหมาะสมกับความต้องการของตนมากขึ้น หรือเพื่อหาประสบการณ์เชิงลึกและทำความรู้จักกับผู้คนในท้องถิ่นให้มากขึ้น

กิจกรรมหลักของนักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ คือ การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหรือสถานที่สำคัญ และการช้อปปิ้ง ซึ่งค่าใช้จ่ายในส่วนนี้มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 37 ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมดของชาวจีน สูงที่สุดในบรรดาค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ ในการมาเที่ยวต่างประเทศ เป็นที่น่าสนใจว่า สินค้าที่ชาวจีนที่มีฐานะดีนิยมซื้อเป็นของขวัญหรือของฝากมากที่สุด คือ นาฬิกา และเครื่องประดับ รองลงมา คือ เครื่องหนัง เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

นอกจากนี้ สื่อออนไลน์และอินเทอร์เน็ตที่เป็นที่นิยมมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวทั่วโลก ก็มีบทบาทต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่น้อยไปกว่ากัน เพราะกว่าร้อยละ 80 ของนักท่องเที่ยวจีนนิยมหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ รวมถึงที่พักและการเดินทางจากอินเทอร์เน็ต รวมทั้งนิยมอัปเดตข้อมูลและรูปภาพการเดินทางของตนลงในสื่อออนไลน์ พฤติกรรมดังกล่าวนี้นับว่ามีส่วนอย่างมากที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ รวมถึงประเทศไทย ก็หวังว่าข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้บ้างไม่มากก็น้อยนะคะ