

ฟิลิปปินส์แบรนด์ส์โลแกนท่องเที่ยวใหม่ “Love the Philippines” หวังกระตุ้นการท่องเที่ยว



กระทรวงการท่องเที่ยวฟิลิปปินส์เปิดตัวคำขวัญการท่องเที่ยวใหม่ “Love the Philippines” (รักฟิลิปปินส์) แทนคำขวัญการท่องเที่ยวเดิม “It’s More Fun in the Philippine” ที่ใช้มาอย่างยาวนาน โดยในการเฉลิมฉลองครบรอบ 50 ปีของกระทรวงการท่องเที่ยวฟิลิปปินส์เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2566 ที่ผ่านมา กระทรวงฯ ได้เปิดตัวขวัญหรือสโลแกนการท่องเที่ยวใหม่ “Love the Philippines” ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมและนำเสนอการท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากความสนุกสนาน ทั้งนี้ สโลแกนยอดนิยมเดิม “It’s More Fun in the Philippines” ซึ่งเปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อปี 2555 ในช่วง Ramon Jimenez Jr. ดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและนำมาใช้แทนสโลแกน “Wow Philippines” จะถูกยกเลิกหลังจากมีการใช้มานานถึง 11 ปี ทั้งนี้ นาง Christina Frasco รัฐมนตรีกระทรวงการท่องเที่ยวปัจจุบันกล่าวในงานครบรอบ 50 ปีว่า สโลแกนใหม่คำนึงถึง “ทุกสิ่งที่เคยผ่านมา” ซึ่งรวมถึงการแพร่ระบาดของโควิด-19 และฟิลิปปินส์ต้องการการพัฒนาและต้องก้าวต่อไป และสโลแกนใหม่ยังมีจุดมุ่งหมายเพื่อเน้นย้ำว่าฟิลิปปินส์เป็นจุดหมายปลายทางที่มีวัฒนธรรมที่หลากหลายสามารถมอบประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง ต็มตำ่แก่นักท่องเที่ยว เข้ากับความรักและการต้อนรับที่อบอุ่นของชาวฟิลิปปินส์ได้อย่างสมบูรณ์แบบ นอกจากนี้ รมว.กระทรวงการท่องเที่ยวยังได้กล่าวขอบคุณผู้ที่พัฒนาสโลแกนซึ่งได้รับความสำเร็จเป็นอย่างดี ขณะที่ประธานาธิบดีเฟอร์ดินานด์ มาร์กอส จูเนียร์ กล่าวในงานครบรอบ 50 ปีว่า เช่นเดียวกันว่า สโลแกนใหม่จะทำหน้าที่เป็นแนวทางของประเทศสำหรับการท่องเที่ยว และยืนยันด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ นอกจากนี้ ยังได้แสดงความคิดเห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกำลังฟื้นตัวหลังการแพร่ระบาดฯ และขอเรียกร้องให้ชาวฟิลิปปินส์ทั้งประเทศเป็นทูตการท่องเที่ยวของประเทศ รวมถึงขอให้ทุกคนช่วยกันเป็นผู้ส่งเสริมและผู้สนับสนุนประเทศต่อไป

นอกจากนี้ นาง Marie Adriano จาก DDB Group Philippines บริษัทสื่อสารการตลาดและบริการแบบครบวงจรแห่งแรกของประเทศที่ให้บริการโซลูชันทางธุรกิจแบบครบวงจร และเป็นผู้พัฒนาการตลาดและวางแผนกลยุทธ์สโลแกนใหม่ของกระทรวงการท่องเที่ยวได้อธิบายถึงแคมเปญการท่องเที่ยว

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ

ภายใต้สโลแกนใหม่ว่า มีการเปลี่ยนแปลงในความชอบของนักท่องเที่ยวที่นอกเหนือการพักผ่อน ทำให้การปรับปรุงแบรนด์เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการรับฟังทางสังคมที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวและเห็นว่า “ความรัก” เป็นประเด็นเชิงบวกที่สามารถเชื่อมโยงกับประเทศฟิลิปปินส์ได้

ที่มา: หนังสือพิมพ์ *Philippine Star* และ *Inquirer.net*

บทวิเคราะห์และข้อคิดเห็น

● “Love the Philippines” เป็นคำขวัญใหม่ของกระทรวงการท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศทั้งในประเทศและสู่นานาชาติ ซึ่งคำขวัญดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้แทน “It’s More Fun in the Philippines” ที่ใช้มานานกว่า 10 ปี ถือเป็นความพยายามของฟิลิปปินส์ที่จะฟื้นฟูและกระตุ้นการท่องเที่ยวรวมทั้งการแนะนำฟิลิปปินส์ให้ทั่วโลกได้รู้จักอีกครั้ง โดยนำเรื่องราวของ “ความรัก” มาสื่อสารไม่ว่าจะเป็นรักเสียงเพลง รักวัฒนธรรม รักมรดก รักมิตรภาพ รักความสนุกสนาน และยังแสดงให้เห็นว่าชาวฟิลิปปินส์จะให้การต้อนรับแขกทุกคนที่มาเยือนฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และรัฐบาลฟิลิปปินส์ต้องการที่จะให้อุตสาหกรรมดังกล่าวมีส่วนร่วมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เพิ่มขึ้น โดยที่ผ่านมา การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวของฟิลิปปินส์ และแม้ว่าปัจจุบันจะเห็นถึงสัญญาณการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวของฟิลิปปินส์ แต่การกลับสู่ระดับก่อนเกิดการแพร่ระบาดฯ ยังเป็นเรื่องที่ท้าทายและอาจไม่สามารถบรรลุผลได้ในเร็วนี้ ซึ่งจะเห็นได้จากในปี 2565 ฟิลิปปินส์มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศจำนวน 2.65 ล้านคน และในปี 2566 กระทรวงการท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ตั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติไว้จำนวน 4.8 ล้านคน ซึ่งตัวเลขดังกล่าวยังคงห่างไกลจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2562 (ก่อนเกิดโควิด-19) ที่มีจำนวน 8.26 ล้านคน ทั้งนี้ คงต้องติดตามว่าแคมเปญใหม่ของกระทรวงการท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ “Love the Philippines” จะสามารถช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวและพัฒนาการท่องเที่ยวของฟิลิปปินส์เพิ่มได้เพียงใดว่า โดยหากภาคการท่องเที่ยวของฟิลิปปินส์สามารถกลับมาเติบโตได้ดี คาดว่าจะช่วยส่งผลดีต่อธุรกิจที่เนื่องในภาคท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งธุรกิจโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ร้านนวด และอื่นๆ ที่มีผู้ประกอบการไทยเข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ คาดว่าจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศฟิลิปปินส์ให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเป็นโอกาสของการส่งออกสินค้าต่างๆ ของไทยในการเข้ามารองรับกับความต้องการที่จะเพิ่มสูงขึ้นในระยะต่อไป ด้วย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

7 กรกฎาคม 2566

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ