

THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX 2011 / 1

MARCH 2011

ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยว ในประเทศไทย ไตรมาสที่ 1 ปี 2554

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

โครงการการรายงานและพยากรณ์
สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
และความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ
ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar of the Kingdom

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวไตรมาสที่ 1 ปี 2554 อยู่ที่ระดับ 97 ปรับตัวสูงขึ้นมาจากไตรมาส 4 ปี 2553 ใกล้เคียงระดับปกติ
- ผู้ประกอบการเชื่อมั่นว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 จะดีกว่าระดับปกติ (108) โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสงกรานต์ และวันหยุดยาวในเดือนพ.ค.*

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

โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อคาดการณ์ และสะท้อนถึง
สถานการณ์การท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต
(รายไตรมาส) และเผยแพร่ให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้
เพื่อที่จะได้เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง
ที่จะเกิดขึ้นได้

การศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. การสำรวจและจัดทำดัชนีความเชื่อมั่น
ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว
2. การสำรวจการวางแผนท่องเที่ยวและความคิดเห็น
นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
3. การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- ผู้ประกอบธุรกิจขนส่ง โรงแรมและที่พักระดับราคาสูงกว่า 5,000 บาท
ต่อคืน เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีดัชนีความเชื่อมั่นสูงกว่าธุรกิจอื่นๆ และอยู่ใน
ระดับสูงกว่าปกติ ทั้งในไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ของปี 2554
- ร้อยละ 61 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแผนการเดินทางท่องเที่ยว
ในประเทศในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2554 โดยมีเป้าหมายหลัก
อยู่ทางภาคใต้ และภาคตะวันออกที่มีชายทะเลสวยงาม ได้แก่
ภูเก็ต ประจวบคีรีขันธ์ หัวหิน ชลบุรี ระยอง พัทยา
- นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 54) ยังคงให้ความสนใจกับ
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ อาหาร
ความคุ้มค่าเงิน วัฒนธรรมและศาสนา และความหลากหลายของ
กิจกรรมต่างๆ ตามลำดับ
- คาดการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 ประมาณ
3.64 - 3.98 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.68 - 37.31 จากไตรมาสที่
2 ปี 2553 (2.90 ล้านคน)
- เหตุการณ์สึนามิที่ประเทศญี่ปุ่นในช่วงต้นเดือนมีนาคม 2554 คาดว่าจะ
ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นลดลง ร้อยละ 20 - 30
ในช่วง 6 เดือนข้างหน้า คิดเป็นจำนวน 1.16-1.75 แสนคนในปี 2554

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการไตรมาสที่ 1 ปี 2554 (ม.ค. - มี.ค.
2554) เท่ากับ 97 ต่ำกว่าที่เคยคาดการณ์ไว้เล็กน้อย แต่ปรับตัวสูง
กว่าในไตรมาสที่ 4 ปี 2553 มาก เนื่องจากปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบ
ต่อการท่องเที่ยวในไตรมาสก่อนคลี่คลายไปในทางที่ดี
- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการไตรมาสที่ 2 ปี 2554 (เม.ย. - มิ.ย.
2554) เท่ากับ 108 สูงกว่าไตรมาสที่ 1 ของปี ทั้งนี้ไตรมาสที่ 2
เป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวติดต่อกันทั้งในช่วงเทศกาลสงกรานต์เดือน
เมษายน และวันวิสาขบูชาในเดือนพฤษภาคม ซึ่งผู้ประกอบการ
ให้ความเชื่อมั่นว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล
(สงกรานต์ และวันหยุดยาวเดือนพ.ค.) จะอยู่ในระดับดีกว่าปกติ (118)
- ผู้ประกอบการภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
มีความเชื่อมั่นสูงกว่าผู้ประกอบการในภูมิภาคอื่นๆ และอยู่ในระดับ
สูงกว่าปกติ ทั้งในไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ของปี 2554

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 200 โดย

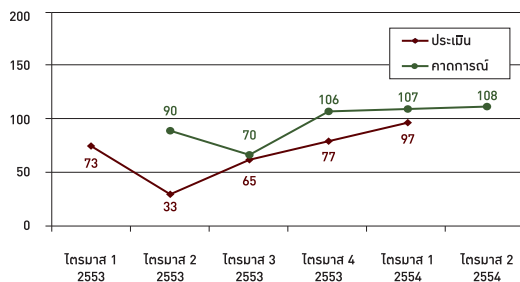
- ค่าดัชนีสูงกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์ดีกว่าระดับปกติ
- ค่าดัชนีเท่ากับ 100 หมายความว่าสถานการณ์เท่ากับระดับปกติ
- ค่าดัชนีต่ำกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์แย่กว่าระดับปกติ

*หมายเหตุ การสำรวจความคิดเห็นและการคาดการณ์ของผู้ประกอบการในครั้งนี จัดทำขึ้นก่อนที่จะมีเหตุการณ์อุทกภัยทางภาคใต้

1. ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วประเทศในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2554 จำนวน 1,395 ราย พบว่า **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 1 ปี 2554 (ม.ค. - มี.ค. 2554) เท่ากับ 97** ผู้ประกอบการประเมินว่าสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับเกือบปกติ ทั้งนี้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการได้ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมากจากดัชนีความเชื่อมั่นในไตรมาสที่ 4 ปี 2553 (77) เนื่องจากปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในไตรมาศก่อน ทั้งปัญหาภัยธรรมชาติ และการแข็งตัวของค่าเงินบาทคลี่คลายไปในทางที่ดี

ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นการท่องเที่ยวประเทศไทยปี 2553 - 2554



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 (เม.ย.-มิ.ย. 2554) เท่ากับ 108 ซึ่งยังคงอยู่ในระดับใกล้เคียงกับการคาดการณ์ในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2554 ที่ผ่านมา เป็นสัญญาณที่ดีว่าผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นว่าธุรกิจการท่องเที่ยวไทยจะยังคงอยู่ในระดับที่ดีกว่าระดับปกติอย่างต่อเนื่องในช่วงไตรมาสหน้า

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 50) ให้ความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ส่งผลดีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2554 มากที่สุด

ในขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 65 มองว่าความไม่แน่นอนในสถานการณ์ทางการเมืองยังคงเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางลบต่อธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งนี้ หากมีการชุมนุมประท้วงทางการเมืองในไตรมาสหน้า ผู้ประกอบการร้อยละ 64 ให้ความเห็นว่าจะส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยวแย่ถึงแย่มาก

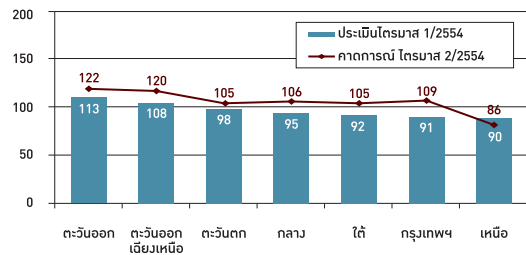
นอกจากนี้ อีกปัจจัยหนึ่ง que ผู้ประกอบการร้อยละ 49 มีความกังวลว่าจะส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสหน้า คือ **สภาพเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 ซึ่งคาดว่าจะยังไม่ดีขึ้นเท่าที่ควร**

1.1 ดัชนีความเชื่อมั่นแยกตามภูมิภาค

ผู้ประกอบการในเกือบทุกภูมิภาคประเมินผลการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2554 ต่ำกว่าระดับปกติเล็กน้อย ยกเว้นผู้ประกอบการในภาคตะวันออก (113) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (108)

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกือบทุกภูมิภาคเชื่อมั่นว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวไตรมาสที่ 2 ปี 2554 จะดีกว่าระดับปกติเล็กน้อย และดีกว่าในไตรมาสที่ 1 ที่ผ่านมา โดยเฉพาะผู้ประกอบการในภาคตะวันออก (122) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (120) โดยมีเพียงผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือ (86) เท่านั้นที่เชื่อมั่นว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2554 จะลดลงกว่าระดับปกติเล็กน้อย

ภาพที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นการท่องเที่ยวประเทศไทยแบ่งตามภูมิภาค ไตรมาสที่ 1 และ ไตรมาสที่ 2 ปี 2554



1.2 ดัชนีความเชื่อมั่นแยกตามประเภทธุรกิจ

ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวมีความเห็นแตกต่างกันในการประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1 ปี 2554 โดยผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง (115) ธุรกิจโรงแรมที่ห้องพักราคา 5,000 - 7,000 บาทต่อคืน (111) และโรงแรมที่ราคาสูงกว่า 7,000 บาทต่อคืน (110) เป็นธุรกิจที่มีความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวดีที่สุด แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง

ในขณะที่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว Inbound (84) และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น Theme Park สถานบันเทิง และสวนสัตว์ (87) เป็นกลุ่มที่ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ต่ำที่สุด ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น

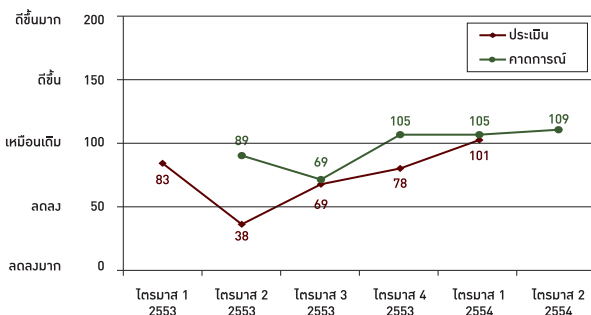
ส่วนการคาดการณ์สถานการณ์ในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 ผู้ประกอบการเกือบทุกประเภทธุรกิจเชื่อมั่นว่าไตรมาสที่ 2 ปี 2554 สถานการณ์การท่องเที่ยวจะดีขึ้นจากระดับปกติเล็กน้อย โดยผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นสูงที่สุดเมื่อเทียบกับธุรกิจประเภทอื่นๆ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักที่ราคาสูงกว่า 7,000 บาทต่อคืน (127) ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง (120) และ ธุรกิจโรงแรมที่ห้องพักราคา 5,000 - 7,000 บาทต่อคืน (118) ในขณะที่ ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกั

การท่องเที่ยว เช่น Theme Park สถานบันเทิง และสวนสัตว์ มีความเชื่อมั่นว่า การท่องเที่ยวในส่วนของธุรกิจของตนจะอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติเล็กน้อย (93)

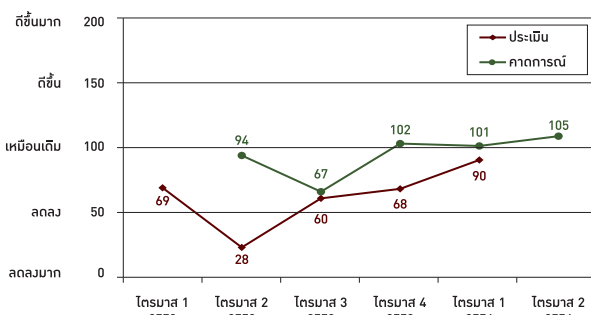
ผู้ประกอบการร้อยละ 53 คาดว่าในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 การแข่งขันในธุรกิจจะสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับระดับปัจจุบัน โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม และที่พักที่ราคาห้องสูงกว่า 5,000 บาทต่อคืน และธุรกิจนำเที่ยว Inbound รวมทั้งผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และ ภาคกลาง โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่ ได้แก่ การที่จำนวนคู่แข่งในธุรกิจเพิ่มมากขึ้น (ร้อยละ 53) และ ปัญหาการตัดราคาระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน (ร้อยละ 46)

ดัชนีความเชื่อมั่นแบ่งตามประเภทธุรกิจ

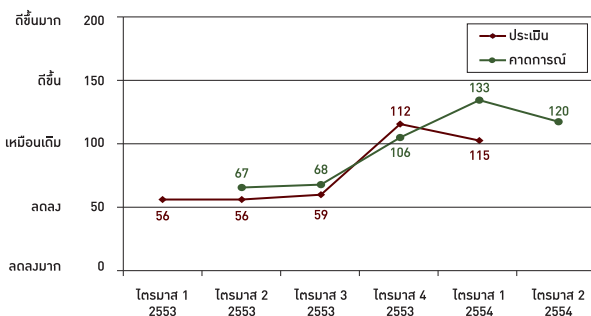
ภาพที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจโรงแรม



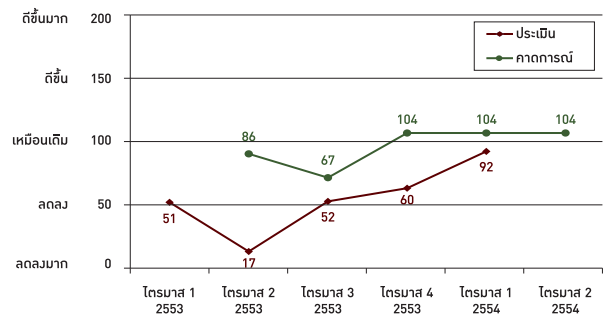
ภาพที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจนำเที่ยว



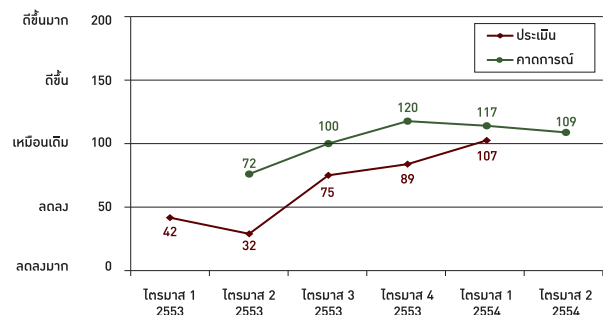
ภาพที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจขนส่ง



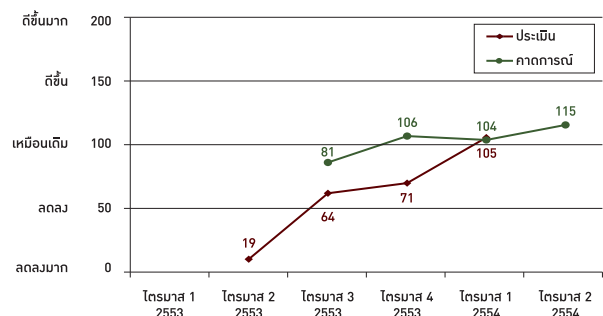
ภาพที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และร้านค้าทั่วไป



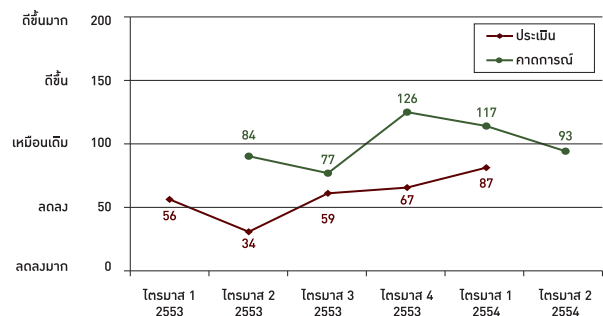
ภาพที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหาร และเครื่องดื่ม



ภาพที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจสปาและนวด



ภาพที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง



2. ผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

2.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 1 ปี 2554 จำนวน 152 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 45) เดินทางมาประเทศไทยเพื่อการพักผ่อน และส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 34) โดยร้อยละ 88 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มากถึงมากที่สุด

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 54) อาหารไทย (ร้อยละ 42) ความคุ้มค่าเงิน (ร้อยละ 35) วัฒนธรรม และศาสนา (ร้อยละ 34) และความหลากหลายของกิจกรรมต่างๆ (ร้อยละ 31) ซึ่งใกล้เคียงกับผลการสำรวจในปี 2553

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62) หาข้อมูลในการเตรียมตัวเดินทางท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ คำแนะนำจากครอบครัวและเพื่อน (ร้อยละ 35) และหนังสือนำเที่ยว (ร้อยละ 32)

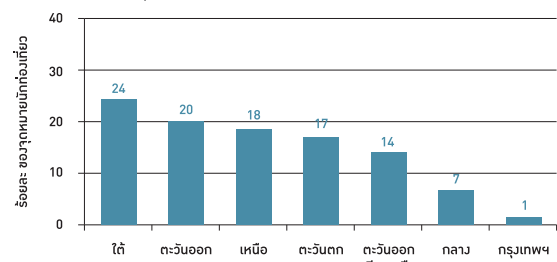
นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 54) เห็นว่า การพัฒนาระบบการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์ที่สามารถช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ รองลงมาได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ประเทศ (ร้อยละ 38) และการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 38)

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 662 คนทั่วประเทศ พบว่า ร้อยละ 61 ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2554 ลดลงจากร้อยละ 71 ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2554 ส่วนแผนการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมีแนวโน้มลดลงจากในไตรมาสที่ผ่านมา โดยมีเพียงร้อยละ 11 ที่มีแผนการท่องเที่ยวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปเที่ยวในภาคใต้ (ร้อยละ 24) และภาคตะวันออก (ร้อยละ 20) โดยมีจุดหมายหลักคือ จังหวัดที่มีชายทะเลสวยงาม เช่นภูเก็ต ประจวบคีรีขันธ์ หัวหิน ชลบุรี ระยอง พัทยา เป็นต้น เนื่องจาก ไตรมาส 2 เป็นช่วงฤดูร้อนซึ่งเป็น high season ของการท่องเที่ยวทะเล

ภาพที่ 10 จุดหมายนักท่องเที่ยวชาวไทยไตรมาสที่ 2 ปี 2554



นอกจาก แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลแล้ว นักท่องเที่ยวไทยยังมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ทางภาคเหนือด้วยเช่นกัน เช่น จังหวัดเชียงใหม่ น่าน และแพร่ เป็นต้น รวมทั้งจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เขาใหญ่ กาญจนบุรี ราชบุรี และ อุรุษยา

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่วางแผนจะเดินทางไปเที่ยวกับครอบครัว (ร้อยละ 34) และเพื่อนฝูง (ร้อยละ 26) โดยสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับบริษัททัวร์ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 4 เท่านั้น ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัว (ร้อยละ 54)

ปัจจัยหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2 ของปี 2554 ใกล้เคียงกับในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2554 คือ ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 68) รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลาเทศกาลท่องเที่ยว (ร้อยละ 54) ราคาและคุณภาพของที่พัก (ร้อยละ 46) โดยปัจจัยทางด้านราคาน้ำมันเริ่มมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น (ร้อยละ 20) ในขณะที่สถานการณ์ทางการเมืองมีความสำคัญลดลงอย่างต่อเนื่อง (ร้อยละ 10)

ทั้งนี้ จากการสอบถามนักท่องเที่ยวถึงความกังวลในสถานการณ์ทางการเมืองพบว่า ร้อยละ 37 ไม่มีความกังวล และร้อยละ 38 มีความกังวลเพียงเล็กน้อย รวมทั้งนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 70 ให้ความเห็นว่า หากมีการยุบสภาและเลือกตั้งในไตรมาสถัด ก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวแต่อย่างใด

สำหรับการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 70) รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 54) และค่าใช้จ่ายที่ไม่แพง (ร้อยละ 45)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75) หาข้อมูล หรือวางแผนล่วงหน้า ในการเตรียมตัวเดินทางท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือคำแนะนำจากครอบครัวและเพื่อน (ร้อยละ 42) โดยในไตรมาสนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาให้ความสำคัญกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการหาข้อมูลในการเตรียมตัวเดินทางท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ 35

รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีผลในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุดได้แก่ แพคเกจที่พักราคาดูก (ร้อยละ 30) รองลงมาได้แก่ การใช้ภาพสวยๆ ในการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ร้อยละ 26)

นักท่องเที่ยวต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวปรับปรุง หรือพัฒนาคุณภาพการให้บริการในเรื่องของความสะอาดมากที่สุด (ร้อยละ 67) รองลงมาได้แก่ ความปลอดภัย (ร้อยละ 63) และการบริการของพนักงาน (ร้อยละ 44) นโยบายที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ภาครัฐสนับสนุน มากที่สุดคือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว (ร้อยละ 59) รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 56) และการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในประเทศ (ร้อยละ 32)

ทั้งนี้ จากการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายใหม่ๆ ของทางภาครัฐ ได้แก่ การห้ามนำสุราเข้าไปดื่มในอุทยานแห่งชาติ นักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 69 รับประทานและเห็นด้วยต่อมาตรการดังกล่าว โดยมีเพียงร้อยละ 14 ที่รับประทานแต่ไม่เห็นด้วย ส่วนการประกาศปิดอุทยานแห่งชาติในแถบทะเลอันดามันบางแห่งเพื่อฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวร้อยละ 41 รับประทานและเห็นด้วย ส่วนที่รับประทานแต่ไม่เห็นด้วยมีเพียงร้อยละ 12 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการรักษาและฟื้นฟูสภาพของแหล่งท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 2 ปี 2554

ไตรมาสที่ 2 ปี 2554 มีเทศกาลสำคัญคือ วันสงกรานต์ วันพีชมงคล และวันวิสาขบูชา ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชื่อมั่นว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลดังกล่าว จะอยู่ในระดับสูงกว่าปกติ (118) โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักที่มีราคาสูงกว่า 7,000 บาทต่อคืน (140) ธุรกิจขนส่ง (129) และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (126) เป็นกลุ่มธุรกิจที่ผู้ประกอบการต่างเชื่อมั่นว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลจะดีกว่าในระดับปกติค่อนข้างมาก และเมื่อพิจารณารายภูมิภาคพบว่า ผู้ประกอบการในภาคตะวันออก (129) และตะวันออกเฉียงเหนือ (123) เป็นภูมิภาคที่ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลมากที่สุด

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการได้เตรียมความพร้อม และหากลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าในช่วงเทศกาลดังกล่าว เช่น การเพิ่มการประชาสัมพันธ์ และการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวไทยมีแผนการเดินทางในช่วงเทศกาลสงกรานต์ร้อยละ 29 เป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยว คือจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดอื่นๆ เช่น พัทธยา ตราด อุบลราชธานี และราชบุรี เป็นต้น โดยร้อยละ 24 ของนักท่องเที่ยว จะเริ่มออกเดินทางก่อนวันที่ 9 เมษายน และร้อยละ 19 มีแผนการออกเดินทางในวันที่ 10 เมษายน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแผนการเดินทางโดยใช้นานพาหนะส่วนตัว (ร้อยละ 67) และเป็นการเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว (ร้อยละ 44)

ปัญหาหลักที่นักท่องเที่ยวกังวลในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ได้แก่ ปัญหาการเดินทางที่ยากลำบาก (ร้อยละ 44) ปัญหาการดื่มสุรา (ร้อยละ 21) และการเล่นน้ำที่รุนแรงมากเกินไป (ร้อยละ 20) โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงมากที่สุดในช่วงเทศกาลสงกรานต์คือ การเพิ่มความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 38) และการดูแลเรื่องอุบัติเหตุ (ร้อยละ 33)

ส่วนนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่ประกาศเพิ่มวันหยุด (วันที่ 16 พ.ค.) ให้เป็นวันหยุดยาว 5 วัน ในช่วงวันพีชมงคล และวันวิสาขบูชา ผู้ประกอบการร้อยละ 37 ให้ความเห็นว่า ส่งผลกระทบบางทางที่ดีต่อธุรกิจท่องเที่ยว และร้อยละ 25 เห็นว่าจะทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวดีขึ้นมาก แต่เมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวกลับพบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 43 ยังไม่ทราบในการประกาศครั้งนี้ และร้อยละ 33 ทราบแต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยมีเพียงร้อยละ 24 ที่ทราบและมีผลทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงนี้ ทั้งนี้ เพื่อให้มาตรการดังกล่าวมีผลต่อการกระตุ้นการท่องเที่ยว รัฐบาลควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์มาตรการดังกล่าวให้ทั่วถึงยิ่งขึ้น

4. ค่าคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว ไตรมาสที่ 2 ปี 2554

จากข้อมูลในปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน ทำให้คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 1 ปี 2554 จะเพิ่มสูงถึง 5.19 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.34 จากปี 2553

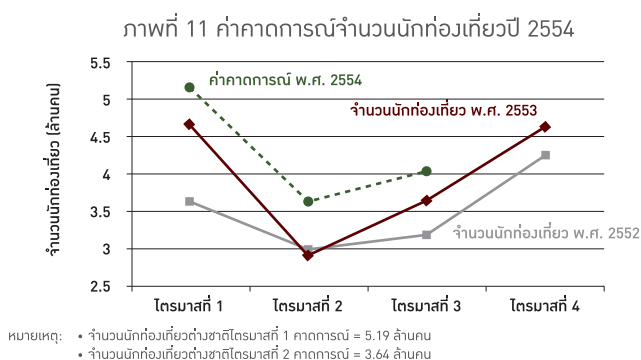
แต่อย่างไรก็ตาม ไตรมาสที่ 2 เป็นช่วง low season ที่โดยปกติแล้วจะเป็นไตรมาสที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวน้อยที่สุดในรอบปี นอกจากนี้ ในช่วงเดือนมีนาคมที่ผ่านมา มีเหตุการณ์สำคัญหลายเหตุการณ์ เช่น เหตุการณ์แผ่นดินไหวและสึนามิที่ประเทศญี่ปุ่น เหตุการณ์ความรุนแรงในประเทศอียิปต์และลิเบียที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ และอุทกภัยรุนแรงที่เกิดขึ้นในภาคใต้ ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ น่าจะส่งผลกระทบต่อทางลบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 2 ที่กำลังจะมาถึง

จากเหตุการณ์แผ่นดินไหวและสึนามิครั้งประวัติศาสตร์ที่ประเทศญี่ปุ่น คาดว่าจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาประเทศไทย ลดลงร้อยละ 20 - 30 ในช่วง 6 เดือนข้างหน้า ซึ่งน่าจะส่งผลให้จำนวน นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในปี 2554 ลดลง 1.16 – 1.75 แสนคน

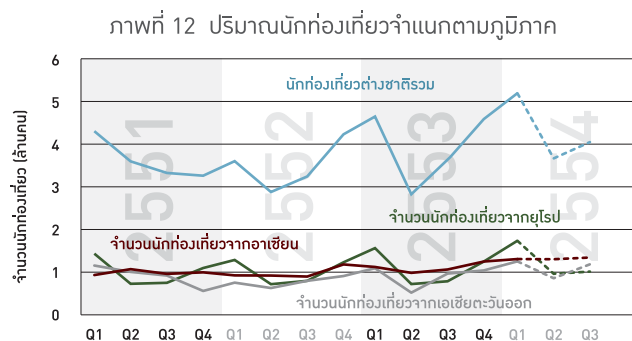
ส่วนเหตุการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้นที่ประเทศอียิปต์และลิเบียแม้ว่าจะยังไม่ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางในเดือนก.พ.ลดลง แต่หากเหตุการณ์ยังคงรุนแรงและยืดเยื้อ ก็อาจจะส่งผลให้จำนวนนัก ท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางลดลงถึง 6 หมื่นคนในไตรมาสที่ 2 ของปีนี้

สำหรับปัญหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในภาคใต้ นั้น หากสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างรวดเร็ว ก็อาจจะไม่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่าง ชาตินัก โดยนักท่องเที่ยวที่วางแผนแล้วหรือเดินทางมาแล้ว อาจจะ เปลี่ยนจุดหมายไปยังภาคอื่นๆ เช่น ภาคตะวันออก แทน แต่หาก ปัญหามุทกภัยนี้กินระยะเวลายาวนาน ก็อาจจะส่งผลให้จำนวนนักท่อง เที่ยวต่างชาติลดลงถึงร้อยละ 5 หรือประมาณ 6 หมื่นคนต่อเดือน

ทั้งนี้ หากปัญหาแผ่นดินไหว ความรุนแรงในตะวันออกกลาง และ อุทกภัยในภาคใต้ สามารถแก้ไขได้โดยเร็ว ก็น่าจะส่งผลกระทบต่อ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มาก และทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่าง ชาตินในไตรมาสที่ 2 เท่ากับ 3.98 ล้านคน แต่หากปัญหาดังกล่าวกิน ระยะเวลานาน ก็อาจจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเหลือเพียง 3.64 ล้านคน ลดลงร้อยละ 30 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2554 แต่ยังคงเพิ่ม ขึ้นร้อยละ 25.68 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2553 (2.90 ล้านคน) ซึ่งการ เติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 2 นี้มีปัจจัยหนุน อยู่ 2 ประการ คือ (1) ในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2554 จำนวนนักท่องเที่ยว ได้เพิ่มสูงขึ้นกว่าในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2553 มาก และ (2) จำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2 ปี 2553 มีจำนวนน้อยกว่าปกติมาก จากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง



เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติตามภูมิภาคที่สำคัญ พบว่าใน ไตรมาสที่ 2 ปี 2554 ค่าคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจาก ประเทศในกลุ่มอาเซียน เท่ากับ 1.32 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.12 จากปี 2553 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากยุโรปจำนวน 0.93 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.64 จากปี 2553 ส่วนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ทางการเมืองอย่างมากใน ช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (2552-2553) ดังนั้นหากไม่เกิดเหตุการณ์ความ รุนแรงทางการเมืองใดๆในไตรมาสที่ 2 ปี 2554 นี้ จำนวนนักท่องเที่ยว อาจะกลับไปอยู่ที่ระดับ 0.92 ล้านคน ใกล้เคียงกับในไตรมาสที่ 2 ปี 2551 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 68.04 จากปี 2553



ในภาพรวม การลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต่ำกว่าไตรมาส อื่นในปีเดียวกันเป็นการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล โดยเฉพาะในส่วนของ นักท่องเที่ยวจากยุโรปและอเมริกาซึ่งมักจะตัดสินใจเดินทางโดยคำนึง ถึงความแตกต่างทางสภาพอากาศเป็นสำคัญ การดำเนินนโยบายเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจจะไม่ได้ผลมากนัก ใน ขณะที่นักท่องเที่ยวจากเอเชียและอาเซียนเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการ ตัดสินใจขึ้นอยู่กับปัจจัยระยะสั้นอื่นๆมากกว่า (เช่นการประชาสัมพันธ์ หรือสถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น) ดังนั้น การดำเนินนโยบาย ประชาสัมพันธ์ หรือส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสที่ 2 โดยมุ่ง เน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้น่าจะได้ผลมากกว่า

5. ข้อเสนอแนะ

ถึงแม้ไตรมาสที่ 2 ของทุกปีจะเป็นช่วง low season ของนักท่องเที่ยวจาก ยุโรป แต่จากสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติ และการสำรวจความเห็นผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2554 มีแนวโน้มดีกว่าระดับปกติ โดยในภาพรวม ผู้ประกอบการยัง คงมีความมั่นใจในสถานการณ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้ประกอบการใน ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และผู้ประกอบการในธุรกิจ โรงแรมและที่พักราคาสูง (สูงกว่า 5,000 บาทต่อคืน) นอกจากนี้ผู้ประกอบการ

การมีความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาลสงกรานต์และวันหยุดยาวในเดือนพ.ค.ในระดับที่สูงเช่นกัน

การสำรวจความเห็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น ดังนั้น ความสะดวกในการเดินทางจะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับการรักษาและฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากสภาพแหล่งท่องเที่ยวนับเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

5.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

จากแนวโน้มความเชื่อมั่นผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับดีกว่าปกติ ภาครัฐควรใช้โอกาสนี้ในการดำเนินนโยบายเชิงรุก โดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

นอกจากนี้แล้ว ภาครัฐควรเน้นการลงทุนพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการบังคับใช้มาตรการต่างๆ ที่สามารถแก้ปัญหาและปรับปรุงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดและเร่งด่วน เนื่องจากสภาพของแหล่งท่องเที่ยวยังคงเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยว

จากการที่นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น รัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบขนส่ง และถนนหนทางให้มีความสะดวกสบายและปลอดภัยมากขึ้น (เช่น การปรับปรุงระบบรถไฟให้สะดวกและทั่วถึงมากยิ่งขึ้น เป็นต้น) รวมถึงการควบคุมและดูแลผู้ประกอบการให้มีมาตรฐาน (โดยเฉพาะปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยวต่างชาติ)

5.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

ในระยะสั้น ผู้ประกอบการที่เน้นตลาดยุโรปควรมาตรการเพิ่มเติม หรือพยายามขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียและอาเซียน หรือนักท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ทดแทนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีแนวโน้มลดลงในไตรมาสที่ 2 ของทุกปี โดยอาจจะเน้นการจัดแพ็คเกจสินค้าใหม่ๆ และการประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น facebook) มากยิ่งขึ้น

ในระยะยาว ผู้ประกอบการควรเพิ่มบทบาทการมีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาและรักษามาตรฐานการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัย ความสะอาด และความซื่อสัตย์ เนื่องจาก นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้น ชื่อเสียง และความไว้วางใจจะเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเที่ยวในประเทศไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยคำนวณจากผลการสำรวจทัศนคติผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการสำรวจรายไตรมาส และรายปี เพื่อประโยชน์ต่อการประกอบการและวางแผนนโยบาย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยยังแยกได้ตามภูมิภาค และประเภทธุรกิจ

การคำนวณดัชนีนี้กระทำโดยการถ่วงน้ำหนักผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกๆไตรมาส โดยใช้ค่าถ่วงน้ำหนักตามแนวทางของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่

- ถ่วงน้ำหนักผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้ อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
- ท่านคิดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้จะอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี

ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้จาก: ลดลงมาก (0), ลดลง (50), เหมือนเดิม (100), เพิ่มขึ้น (150), หรือ เพิ่มขึ้นมาก (200) จากนั้นจึงนำผลที่ได้ไปหาค่าเฉลี่ย โดยดัชนีที่มีผลดัชนีมากกว่า 100 แสดงว่าผู้ประกอบการประเมินว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวจะดีกว่าปีก่อนๆ นอกจากนี้ยังมีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลอีกด้วย

สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 1 ปี 2554 นี้มีตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวรวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องตอบแบบสอบถามทั้งหมด 1,395 คน ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 662 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 152 คน

ผู้สืบเสาะสามารถติดตามข่าวสารโครงการได้ที่เว็บไซต์ www.thailandtourismcouncil.org

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)

e-mail: info@thailandtourismcouncil.org