

THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX 2010 / 3

SEPTEMBER 2010

ดัชนีความเชื่อมั่น
ผู้ประกอบการ
การท่องเที่ยว
ในประเทศไทย
ไตรมาสที่ 3 ปี 2553

Tourism Situation and Forecast of
Tourists' Behavior and Confidence Index of
Thailand's Tourism Industry

โครงการการรายงานและพยากรณ์
สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
และความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar at the Kingdom

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวไตรมาสที่ 3 อยู่ที่ระดับ 65 ปรับตัวสูงขึ้นมากเมื่อเทียบกับระดับ 33 ในไตรมาสที่ 2
- สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า (ไตรมาสที่ 4) ค่าดัชนีปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นมาก อยู่ที่ระดับ 106 สูงกว่าค่าปกติ (100)

โครงการนี้เป็นความร่วมมือระหว่าง การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย (ททท.) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย (สทท.) และคณะเศรษฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อคาดการณ์ และสะท้อนถึง
สถานการณ์การท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต
(รายได้ไตรมาส) และเผยแพร่ให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้
เพื่อที่จะได้เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง
ที่จะเกิดขึ้นได้

การศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. การสำรวจและจัดทำดัชนีความเชื่อมั่น
ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว
2. การสำรวจการวางแผนท่องเที่ยวและความคิดเห็น
นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
3. การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

กระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของภาครัฐเริ่มส่งผลใน
ทางปฏิบัติ ประกอบกับไตรมาสที่ 4 ถือเป็น High
Season ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

- อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงกังวลกับปัญหา
การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เช่น ปัญหาการตัดราคา
ระหว่างผู้ประกอบการ และปัญหาการเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง
ในธุรกิจ โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรม ที่พัก และธุรกิจนำเที่ยว
- นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 74 พอใจเที่ยวประเทศไทย
โดยส่วนใหญ่ชอบใจในอาหารไทย ความสวยงามของ
ธรรมชาติ และวัฒนธรรม
- นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 68 มีแผนเดินทาง ภายใน
ประเทศในไตรมาสที่ 4 โดยจังหวัดที่เป็นเป้าหมายใน
การเดินทางได้แก่ จังหวัดทางภาคเหนือ และจังหวัดที่มี
ชายทะเล เช่น เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ภูเก็ต
กระบี่ และระยอง ในขณะที่ การท่องเที่ยวในต่าง
ประเทศมีแนวโน้มคงที่โดยจุดหมายส่วนใหญ่ยังคงเป็น
ประเทศใกล้เคียง เช่น ประเทศในกลุ่มอาเซียน จีน
ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เป็นต้น
- คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 4 ปี
2553 เท่ากับ 4.29 ล้านคน ใกล้เคียงกับไตรมาสเดียวกัน
ของปี 2552 โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.5 จากไตรมาส 3 ปี 2553
- คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2553 จำนวน
15.43 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ประมาณร้อยละ 9.0

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการไตรมาสที่ 3 (ก.ค.-ก.ย.)
ของปี 2553 เท่ากับ 65 ใกล้เคียงกับค่าที่เคยคาดการณ์
ไว้ในไตรมาสที่ 2 (70) เนื่องจาก ผู้ประกอบการมองว่า
สถานการณ์ต่างๆ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม
- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการไตรมาสที่ 4 (ต.ค.-ธ.ค.)
ของปี 2553 เท่ากับ 106 ซึ่งเป็นค่าสูงสุดสำหรับการ
คาดการณ์ของผู้ประกอบการในแต่ละไตรมาสตลอดปี
2553 ทั้งนี้เป็นผลมาจากสถานการณ์ทางการเมืองที่เริ่ม
มีเสถียรภาพมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ และมาตรการ

1. ผลการสำรวจความคิดเห็น ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ในประเทศไทย

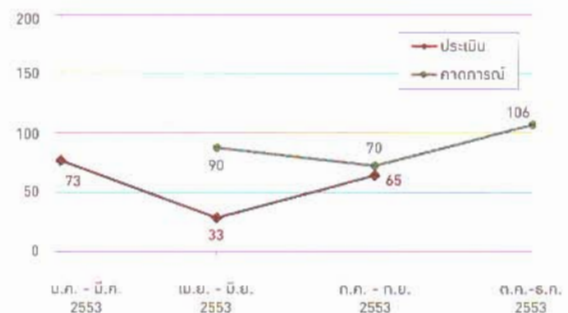
จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการใน
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วประเทศ ในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี
2553 จำนวน 1,178 ราย พบว่า **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้
ประกอบการในไตรมาสที่ 3 ปี 2553 (ก.ค.-ก.ย.)** ยังอยู่ใน
ระดับที่ค่อนข้างต่ำ (65) เมื่อเทียบกับระดับปกติ เนื่องจาก
ยังอยู่ในช่วง low season ของการท่องเที่ยว แม้ว่า ดัชนี
ความเชื่อดังกล่าวได้ปรับตัวสูงขึ้นจากไตรมาสที่ 2 (33)
และอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับค่าดัชนีที่ผู้ประกอบการได้คาด
การณ์ไว้ในการสำรวจที่ผ่านมา เนื่องจาก สถานการณ์
ทางการเมืองเริ่มเข้าสู่ภาวะปกติ ประกอบกับมีมาตรการ
สนับสนุนการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวเริ่ม
เดินทางมาเที่ยวมากขึ้น

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 4 ปี
2553 (ต.ค.-ธ.ค.) สูงถึง 106 ผู้ประกอบการคาดว่า
สถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4 จะดีขึ้นมาก ซึ่ง
เป็นสัญญาณที่ดีว่าผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในการฟื้น
ตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว เนื่องจากไตรมาสที่ 4 เป็น High
season ของการท่องเที่ยวไทย และมีช่วงวันหยุดเทศกาลมาก
จึงน่าจะเป็นตัวกระตุ้นการท่องเที่ยวจากที่เคยชะงักในช่วง
ไตรมาสที่ 2 และ 3

ปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการเชื่อว่าส่งผลดีต่อการท่อง
เที่ยวในไตรมาสที่ 4 สูงสุดคือ สถานการณ์ทางการเมืองที่
เริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น (ร้อยละ 65) รองลงมาได้แก่

สภาพเศรษฐกิจไทยที่กำลังดีขึ้น (ร้อยละ 54) และการ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยภาครัฐ (ร้อยละ 48)

ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นการท่องเที่ยวประเทศไทย ไตรมาสที่ 1 - 4 ปี 2553



ความเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อนโยบายภาครัฐในช่วงที่
ผ่านมา ส่วนใหญ่เห็นว่านโยบายภาครัฐระยะสั้นมีส่วนช่วยผู้
ประกอบการค่อนข้างมาก โดยเฉพาะนโยบายที่อนุญาตให้
นักท่องเที่ยวนำค่าใช้จ่ายไปหักภาษีได้ (ร้อยละ 27)
นโยบายที่สนับสนุนให้ส่วนราชการเพิ่มงบประมาณสัมมนา
และจัดงานในประเทศ (ร้อยละ 24) และมาตรการเพิ่มสินเชื่อ
สภาพคล่อง (ร้อยละ 21)

ส่วนนโยบายในระยะยาว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการ
การเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว อาจดำเนินการ
ผ่านการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการส่งเสริมการตลาดท่อง
เที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีช่อง
ทางในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ไตรมาสที่ 4 ผู้ประกอบการเกือบร้อยละ 45 จะใช้แผนการ
ประชาสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้า ในขณะที่แผน
กลยุทธ์อื่นๆ ที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ได้แก่ การสมนาคุณ
ลูกค้าเก่า (ร้อยละ 25) การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ (ร้อยละ 22)
และการลดราคา (ร้อยละ 20)

1.1 ดัชนีความเชื่อมั่นแยกตามภูมิภาค

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกือบทุกภูมิภาคมีความเห็นค่อนข้างสอดคล้องกัน โดยผู้ประกอบการคาดการณ์ว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4 ปี 2553 จะดีกว่าในสภาวะปกติเล็กน้อย โดยเฉพาะผู้ประกอบการในภาคกลาง(116) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (114) ในขณะที่ภาคเหนือเป็นภาคเดียวที่ผู้ประกอบการคาดการณ์ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวไตรมาสที่ 4 จะลดลงกว่าสภาวะปกติเล็กน้อย (98)

1.2 ดัชนีความเชื่อมั่นแยกตามประเภทธุรกิจ (ภาพที่ 3 ถึงภาพที่ 9)

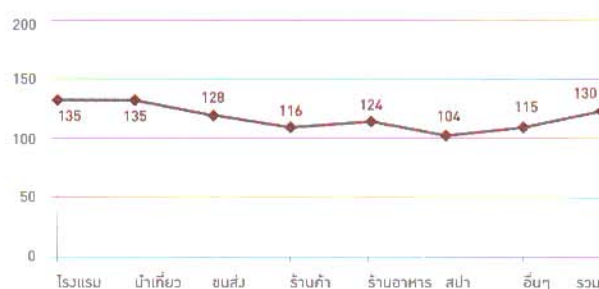
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการไตรมาสที่ 4 ปี 2553 ในประเภทธุรกิจต่างๆ มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน และใกล้เคียงกับดัชนีความเชื่อมั่นรวม ยกเว้นผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักที่ระดับค่าห้อง 3,000 – 5,000 บาทต่อคืน (94) และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว Inbound (93) เป็นกลุ่มที่คาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4 ต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการแข่งขันสูง ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีดัชนีความเชื่อมั่นไตรมาสที่ 4 สูงกว่าธุรกิจอื่น ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมที่ระดับราคาห้องพักสูง 5,000 – 7,000 บาทต่อคืน (121) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (120) และธุรกิจอื่นๆ (126) โดยเฉพาะกลุ่ม Theme park (147)

1.3 การแข่งขันภายในธุรกิจ

จากการสอบถามความเห็นผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการมีความกังวลกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยผู้ประกอบการคาดว่าในไตรมาสที่ 4 การแข่งขันในธุรกิจจะสูงขึ้นมาก เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3 โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและที่พัก และธุรกิจนำเที่ยว อันเกิดจากปัญหา

การตัดราคาระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง (ร้อยละ 59) และการที่จำนวนคู่แข่งในธุรกิจเพิ่มมากขึ้น (ร้อยละ 56)

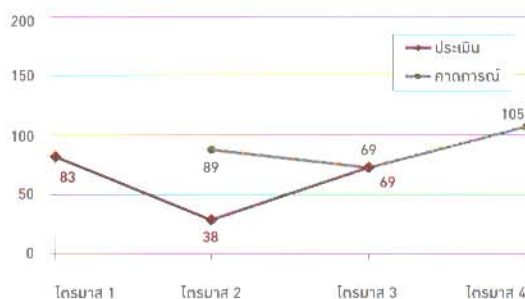
ภาพที่ 2 ดัชนีวัดระดับการแข่งขันในไตรมาสที่ 4 ปี 2553
(เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 3 = 100)



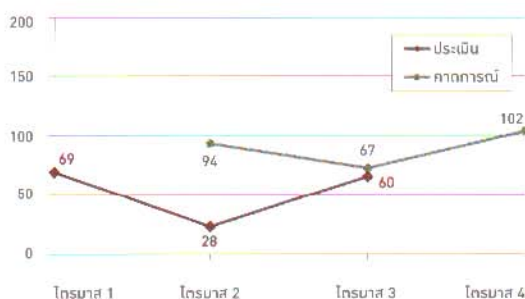
ธุรกิจโรงแรมและที่พัก และนำเที่ยว เป็นธุรกิจที่เผชิญการแข่งขันสูงที่สุด เกือบร้อยละ 80 ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมองว่า ธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบันมีปัญหาคัดราคากันเองสูง นอกจากนี้ เกือบร้อยละ 50 ยังกังวลกับปัญหาการเพิ่มขึ้นของคู่แข่งในธุรกิจ ซึ่งรวมถึงปัญหาผู้ประกอบการที่ไม่ได้จดทะเบียน และมัคคุเทศก์เถื่อนด้วย ในขณะที่ธุรกิจโรงแรมที่มีราคาห้องพักต่ำถึงปานกลาง (ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อคืน) จะเผชิญกับการแข่งขันด้านราคา และผู้ประกอบการที่ไม่ได้จดทะเบียน โรงแรมที่มีราคาห้องพักสูง (สูงกว่า 5,000 บาทต่อคืน) จะเผชิญกับปัญหาคัดราคาน้อยกว่า แต่จะพบปัญหาการแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่ และผู้ประกอบการต่างชาติมากขึ้น

ดัชนีความเชื่อมั่น แบ่งตามประเภทธุรกิจ

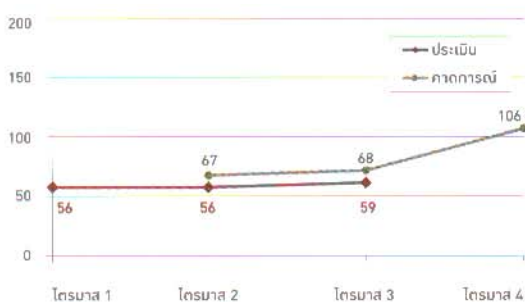
ภาพที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจโรงแรมและที่พัก



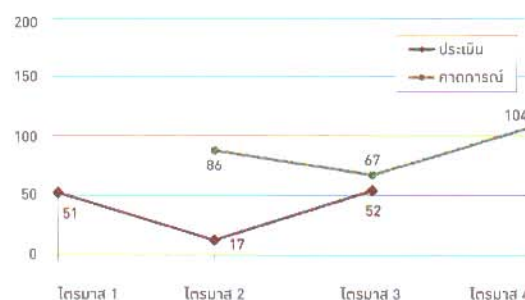
ภาพที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจน้ำดื่ม



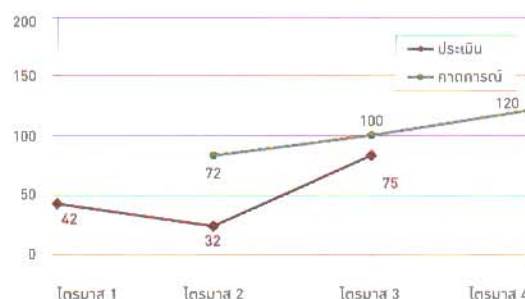
ภาพที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจขนส่ง



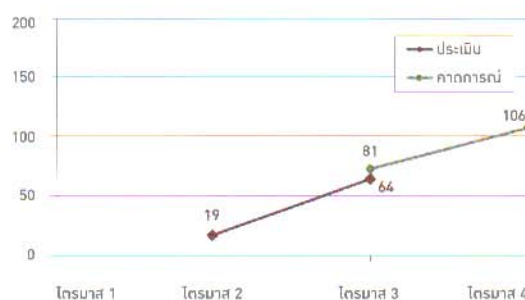
ภาพที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านขายของกระติก และร้านค้าทั่วไป



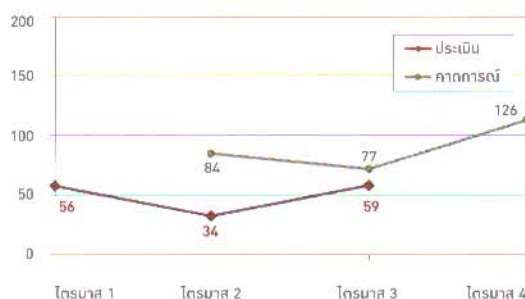
ภาพที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม



ภาพที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจสปา



ภาพที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง



2. ผลการสำรวจความคิดเห็น นักท่องเที่ยว

2.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลการสำรวจความเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ต้องการเดินทางมาพักผ่อน และเป็นการเดินทางเป็นกลุ่มกับเพื่อนหรือครอบครัว โดยปัจจัยในการเลือกมาท่องเที่ยวประเทศไทยคือ อาหารไทย (ร้อยละ 42) ความสวยงามของธรรมชาติ (ร้อยละ 39) และความปลอดภัย (ร้อยละ 37)

แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรม (ร้อยละ 40) และความพึงพอใจจากการเที่ยวในไตรมาสนี้ยังอยู่ในเกณฑ์พอใจ ใกล้เคียงกับไตรมาสที่ 2

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเห็นว่า การพัฒนาคุณภาพและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว รวมถึงการไปประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์ที่สามารถช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวมายังประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการสำรวจพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยพบว่า ร้อยละ 68 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแผนการเดินทางท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4 (สูงกว่าในไตรมาสที่ 3) เนื่องจากมีวันหยุดเทศกาลหลายวัน โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลปีใหม่

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปเที่ยวในภาคเหนือและภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปเที่ยวในจังหวัดที่มีความหลากหลายมากขึ้น และจะเลือกไปท่องเที่ยว

ที่ยังสถานที่ใหม่ๆ และลักษณะสถานที่พักที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ รีสอร์ท (ร้อยละ 45) รองลงมาคือ โรงแรม (ร้อยละ 27)

ในไตรมาสที่ 4 นักท่องเที่ยวไทยมีแผนการเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศใกล้เคียงกับในไตรมาสที่ 3 โดยส่วนใหญ่จะมีจุดหมายปลายทางที่ประเทศใกล้เคียง เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ หรือประเทศในกลุ่มอาเซียน เป็นต้น

ปัจจัยหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4 ยังคงเป็นลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 64) และช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (ร้อยละ 62) โดยนักท่องเที่ยวจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่คำนึงถึง ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 72) โดยเฉพาะสถานท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชายหาด ทะเล น้ำตก หรือภูเขา รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ไม่แพง (ร้อยละ 61) ความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 56) และความปลอดภัยของการท่องเที่ยว (ร้อยละ 34) ดังนั้น นโยบายที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดยังคงเป็นการพัฒนาคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน

แหล่งข้อมูลหลักในการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 80) รองลงมา คือ คำแนะนำจากครอบครัวและเพื่อน (ร้อยละ 48) นอกจากนี้ แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากขึ้น คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ (ร้อยละ 30) ผู้ประกอบการจึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ใหม่ๆ ทางช่องทางเหล่านี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวมากขึ้น

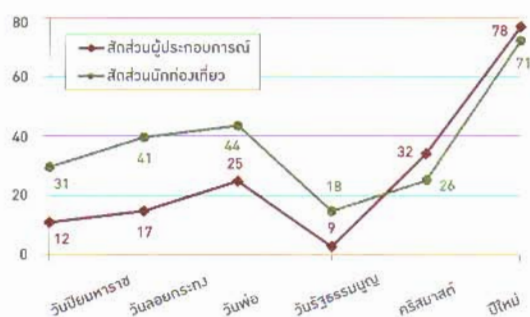
3. การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ในไตรมาสที่ 4

ไตรมาสที่ 4 เป็นไตรมาสที่มีวันหยุดเทศกาลมากกว่าในไตรมาสอื่นๆ ได้แก่ วันปิยมหาราช เทศกาลลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา (วันพ่อ) วันรัฐธรรมนูญ เทศกาลคริสต์มาส และเทศกาลปีใหม่ วันหยุดเทศกาลเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศกลับมาดีขึ้นในช่วงปลายปี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวช่วงเทศกาลในปีนี้จะดีกว่าในปีที่ผ่านมา ทั้งในแง่จำนวนนักท่องเที่ยว (113) และรายได้ (111)

โดยวันหยุดเทศกาลที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าจะมีผลดีต่อธุรกิจตนเอง ได้แก่ เทศกาลปีใหม่ (ร้อยละ 78) คริสต์มาส (ร้อยละ 32) และวันพ่อ (ร้อยละ 25)

ทั้งนี้ธุรกิจที่มีดัชนีความเชื่อมั่นช่วงเทศกาลสูงที่สุดคือ ธุรกิจขนส่ง (131) ในขณะที่ธุรกิจนำเที่ยว Inbound เป็นธุรกิจที่มีดัชนีความเชื่อมั่นช่วงเทศกาลต่ำสุด (95)

ภาพที่ 10 สัดส่วนผู้ประกอบการที่คิดว่าวันหยุดเทศกาลจะมีผลดีต่อธุรกิจ และสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มีแผนเดินทางวันหยุดเทศกาลต่างๆ



นักท่องเที่ยวไทยสนใจที่จะเดินทางมากที่สุดในช่วงเทศกาลปีใหม่ (ร้อยละ 71) วันพ่อ (ร้อยละ 44) และวันลอยกระทง (ร้อยละ 41) โดยจุดหมายของนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลได้แก่ จังหวัดทางภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย และจังหวัดชายทะเล เช่น ภูเก็ต หัวหิน และระยอง เป็นต้น โดยเฉพาะเทศกาลปีใหม่และลอยกระทง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแผนจะเดินทางไปภาคเหนือมากเป็นพิเศษ

4. ค่าคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว ต่างชาติไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ.2553

จากเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมืองในช่วงต้นไตรมาสที่ 2 ส่งผลให้ปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างมาก อย่างไรก็ตาม หลังจากเหตุการณ์สงบลงและสถานการณ์ทางการเมืองเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น ในเดือน ก.ค.และส.ค. ปี 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดือนเม.ย.-พ.ค. มาก โดยกลับมาเพิ่มสูงกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2552 เล็กน้อย (ในเดือน ก.ค. นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 1.09 ล้านคนในปี 2552 เป็น 1.25 ล้านคนในปี 2553 คิดเป็นร้อยละ 14.2 ในขณะที่เดือนสิงหาคม นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 1.15 ล้านคนในปี 2552 เป็น 1.25 ล้านคนในปี 2553 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.9) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแสดงถึงการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วของความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

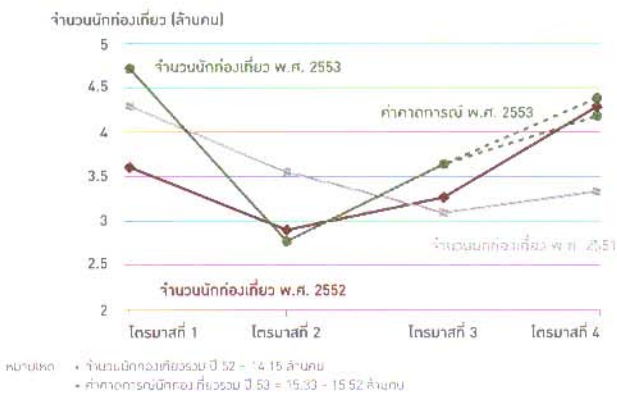
จากแนวโน้มการฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบกับช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่กำลังจะมาถึงในไตรมาสที่ 4 จึงคาดการณ์ได้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 4 ปี 2553 น่าจะสูงถึง 4.19 - 4.39 ล้านคน สูง

โครงการการรายงานและพยากรณ์สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

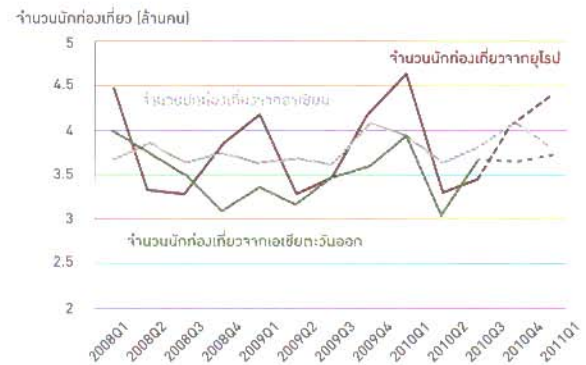
ขึ้นจากปีที่ผ่านมาเล็กน้อย ซึ่งจะทำให้ยอดนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมในปี 2553 อยู่ที่ระดับ 15.33 - 15.52 ล้านคน ปรับตัวสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 8.3 - 9.7

พบว่าในไตรมาสที่ 4 ปี 2553 จะมีนักท่องเที่ยวจากยุโรป จำนวน 1.18 ล้านคน นักท่องเที่ยวจากอาเซียน 1.17 ล้านคน และนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก 0.92 ล้านคน

ภาพที่ 11 ค่าคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2553



ภาพที่ 12 ปริมาณนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค



ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2553 (ล้านคน)

ภูมิภาค	รวมปี 52	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	รวม*
อาเซียน	3.65	1.11	0.91	1.03	1.17	4.22
ยุโรป	2.95	1.58	0.70	0.82	1.18	4.28
เอเชียตะวันออก	3.28	1.10	0.55	0.95	0.92	3.52
อื่นๆ	4.27	0.87	0.70	0.82	1.02	3.41
รวมทั้งหมด*	14.15	4.66	2.86	3.62	4.29	15.43

* = ค่าคาดการณ์เฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยว

ด = จำนวนนักท่องเที่ยวรวมทุกประเทศ

สำหรับค่าคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน ยุโรป และเอเชียตะวันออก ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติหลัก

นักท่องเที่ยวจากยุโรปเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการเดินทางที่ค่อนข้างแน่นอนตามฤดูกาล ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียจะมีความผันผวนค่อนข้างสูง ดังนั้นแนวทางในการกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ควรอยู่ในรูปแบบของการสร้างความเชื่อมั่นและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย เนื่องจาก เป็นตลาดใหญ่ที่อ่อนไหวกับสถานการณ์ในประเทศไทยสูง โดยอาจจะจัดงานต่าง ๆ ตามเทศกาลในช่วงปลายปี เช่น วันคริสต์มาส และปีใหม่ เป็นต้น โดยผสมผสานกับแนวคิด และความเป็นไทย

ถึงมีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนจากการสำรวจตัวแทนผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการสำรวจรายไตรมาส และรายปี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและดูแนวโน้มนโยบาย ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแยกได้ตามภูมิภาค และประเภทธุรกิจ

การคำนวณดัชนีชี้วัดการขยายตัวผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกไตรมาส โดยใช้ค่าตามหลักเกณฑ์ของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่

- คำนวณดัชนีชี้วัดการขยายตัวผู้ประกอบการเอกชนในพื้นที่ หรือธุรกิจภายใน ในไตรมาสก่อนหน้า เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการขยายตัวปกติที่ค่าคาดหวังจะเกิดขึ้นในช่วงนี้อยู่
- คำนวณดัชนีชี้วัดการขยายตัวผู้ประกอบการในพื้นที่ หรือธุรกิจภายใน ในไตรมาสที่จะถึงจะเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการขยายตัวปกติที่ค่าคาดหวังจะเกิดขึ้นในช่วงนี้อยู่

ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้จาก: ลดลงมาก (0), ลดลง (10), เหมือนเดิม (100), เพิ่มขึ้น (150), หรือ เพิ่มขึ้นมาก (200) จากปีฐานปี 2008 (ปี 2008) โดยคำนวณดัชนีชี้วัดการขยายตัว 100 แสดงว่าผู้ประกอบการประเมินว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวจะดีกว่าสถานการณ์ปกติ นอกจากนี้ยังมีค่าตามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลอีกด้วย

สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 3 ปี 2553 (สำรวจเดือน ส.ค.-ก.ย.) นี้มีตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องตอบแบบสอบถามทั้งหมด 1,178 คน ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 687 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 111 คน

ผู้ที่สนใจสามารถติดตามข่าวสารโครงการได้ที่เว็บไซต์ www.thailandtourismcouncil.org

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)
e-mail: info@thailandtourismcouncil.org