

ททท.สรุปเล่ม“ โครงการวันธรรมดา ที่ไม่ธรรมดา “ ดึงขาช้อปทั่วประเทศ กระตุ้นท่องเที่ยวในวันธรรม ดา จัดงาน 4 วันมีผู้เข้าชมงาน 100,000 คน

ในช่วงเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดโครงการ “วันธรรมดา ที่ไม่ธรรมดา” 2556 โดยมีคอนเซ็ปต์ เที่ยววันธรรมดาราชาเหนือธรรมดา เพื่อเป็นการกระตุ้น การท่องเที่ยวไทยให้คนไทยหันมาเที่ยวในวันธรรมดามากขึ้น ททท.จัดงานครั้งนี้ได้จับมือกับผู้ประกอบการ ทั้งโรงแรม รีสอร์ท สถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศกว่า 200 แห่งเข้าร่วม นอกจากนี้ยังมีสายการบินแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ เข้าร่วมโดยสนับสนุนให้คนไทยหันมาเที่ยวไทย ในราคาพิเศษเส้นทางภายในประเทศวันธรรมดา ทั้งนี้ภายในงานยังมีสิทธิพิเศษสำหรับผู้ซื้อทุกใบเสร็จในงานมูลค่า 3,000 บาท จำนวน 100 ล้านแรกของทุกวัน รับทันที Voucher ท่องเที่ยว และรางวัลอื่นๆกว่า 400 รางวัล หลังจากนั้นยังนำมาแลกคูปองชิงโชครุ่นรถยนต์ Honda Brio มูลค่า 472,500 บาท และบัตรเติมน้ำมันบางจาก มูลค่าสูงสุด 100,000 บาท



นายรัชชชัย อรัญญิก รองผู้อำนวยการด้านตลาดในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บอกว่างานนี้จัดขึ้นแล้วประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ดูได้จากยอดผู้เข้าชมงาน รวม 4 วันรวม 171,356 ราย รวมยอดขายในงาน “วันธรรมดา ที่ไม่ธรรมดา” 2556 ทั้งหมด 68,598,689 บาทโดยภาคใต้ มียอดขายสูงสุด 27,765,543 บาท รองลงมาเป็นภาคกลาง 12,064,824 บาท ภาคตะวันออก 7,726,905 บาท ภาคเหนือ 7,638,650 บาท และภาคอีสาน 2,841,000 บาท ตามลำดับ และหากยอดรวมทั้งโครงการที่จัดขึ้น ทั้งงาน “วันธรรมดา ที่ไม่ธรรมดา” 2556 และงาน Thailand Golf & Dive Expo 2013 ที่มีสนามกอล์ฟ รถเช่า ดำน้ำ อื่นๆ มียอดรายได้รวมมูลค่าสูงถึง 181,598,689 บาท

ททท.จึงเห็นว่าโครงการนี้เป็นโครงการที่น่าสนใจ เพราะเป็นโครงการที่โดนใจผู้บริโภค อันสืบเนื่องจากโปรโมชั่นต่างๆที่ผู้ร่วมสนับสนุนนำมาให้บริการ ทั้งโปรโมชั่นซื้อ 1 แกรม 1 หรือลดราคา 50 % ทั้งโรงแรม ที่พักต่างๆ หรือสายการบินแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ ที่ได้ร่วมกิจกรรมขายตัวโดยสารเดินทางในราคาพิเศษ และธนาคารกสิกร เมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรรับสิทธิพิเศษมากมาย

โดยโครงการนี้ถือเป็นโครงการดี ๆ อีกโครงการหนึ่งที่ประสบผลสำเร็จ โดยผลงานและฝีมือของนายรัชชัช อนุรักษ์ ร่องผู้ว่ารองผู้ว่าราชการด้านตลาดในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โครงการนี้จึงน่าจะมีการสานต่อเพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วงโลซีชั่น และแสดงความพร้อมรวมถึงศักยภาพของ ททท. ที่สามารถฝึกผู้ให้บริการ ด้านการท่องเที่ยวต่างๆของประเทศมารวมกัน เพื่อเป็นการอุ่นเครื่อง ก่อนเข้าช่วงไฮซีชั่นของไทยในช่วงปลายปี.