



เปิดประตู สู่ตลาดใหม่

ธันวาคม 2563

ติดปีกสินค้าของฝากไทย ... บินไกลสู่ตลาดโลก

+ HIGHLIGHTS

- แม้การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวไทยสะดุดลง แต่กลุ่มสินค้าของฝากหลายรายการยังได้รับความนิยมและมีความสนใจจากชาวต่างชาติซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น
- ตัวอย่างสินค้าของฝากที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ เช่น กางเกงมวยไทย กางเกงลายช้าง/กางเกงลายตม/ยาหม่อง ผลิตภัณฑ์สปาและที่เกี่ยวข้อง ผลไม้แปรรูป/อบแห้ง
- ผู้ประกอบการสินค้ากลุ่มนี้สามารถยกระดับจากผู้ส่งออกทางอ้อม (ขายในประเทศแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ) ไปสู่ผู้ส่งออกตัวจริง (ส่งออกไปขายในตลาดต่างประเทศ) โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ที่เอื้อให้การส่งออกง่ายขึ้น เช่น การขายบน E-Marketplace ที่มีบริการครบวงจร



ก่อนการระบาดของ COVID-19 การท่องเที่ยวเป็นเครื่องยนต์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทำสถิติสูงสุดและระดับเกือบ 40 ล้านคน ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวมีส่วนสูงถึงราว 16% ต่อ GDP ซึ่งไม่เพียงสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว แต่ยังมีผลดีต่อกลุ่มสินค้าที่มีลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่มีอัตลักษณ์ความเป็นไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติและถูกมองว่าเป็นของที่ระลึกต้องซื้อเมื่อมาเที่ยวเมืองไทย ส่วนใหญ่ขายอยู่ในตลาดค้าปลีกชื่อดัง เช่น ตลาดนัดจตุจักร อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ เป็นต้น ในปี 2563 เป็นที่ทราบกันดีว่าจากวิกฤต COVID-19 ทำให้การเดินทางระหว่างประเทศมีข้อจำกัด ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว รวมถึงกลุ่มสินค้าของฝากด้วย อย่างไรก็ตาม ล่าสุดจากการวิเคราะห์ข้อมูล Google Trend มีข้อสังเกตที่น่าสนใจว่ากลุ่มสินค้านี้หลายรายการถูกค้นหามากขึ้นเรื่อยๆ อย่างเห็นได้ชัดเมื่อเทียบกับช่วงต้นปี 2563 ก่อนเกิด COVID-19 สะท้อนว่าสินค้ากลุ่มนี้ได้รับความนิยมและยังเป็นที่ต้องการจากชาวต่างชาติแม้ไม่ได้เดินทางมาซื้อที่ประเทศไทย ดังนั้น หากผู้ประกอบการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส โดยไม่ต้องรอให้ภาคการท่องเที่ยวกลับมาเป็นปกติ แต่ใช้โอกาสนี้ในการติดปีกสินค้าของฝากไปสู่ตลาดโลก ขยายช่องทางการขายจากในประเทศไปสู่การส่งออก อาจบรรเทาผลกระทบและช่วยให้ธุรกิจยังคงเดินหน้าต่อไปได้

ตัวอย่างสินค้าที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ



กางเกงมวยไทย

- เป็นของฝากอันดับต้นๆ ของไทยจากผลสำรวจของเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างชาติหลายแห่ง เช่น Travelvui, Holidify, Bodega Hostels และ Trip 101
- ได้รับคัดเลือกจากแบรนด์ระดับโลกอย่าง Versace ให้จัดแสดงในงาน Milan's Fashion Week ปี 2562



มวยไทยได้รับความนิยมจากทั่วโลก โดยติด 1 ใน 10 ศิลปะการต่อสู้ (Martial Arts) ที่ดีที่สุดในโลก ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาไทยจึงนิยมซื้อกางเกงมวยไทย และมักซื้อติดมือกลับประเทศจนกลายเป็นของฝากยอดนิยมจากไทย

ที่มา : Mantelligence, Topendsports, Taokaemai



กางเกงลายช้าง/กางเกงลาย

- กางเกงลายช้างเป็นหนึ่งในสินค้าที่นักท่องเที่ยวอินเดียนิยมซื้อมากที่สุดเมื่อมาเที่ยวไทย
- ผลสำรวจจากเว็บไซต์ The Star ระบุว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะ Backpacker ขึ้นชอปกางเกงลายช้างมาก เนื่องจากเวลาเห็นหรือสวมใส่จะนึกถึงประเทศไทย บางรายให้สัมภาษณ์ว่าซื้อทุกครั้งที่มาไทย



ดารากาฬสีได้มักสวมกางเกงลายช้างเมื่อเดินทางมาเที่ยวเมืองไทย ทำให้แฟนคลับชาวเกาหลีใต้และจากทั่วโลกนิยมหาซื้อมาสวมใส่ตามไปด้วย

ที่มา : SMEleader.com, Thestar, Posttoday

สถิติจาก Google Trend*

* เป็นข้อมูลในลักษณะ High Frequency & Real-time Data ซึ่งสะท้อนความสนใจของผู้บริโภคผ่านการค้นหาจาก Google Search

อัตราการเพิ่มขึ้นของการค้นหา

(คำนวณโดยใช้คำค้นหาที่เกี่ยวข้องต่างๆ)
(% YTD จาก 1 ม.ค.-30 พ.ย. 2563)

26% ↑

95% ↑

ประเทศที่ค้นหามากที่สุดเป็นอันดับต้นๆ

- ออสเตรเลีย
- สิงคโปร์
- สวีเดน
- ไอร์แลนด์
- นิวซีแลนด์
- นิวซีแลนด์
- ออสเตรเลีย
- สหรัฐฯ
- แคนาดา
- สหราชอาณาจักร

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

ตัวอย่างสินค้าที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สถิติจาก Google Trend



ยาต้ม/ยาหม่อง

- ยาต้มเป็น 1 ใน 10 ของฝากที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องไม่พลาดซื้อเมื่อเดินทางมาเที่ยวไทยจากผลสำรวจของเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น New York Magazine, Holidify รวมถึงสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
- ยาหม่องแบรนด์ไทยได้รับความนิยมและครองส่วนแบ่งตลาดสูงเป็นอันดับต้นๆ ในตลาดประเทศเพื่อนบ้าน เมื่อนักท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านเดินทางมาไทย จึงนิยมซื้อกลับไปด้วยเสมอ



ยาต้มเป็นของฝากยอดฮิตของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น นอกจากนี้ รายการวาไรตี้ญี่ปุ่น “Sekai No Nihonjin Tsuma Wa Mita” ได้นำเสนอข้อมูลของยาต้มและแจกให้ดาราร่วมรายการ ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างมากและเป็นที่ยินชอบของทุกคน

ที่มา : กรุงเทพมหานครและผู้จัดการออนไลน์



ผลิตภัณฑ์สปาและที่เกี่ยวข้อง

- TripAdvisor เว็บไซต์ท่องเที่ยวอันดับต้นๆ ของโลกจัดให้สปาไทยเป็น “Things to Do in Thailand” และยังเป็น 1 ใน 5 สปาที่ดีที่สุดในโลกจากการจัดอันดับของเว็บไซต์ท่องเที่ยว เช่น Etravel และ TripHobo ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวมาใช้บริการสปาที่ไทย จึงมักซื้อผลิตภัณฑ์สปากลับไปใช้ที่บ้านด้วย เนื่องจากยอมรับในคุณภาพ รวมถึงเพื่อสร้างบรรยากาศการทำสปาที่บ้านให้เหมือนที่ใช้บริการสปาในไทย



สปาบ้านมแพะไทยได้รับความนิยมอย่างมากในอินโดนีเซีย หลังจาก YouTuber ชื่อตั้งของอินโดนีเซียวิวว่ามีกลิ่นหอมและให้ความชุ่มชื้น อีกทั้งมีเครื่องหอมชาลา ส่งผลให้คำค้นหาเกี่ยวกับสปาบ้านมแพะไทยเพิ่มขึ้นถึง 418% (%YTD 1 ม.ค.-30 พ.ย. 2563)



ผลไม้แปรรูป/อบแห้ง

- ผลสำรวจจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้พบว่า 84% ของนักท่องเที่ยวจีนนิยมซื้อผลไม้แปรรูปเป็นของฝาก เช่น มะม่วงอบแห้ง ทุเรียนอบแห้ง ทุเรียนกวน และลำไยอบแห้ง



เป็น 1 ใน 9 สินค้าไทยขายดีในกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนจากการจัดอันดับของ Thaiemarket.com

อัตราการเพิ่มขึ้นของการค้นหาสินค้า

63%

ประเทศที่ค้นหาเป็นอันดับต้นๆ



57%



87%



** ไม่มีข้อมูลประเทศที่ค้นหาเป็นอันดับต้นๆ จาก Google Trend จึงใช้ข้อมูลจากแหล่งอื่นแทน **

ตัวอย่างประเทศที่นิยมซื้อผลไม้แปรรูปของไทย จากข้อมูลของ Unified Investment & Holdings (บริษัท Trading สิงคโปร์) และบริษัทสวีต บี ฟาร์ม (ผู้ส่งออกผลไม้แปรรูปไทย)

ที่มา : คำนวณโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธสน. จากข้อมูล Google Trend

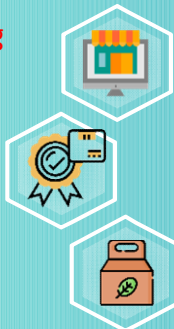
Tips

“From Indirect Exporter to Real Exporter”

วิกฤต COVID-19 ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีข้อจำกัด ส่งผลต่อเนื่องให้สินค้าของฝากที่เน้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเผชิญภาวะซบเซาตาม แต่ในวิกฤตยังมีโอกาส หากผู้ประกอบการสามารถคว้าโอกาสใหม่ๆ โดยยกระดับตนเองจากผู้ส่งออกทางอ้อม (ขายในประเทศแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ) ไปสู่ผู้ส่งออกตัวจริง (ส่งออกไปขายในตลาดต่างประเทศ) ซึ่งปัจจุบันมีเครื่องมือหรือตัวช่วยที่เอื้อให้การส่งออกทำได้ง่ายขึ้นกว่าในอดีต โดยมีข้อเสนอแนะเบื้องต้น ดังนี้

Product Development & Branding

- พัฒนาคุณภาพสินค้าให้สูงขึ้น รวมถึงต่อยอดการออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือออกแบบแบรนด์โดยใช้จุดแข็งจากความเป็นไทย (Thainess) ซึ่งเป็นแรงดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมซื้อ
- สร้างแบรนด์เป็นของตนเอง เพื่อสร้างความแตกต่างและเป็นที่ยอมรับ เนื่องจากสินค้ากลุ่มนี้หลายรายการมีความคล้ายคลึงกันและมีผู้ขายจำนวนมาก



Platform

จากเดิมขายนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวไทย รวมถึงบางส่วนขายในตลาดต่างประเทศผ่านตัวกลางที่มารับซื้อต่อ ทำให้เสียโอกาสเข้าถึงลูกค้าโดยตรง จึงควรขยายช่องทางส่งออกด้วยตนเอง โดยเริ่มจากขายบน E-Marketplace ที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศและมีบริการครบวงจรตั้งแต่การชำระเงิน-ขนส่งสินค้า เพื่อสะดวกในการขายและเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น

Packaging

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย สวยงาม เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า (C Space ที่ปรึกษาธุรกิจในสหรัฐฯ ระบุว่าผู้บริโภคในประเทศพัฒนาแล้วให้ความสำคัญกับ Packaging พอๆ กับประโยชน์ใช้สอยของสินค้า)

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด Icon made by Freepik, Ultimatearms, Eucalypt, Mynamepong, Iconixar, Surang, Photo3idea studio, Good Ware และ Slidesgo

