

## NEWS CLIPPING REPORT

Publication สยามธุรกิจ  
Date 2-5 November 2013  
Page การตลาด  
PR Value (THB) 452,661  
Headline เศรษฐีรุ่นเยาว์คลั่ง 'ยอชต์' ของเล่นคนรวยยิ่งแรง



**นักธุรกิจเกือบทุกค่ายกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่า กำลังซื้อโดยทั่วไปในปีนี้ค่อนข้างซบเซา แต่อีกฟากของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ก็ยังไปได้ด้วยดี แต่ก็ต้องอาศัยการสร้างประสบการณ์เพื่อจูงใจในการซื้อด้วย**

กูรูในวงการแฟชั่นท่านหนึ่งได้กล่าวไว้ว่า การที่ “ทูลย์ส วิฑิตทอง” ในไทยมีสาขาที่ใกล้กันไม่เกิน 1 กิโลเมตร ทั้งในเกษรพลาซ่าและสยามพารากอน เป็นสิ่งที่พบเจอได้ไม่ยากนักในต่างประเทศ ระบุได้ว่า แนวโน้มของแฟชั่นในเมืองไทยยังไม่ได้อ่อนตัว

ด้านนายธนวิรัช ประภานนท์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แม็คโครริช เมโทร จำกัด ได้ประกาศไปเมื่อเร็วๆ นี้ว่า บริษัทได้นำเข้าแบรนด์นาฬิกาแบรนด์หรู “อะเทลิเยร์ เดอ โมนาโค” มาวางจำหน่ายในเมืองไทย จากที่ตลาดอยู่แค่ 9 ประเทศ โดยเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกให้บริษัททำตลาดประเทศไทย เนื่องจากมองเห็นว่า เมืองไทยมีกลุ่มสะสมนาฬิกาอยู่มาก มีบุคคลระดับเศรษฐีจำนวนมากไม่น้อยทั้งชาวไทยและต่างชาติ

และหนทางจากนี้ไปก็จะสื่อสารแบรนด์ตรง



# NEWS CLIPPING REPORT

กลุ่มเป้าหมาย ทั้ง  
นักธุรกิจ เจ้าของ  
ธุรกิจ หรือนักการ  
เมือง โดยจะมีอี-  
เวนต์เฉพาะกลุ่ม  
ทุกเดือน

## ■ กำทรุเสริมกำลัง บัตรอีโอดี

ไม่นานมานี้  
ศูนย์การค้าเกษร แหล่งรวมสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ประกาศ  
กลยุทธ์ซีอาร์เอ็มเอาใจกลุ่มลูกค้าระดับไฮเอนด์ ที่มี  
อัตราการซื้อสูง ด้วยการเสริมพื้นที่บริการสุด  
เอ็กซ์คลูซีฟ “Gaysorn Diamond Lounge”  
(เกษร ไดมอนด์ เลานจ์) พื้นที่ 2 พันอิมิตร์แบรินด์ทรู  
เปิดบริการบาร์เครื่องดื่มแห่งแรกและแห่งเดียวของ  
ประเทศไทยกับ “โมเอ็ท บาร์” (MOET Bar) และ  
บริการนวดผ่อนคลายโดย THANN Sanctuary  
พร้อมบริการห้องแต่งตัวแบบวอล์ก-อิน-โคเซต และ  
สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มันใจสามารถขยาย  
ฐานลูกค้าระดับไฮเอนด์เพิ่มขึ้นเป็น 25%

สำหรับลูกค้าที่จะได้รับอภิสิทธิ์ของ “Gaysorn  
Diamond Member” นั้น ต้องซื้อบัตรประมาณ  
1 ล้าน ภายใน 3 เดือน หรือเป็นลูกค้าระดับอีโอดี  
ที่ได้รับเชิญจากศูนย์การค้าเกษร ปัจจุบันมีจำนวน  
สมาชิกระดับไฮเอนด์ทั้งสิ้น 2,500 คน หรือคิดเป็น  
12% ของกลุ่ม  
ลูกค้าทั้งหมด ซึ่ง  
กลุ่มลูกค้าตั้ง  
กล่าวมียอดค่าใช้จ่าย  
เฉลี่ยต่อครั้ง  
ประมาณ 200,000  
บาท/บิล/คน โดย  
กลุ่มนี้ยังนิยมสินค้าแฟชั่นและนาฬิกา

## ■ อีเวนต์หินควักกระบี่กระบอง

ในฝั่งของผู้จัดกิจกรรม ก็สร้างสรรคกิจกรรม  
เพื่อเอาใจกลุ่มผู้มีกำลังซื้อรอบด้าน อาทิ การจัด

ท่าเรือ	จำนวนนักท่องเที่ยว
โอเชียน มาร์น่า ยอร์ค คลับ พัทยา	330
ยอร์ค เอเวน มาร์น่า ภูเก็ต	300
อ่าวปอ แกรนด์ มาร์น่า ภูเก็ต	200
ภูเก็ต โป๊ก สากุน	182
สวฮิล ภูเก็ต มาร์น่า	81
กรบ- โป๊ก สากุน	80
สยาม รอยัล วิว เกาะช้าง มาร์น่า	75
กรบ- ร็อบบี้มาร์น่า	42
ภัทรมาร์น่าปรางบุรี	(ไม่ระบุ)
เกาะช้าง มาร์น่า รีสอร์ทกอบต.ส่า	(ไม่ระบุ)
ไอส์แลนด์ วิว รีสอร์ทกอบต.ส่า	(ไม่ระบุ)
เลคไซด์ มาร์น่า ฉะเชิงเทรา	(ไม่ระบุ)

งานมหกรรมแสดงเรือนานาชาติ  
“โอเชียน มาร์น่า พัทยา โยท์ โชว์”  
ครั้งที่ 2 ซึ่งจะจัดขึ้นในวันที่ 22-24  
พฤศจิกายนนี้ ที่โอเชียน มาร์น่า

นางสุพัตรา อังควินิจวงศ์  
รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท โอ  
เชียน พรอพเพอร์ตี้ จำกัด เปิดเผย  
ว่า ในปีที่ผ่านมางานนี้สร้างรายได้  
กว่า 90 ล้านบาท ซึ่งนับว่าประสบ  
ความสำเร็จมาก จึงมีการจัดงานใน  
ปีนี้ขึ้น จัดแสดงสินค้าและบริการเรือและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง  
เที่ยวทางทะเล กีฬาทางน้ำ และไลฟ์สไตล์ที่เกี่ยวข้อง  
กว่า 100 ราย อาทิ กลุ่มเรือยอชต์หรูนำเข้า เรือ  
ยอชต์รุ่นใหม่ รถยนต์นำเข้า กลุ่มบิกไบค์ นาฬิกา  
แบรนด์หรู แฟชั่นไลฟ์สไตล์ โรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ระดับไฮเอนด์ เป็นต้น

กระแสความนิยมการเข้ามาเล่นเรือยอชต์ใน  
ประเทศไทย มีอัตราการเติบโตที่ดี โดยเฉพาะกลุ่ม  
ซูเปอร์ยอชต์ที่เข้ามาหรืออยู่ในเมืองไทย เพิ่มขึ้นถึง  
60% ในปีที่แล้ว ส่วนจำนวนเรือโดยรวมเติบโตที่ 30%  
ทั้งนี้ ประมาณการว่าปัจจุบันมีเรือยอชต์ที่อยู่ในเมือง  
ไทยประมาณ 1,500 ลำ โดยมีท่าเรือยอชต์ 12 แห่ง  
คอยรองรับ

ปัจจุบัน โอเชียน พรอพเพอร์ตี้ เป็นท่าจอด  
เรือยอชต์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้  
สามารถรองรับเรือได้ 330 ลำ โดยมีแผนเพิ่มที่จอด  
เรืออีก 45 ลำภายในต้นปีหน้า ภายใต้งบประมาณกว่า  
80 ล้านบาท ปัจจุบันมีผู้เป็นสมาชิกอยู่ในระบบการ  
เช่าที่จอดเรือประมาณ 400 ราย โดยลูกค้าทั้งหมด  
แบ่งเป็นคนไทย 80% ต่างชาติ 20% เป็นสัดส่วน  
คนไทยที่สูงขึ้น 38% เนื่องจากคนไทยหันมาเป็น  
เจ้าของเรือยอชต์มากขึ้น

## ■ เพยก่าเรือเมืองไทยพร้อมสุด

นางสุพัตรา กล่าวว่า ปัจจุบันธุรกิจเรือยอชต์  
มีอัตราการเติบโตสูง เนื่องจากมีกลุ่มคนรุ่นใหม่หัน  
มาสนใจซื้อเรือยอชต์เป็นกิจกรรมพักผ่อนสุดสัปดาห์  
มากขึ้น โดยปัจจุบันอัตราเริ่มต้นของเรือยอชต์อยู่ที่  
ลำละประมาณ 5 ล้านบาท ส่วนผู้ที่มีเรือยอชต์เดิม  
ก็มีความต้องการเปลี่ยนขนาดเรือที่ใหญ่ขึ้น จากขนาด  
35-50 ฟุต เป็น 70-80 ฟุต

นอกจากนั้น ยังพบว่า สถานที่จอดเรือยอชต์  
ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งในสิงคโปร์และฮ่องกง  
มีปริมาณรองรับที่จำกัด อีกทั้งยังมีค่าเช่าและค่า  
บริการอื่นๆ ที่สูงกว่าเมืองไทย 50% ดังนั้น คาดว่า  
เจ้าของเรือยอชต์จะหันมาใช้บริการท่าเรือยอชต์ใน  
เมืองไทยมากขึ้น โดยกลุ่มหลักที่นิยมเล่นเรือยอชต์  
เข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการในแถบนี้คือ อังกฤษ  
และออสเตรเลีย ทั้งกลุ่มคนทำงานและเกษียณอายุ  
โดยจะใช้เวลาอยู่ในเมืองไทยเป็นเดือน ขณะที่ยก

## NEWS CLIPPING REPORT

ระเบียบในการขอลอดเรือยอชต์ในประเทศไทย สามารถอยู่ได้ 2 สัปดาห์-2 เดือน หากสามารถผลักดันให้จอดได้ยาวนานี้ ประมาณ 6 เดือน-1 ปี จะทำให้เมืองไทยเป็นที่สนใจของกลุ่มแล่นเรือยอชต์มากขึ้น

นอกจากการเป็นเจ้าของเรือยอชต์มีอัตราที่สูงขึ้นแล้ว กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักเที่ยงนิยมเช่าเรือยอชต์เพื่อการท่องเที่ยว ทั้งคนไทยและต่างชาติ อัตราค่าเช่าประมาณ 30,000-50,000 บาท สำหรับครึ่งวัน

ทั้งนี้ กลุ่ม Yacht Broker ในประเทศไทย ได้คาดการณ์ว่าจำนวนเรือยอชต์ที่เดินทางเข้าประเทศไทย มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างน้อย 31.5% หรือมีเรือยอชต์ประมาณ 2,100 ลำเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย ในปี 2558

นางสุพัชรา กล่าวว่า เศรษฐกิจที่ชะลอตัว ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อกลุ่มคนเหล่านี้ อีกทั้งยังมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเมื่อทำเรือยอชต์ในสิงคโปร์และฮ่องกง ไม่สามารถรองรับได้เพียงพอต่อความต้องการ จะทำให้เมืองไทยได้รับอานิสงส์เหล่านั้นมากขึ้น

### ■ จับตากลุ่มไฮโซหนุนเที่ยวไทย

ด้านนางวิไลวรรณ ทวีศรี รองผู้จัดการ ด้านสินค้าและธุรกิจการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เปิดเผยว่า ในแต่ละปีจะมีเรือซูเปอร์ยอชต์ มาท่องเที่ยวในไทยปีละ 110 ลำ ซึ่งนับได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่มียอดการใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 190 ลำ ภายในปี 2558 ซึ่งมีอัตราการเติบโตสูงถึง 72.72%

การท่องเที่ยวโดยเรือยอชต์นับเป็นการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูงมาก เริ่มจากตัวเรือที่ต้องใช้เงินสูงมากในการซื้อและบำรุงรักษา รวมทั้งค่าเช่าที่จอดเรือ ส่วนเจ้าของเรือ เป็นกลุ่มบริโภคลินค้าหรู ตั้งแต่ที่พักไม่ต่ำกว่า 5 ดาว ชื่อสินค้าแบรนด์หรู นั่งเครื่องบินชั้นบิสิเนสคลาส-เฟิร์สคลาส รวมทั้งบินมาโดยเครื่องบินส่วนตัว นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มที่เดินเรือมาเที่ยวโดยเรือส่วนตัวอีกด้วย

ระยะเวลาการอยู่ในเมืองไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ประมาณ 60 วัน โดยกิจกรรมที่นิยมทำต่อเนื่องจากกิจกรรมทางทะเลคือ บริการด้านสุขภาพ ซึ่งเมืองไทยมีความพร้อมในเรื่องนี้อยู่แล้ว

และนี่คือพลังของกลุ่มลิ้นค้ำระดับบน ที่แม้ว่าจะอยู่ในท่ามกลางกระแสเศรษฐกิจที่ไม่น่าไว้วางใจ แต่ก็ยังหวังได้ว่ากลุ่มผู้มีกำลังซื้อสูงยังพร้อมจ่ายเพื่อความสุข ตามสไตล์ของคนมีเงิน

