

THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ
การท่องเที่ยวในประเทศไทย

TOURISM SITUATION AND FORECAST
OF TOURISTS' BEHAVIOR
AND CONFIDENCE INDEX
OF THAILAND'S TOURISM INDUSTRY

โครงการการรายงานและพยากรณ์
สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
และความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

โครงการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) และคณะเศรษฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อคาดการณ์ และสะท้อนถึง
สถานการณ์ท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต (รายไตรมาส) และเผยแพร่
ให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้ เพื่อที่จะได้เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง
ที่จะเกิดขึ้นได้ โดยการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วนได้แก่ • ภาพรวมสถานการณ์
ทั่วไป • ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวธุรกิจการท่องเที่ยว •
ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ • การท่องเที่ยว
ช่วงเทศกาล • การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ • ข้อเสนอแนะ

การอ่านค่าดัชนี — ดัชนีความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0 — 200 โดย

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



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar of the Kingdom

100 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ
ธุรกิจท่องเที่ยว ในไตรมาสที่
1/2560 เท่ากับ 100
อยู่ในระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการ
ในไตรมาสที่ 2/2560
เท่ากับ 100 สะท้อนภาค
การท่องเที่ยวที่กลับมาสู่ปกติ

100

ไตรมาส 2/2560 คาดว่าจะมี
นักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.07 ล้านคน
เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.89 จากปีก่อน

•

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2560 เท่ากับ 100 อยู่ในระดับปกติหลังจากคาดการณ์ต่ำกว่าปกติเล็กน้อยมาต่อเนื่อง 4 ไตรมาส และคาดการณ์ไตรมาส 2/2560 เท่ากับ 100 เช่นกัน สะท้อนสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยที่กลับมาเป็นปกติหลังจากได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ ตลอดปี 2559
- ในไตรมาส 2/2560 ผู้ประกอบการวางแผนดำเนินกลยุทธ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน โดยเน้นไปที่การทำตลาดออนไลน์และการใช้โปรโมชั่นมากขึ้น
- สถานการณ์จากนโยบายจัดระเบียบทัวร์ผิดกฎหมายเริ่มดีขึ้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินว่าไม่ได้รับผลกระทบจากนโยบายดังกล่าว และมีสัดส่วนผู้ที่ระบุว่าได้รับผลกระทบน้อยลงจากไตรมาสก่อนเล็กน้อย ในขณะที่มีสัดส่วนผู้ที่เห็นด้วยกับนโยบายดังกล่าวเพิ่มขึ้น
- นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 75 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทยในไตรมาสนี้คิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 3.96 (คะแนนเต็ม 5) โดยมีความพึงพอใจในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านคมนาคมทั้งสาธารณูปโภคและคุณภาพการบริการ
- นักท่องเที่ยวไทยมีความเห็นสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยผู้ให้บริการในธุรกิจท่องเที่ยวที่ควรมีการปรับปรุงมากที่สุด ได้แก่ ผู้ให้บริการด้านที่พัก ร้านอาหาร และผู้ให้บริการรถตู้/รถเมล์ ควรมีการปรับปรุงในด้านความสะอาดและคุณภาพการบริการ และผู้ให้บริการรถไฟควรมีการปรับปรุงด้านความปลอดภัย
- ในไตรมาสที่ 2/2560 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.07 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.89 จากไตรมาส 2/2559 และในปี 2560 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในไทย 35.30 ล้านคน สร้างรายได้ประมาณ 1.86 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.39 จากปี 2559

1 ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป

2 ผลการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

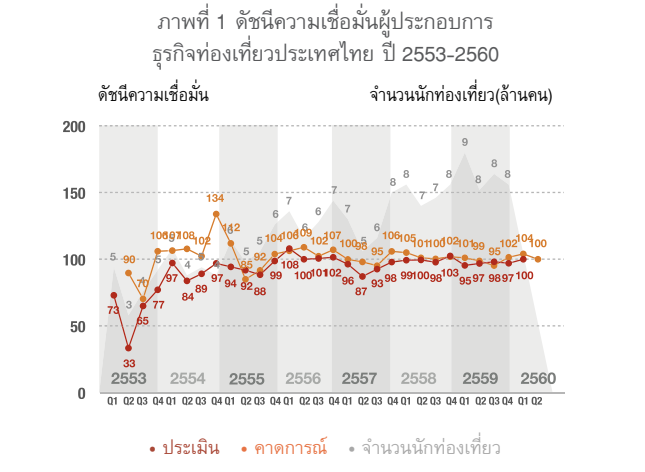
เศรษฐกิจโลกฟื้นตัวชัดเจนขึ้น ประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐมีความชัดเจนมากขึ้นเกี่ยวกับนโยบายการลงทุนและการลดภาษีเงินได้นิติบุคคล และเศรษฐกิจญี่ปุ่นที่ฟื้นตัวได้ต่อเนื่องจากการส่งออกสินค้า แต่ยังคงจับตามดูเศรษฐกิจยุโรปที่อาจได้รับผลกระทบหลังจากสหราชอาณาจักรเริ่มกระบวนการออกจากสหภาพยุโรป (Brexit) อย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม โลกยังมีความกังวลต่อแนวโน้มนโยบายการค้าและการรับมือพหุของสหรัฐ หลังจากประธานาธิบดีมีท่าทีที่จะดำเนินนโยบายตามที่ได้หาเสียงไว้ในการเลือกตั้ง

ทิศทางเศรษฐกิจไทยในไตรมาส 1/2560 ปรับตัวดีขึ้น จากภาคการท่องเที่ยวและภาคอื่นๆ ที่เห็นการฟื้นตัวชัดเจนขึ้น ทั้งภาคอุตสาหกรรมที่ขยายตัวเร่งขึ้นตามการส่งออกสินค้า และภาคเกษตรกรรม รวมถึงภาคก่อสร้างที่เร่งตัวตามการลงทุนของภาครัฐ ขณะที่ในปี 2560 สศช. ประเมินว่าเศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวเร่งขึ้นจากปี 2559 จากการเร่งลงทุนในโครงการภาครัฐขนาดใหญ่จำนวนมาก รวมถึงการส่งออกสินค้าที่เริ่มฟื้นตัวตามเศรษฐกิจโลก

เงินบาทและสกุลเงินภูมิภาคมีแนวโน้มอ่อนค่าลง จากการที่ธนาคารกลางสหรัฐ ส่งสัญญาณอย่างชัดเจนว่าจะขึ้นดอกเบี้ยสามครั้งในปี 2560 ส่งผลให้ส่งผลให้เงินทุนไหลออกจากภูมิภาคเอเชียกลับไปยังสหรัฐ กดดันให้ค่าเงินบาทและสกุลเงินในภูมิภาคเอเชียส่วนใหญ่มีแนวโน้มอ่อนค่าลง ซึ่งอาจจะส่งผลดีต่อภาคการท่องเที่ยวในบางส่วน

สกุลเงินริงกิตอ่อนค่าเป็นประวัติการณ์ จากปัญหาการเมืองภายในประเทศและเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้าชายแดนและการท่องเที่ยวเนื่องจากสกุลเงินบาทที่แข็งค่าเทียบบริกิตทำให้ราคาสินค้าและบริการของไทยแพงขึ้นมากในมุมมองของชาวมาเลเซีย

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 600 ราย พบว่า **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2560 เท่ากับ 100** อยู่ในระดับปกติหลังจากประเมินต่ำกว่าปกติเล็กน้อยมาต่อเนื่อง 4 ไตรมาสสะท้อนสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยที่กลับสู่ภาวะปกติหลังจากได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ ตลอดปี 2559



ผู้ประกอบการบางส่วนประเมินสถานการณ์ไตรมาส 1/2560 ดีขึ้นเนื่องจากเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (ร้อยละ 25) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ดีขึ้น และการทำโปรโมชั่นที่น่าสนใจจากภาคเอกชน (ร้อยละ 17) นอกจากนี้การพัฒนาระบบการเดินทางให้สะดวกมากขึ้นและมีทางเลือกมากขึ้น รวมไปถึงการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ (ร้อยละ 17) มีส่วนช่วยให้สถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาส 1/2560 ปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการยังมีความกังวลต่อสถานการณ์ท่องเที่ยวจากปัจจัยหลายด้านด้วยกัน ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจที่ยังซบเซาทั้งเศรษฐกิจไทย (ร้อยละ 28) และต่างประเทศ (ร้อยละ 23) การแข่งขันในอุตสาหกรรมที่รุนแรง (ร้อยละ 28) และต้นทุนที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 24) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่กดดันสถานการณ์ท่องเที่ยวของไทยอย่างต่อเนื่องหลายไตรมาส นอกจากนี้ในไตรมาส 1/2560 ผู้ประกอบการยังมีความกังวลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี (ร้อยละ 22) ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่น่าดึงดูด (ร้อยละ 20) ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเดิมเริ่มเสื่อมโทรม (ร้อยละ 19) ส่งผลให้สถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาสนี้ไม่ดีเท่าที่ควร

ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาส ที่ 2/2560 เท่ากับ 100 เป็นการคาดการณ์ในระดับปกติต่อเนื่องจากที่ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวของไทยในไตรมาส 1/2560 อยู่ในระดับปกติ สะท้อนความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวของไทยเข้าสู่ภาวะปกติหลังจากได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ ตลอดปี 2559

ในไตรมาส 2/2560 มีสัดส่วนผู้ประกอบการที่วางแผนดำเนินกลยุทธ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน (ร้อยละ 20 จากไตรมาสก่อนที่ร้อยละ 10) โดยเน้นไปที่การทำตลาดออนไลน์และการใช้โปรโมชั่นมากขึ้น แต่ส่วนใหญ่ยังไม่เพิ่มการจ้างงาน ค่าจ้างและการลงทุน

นโยบายจัดระเบียบทัวร์ผิดกฎหมายมีผลกระทบต่อสถานการณ์ในไตรมาส 1/2560 ไม่มากนัก โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินว่าไม่ได้รับผลกระทบจากนโยบายดังกล่าว (ร้อยละ 37) และมีสัดส่วนผู้ที่ระบุว่าแย่งจากนโยบายดังกล่าวน้อยลงจากไตรมาสก่อน (ร้อยละ 30 จากไตรมาสก่อนร้อยละ 33) นอกจากนี้ยังมีสัดส่วนผู้ที่เห็นด้วยกับนโยบายดังกล่าวเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 49 จากไตรมาสก่อนที่ร้อยละ 44) และสัดส่วนผู้ไม่เห็นด้วยกับนโยบายดังกล่าวลดลง (ร้อยละ 25 จากไตรมาสก่อนร้อยละ 33) สำหรับธุรกิจที่ระบุว่าได้รับผลกระทบมากที่สุดยังคงเป็นกลุ่มธุรกิจอื่นๆ เช่น สวนสนุก ริมหาด และกลุ่มธุรกิจขนส่ง (ร้อยละ 41 และ 37 ตามลำดับ) ขณะที่กลุ่มธุรกิจโรงแรมเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนผู้ได้รับผลกระทบลดลงจากไตรมาสก่อนค่อนข้างมาก (ร้อยละ 21 จากไตรมาสก่อนที่ร้อยละ 33) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเห็นว่าทางภาครัฐควรออกนโยบาย เพิ่มเติมจากที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะในส่วนของการเข้มงวดเรื่องมัคคุเทศก์เถื่อน และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มเพื่อแก้ปัญหานักท่องเที่ยวจีนที่ลดลง

สำหรับเหตุการณ์น้ำท่วมในภาคใต้ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์ท่องเที่ยวไม่มากนัก ส่วนใหญ่ระบุว่าไม่ได้รับผลกระทบ (ร้อยละ 39) โดยผลกระทบจำกัดอยู่ในภาคใต้ ซึ่งมีสัดส่วนผู้ที่ระบุว่าแย่งค่อนข้างมาก (ร้อยละ 41) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในภูมิภาคอื่นๆ บางส่วนระบุว่าธุรกิจดีขึ้น โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครและภาคตะวันออก ซึ่งคาดว่าเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวเปลี่ยนจุดหมายปลายทางในพื้นที่ดังกล่าวแทน

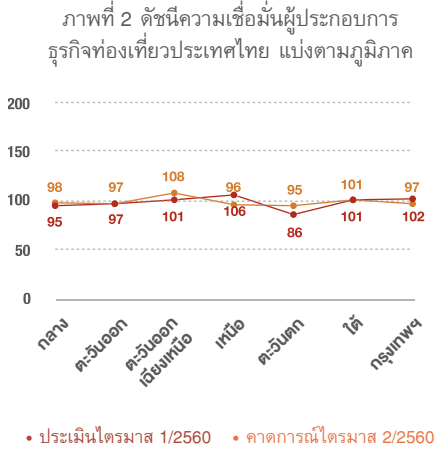
นโยบายที่ผู้ประกอบการคาดว่าจะส่งผลดีต่อตนเองมากที่สุดส่วนใหญ่เป็นนโยบายที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยตรง เช่น การสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ “70 เส้นทางตามรอยพระบาท” (ร้อยละ 51) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด (ร้อยละ 50) นโยบายอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการเห็นว่าเป็นประโยชน์รองลงมา ได้แก่ นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านการดูแลความปลอดภัย และด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือในการสนับสนุนธุรกิจมากขึ้น เช่น การร่วมมือระหว่างธุรกิจต่างๆ การจัดหาวัตถุดิบราคาถูก การอำนวยความสะดวกในการจองและติดต่อลูกค้า การพัฒนาและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี (IT) และการกำหนดมาตรฐานการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามภูมิภาค

ไตรมาสที่ 1/2560 ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์แตกต่างกันไปในแต่ละภาค โดยผู้ประกอบการในภาคเหนือประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติ และผู้ประกอบการในภาคตะวันตกประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ ขณะที่ผู้ประกอบการในภาคอื่นๆ ประเมินสถานการณ์ใกล้เคียงปกติ

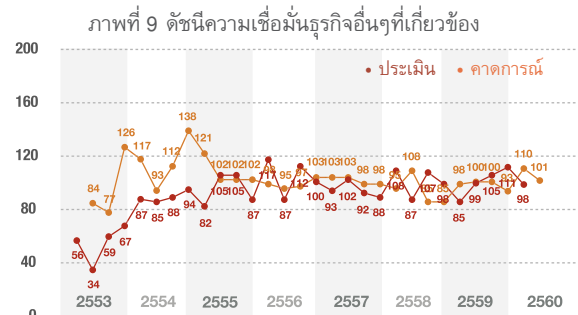
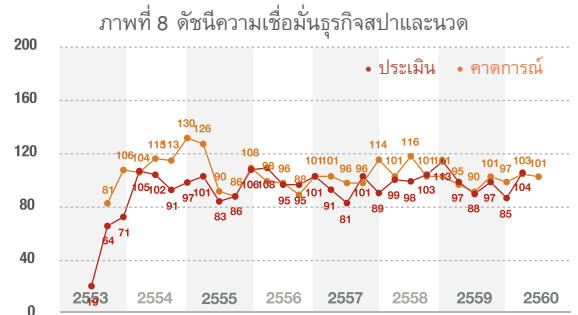
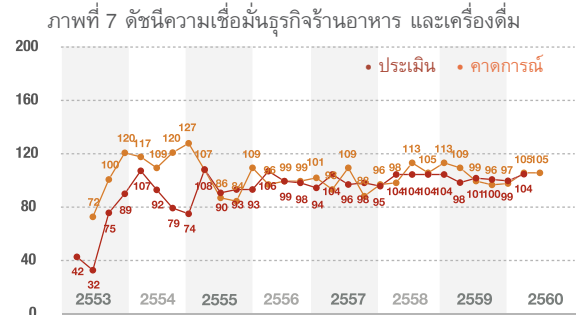
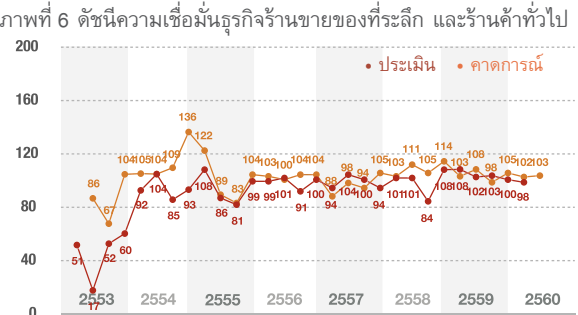
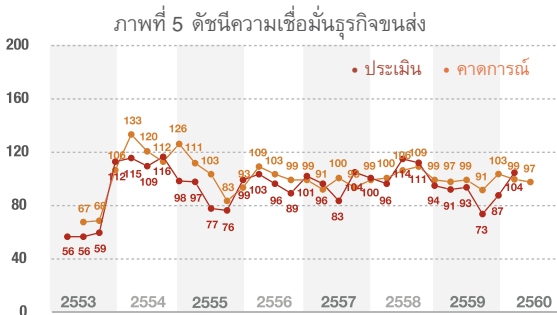
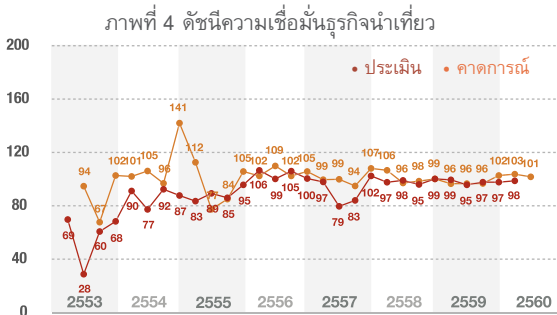
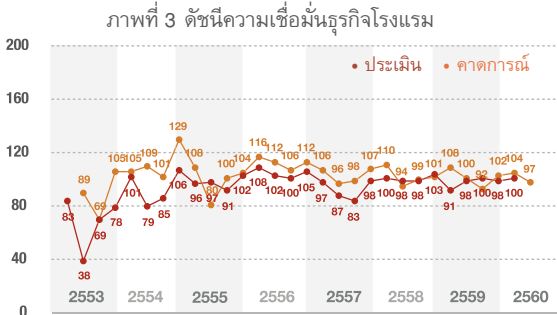
สำหรับไตรมาสที่ 2/2560 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่คาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวใกล้เคียงปกติ ยกเว้นผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติ



2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ไตรมาสที่ 1/2560 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวใกล้เคียงหรือดีกว่าปกติ โดยธุรกิจขนส่ง ธุรกิจสปาและนวด และธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติ ขณะที่ธุรกิจอื่นๆ ประเมินสถานการณ์ใกล้เคียงปกติ

สำหรับการคาดการณ์ในไตรมาส 2/2560 ผู้ประกอบการเกือบทุกกลุ่มคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าปกติ ยกเว้นกลุ่มธุรกิจโรงแรมและธุรกิจขนส่งที่คาดการณ์สถานการณ์ต่ำกว่าปกติเล็กน้อย



3 ผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

3.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาส ที่ 1/2560 จำนวน 350 ราย พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัย ทำงาน (อายุ 21-40 ปี) นิยมเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำ (ร้อยละ 72 ท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า1ครั้งต่อปี) โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 64) มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศ ล่วงหน้าที่สั้นกว่า 3 เดือน แบ่งเป็นการวางแผนในช่วง 1-3 เดือน (ร้อยละ 30) 2 อาทิตย์-1เดือน (ร้อยละ 18) และน้อยกว่า 2 อาทิตย์ (ร้อยละ 15)

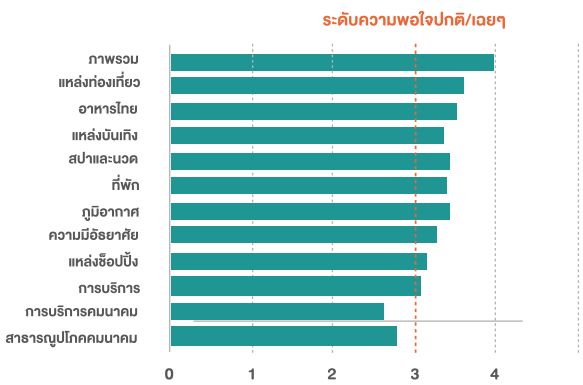
นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่าการมาเที่ยวครั้งนี้เป็นการเยี่ยมเยือนไทยซ้ำ (repeat visitor สัดส่วนร้อยละ 56) และมักจะท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 41) หรือผ่านเอเจนท์ทัวร์ (ร้อยละ 31) มีเป็นส่วนน้อยที่เป็นกรุ๊ปทัวร์ (ร้อยละ 29) วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวไทยคือเพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 42) และหาประสบการณ์ใหม่ๆ (ร้อยละ 25)

สถานที่ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ กรุงเทพฯ (ร้อยละ 59) พัทยา (ร้อยละ 38) และอยุธยา (ร้อยละ 36) กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ ได้แก่ การเยี่ยมชมธรรมชาติ (ร้อยละ 51) และการเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 50)

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย คือความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 53) วัฒนธรรมไทยและศาสนา (ร้อยละ 41) อาหารไทย (ร้อยละ 33) และราคาที่คุ้มค่า (ร้อยละ 32)

นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 75 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทยในไตรมาสนี้ หรือคิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 3.96 (คะแนนเต็ม 5) โดยนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในเกือบทุกด้าน ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (คะแนน 3.60) อาหารไทย (คะแนน 3.54) ภูมิอากาศ (คะแนน 3.45) และด้านอื่นๆที่ได้รับการประเมินว่าพึงพอใจในทุกด้าน ยกเว้นด้านการคมนาคมที่ยังไม่เป็นที่พึงพอใจ ทั้งด้านสาธารณูปโภคคมนาคม (ถนน รถไฟ) และด้านคุณภาพการบริการ (แท็กซี่) ซึ่งเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประเมินความพึงพอใจในระดับต่ำโดยตลอด

ภาพที่ 10 คะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละด้านจากการเที่ยวประเทศไทย ไตรมาส 1/2560



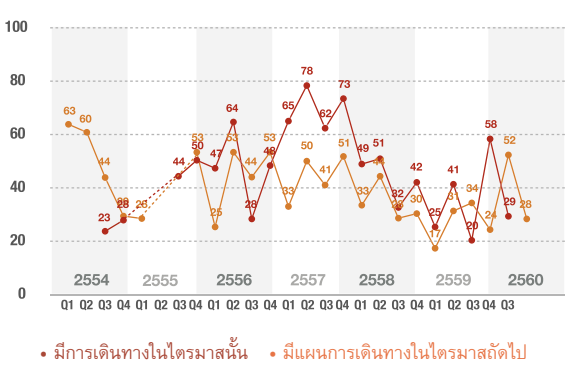
ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าผู้ให้บริการในธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงในหลายส่วน โดยผู้ให้บริการ ด้านที่พัก ร้านอาหาร และผู้ให้บริการรถตู้/รถเมลล์ โดยควรมีการปรับปรุงทั้งในด้านความปลอดภัย ความสะอาด และคุณภาพการบริการ และระบุว่าจะมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของไทยมากที่สุดคือ การพัฒนาด้านความปลอดภัย และการสร้างมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว

ส่วนการพัฒนาระบบคมนาคมของไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติระบุว่าปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดต่อระบบการคมนาคมคือราคาที่เป็นมาตรฐานและไม่แพงจนเกินไป และความปลอดภัยของระบบคมนาคมทั้งในด้านอุบัติเหตุและอาชญากรรม และเสนอความเห็นว่าการพัฒนาการคมนาคมไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวควรปรับปรุงระบบการคมนาคมให้เชื่อมต่อถึงกัน และปรับปรุงคุณภาพโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการเดินทาง เช่น ถนน ขณะที่การพัฒนาการคมนาคมภายในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ควรจะเน้นด้านเทคโนโลยี เช่น มีแอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางในพื้นที่

3.2 นักท่องเที่ยวไทย

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 350 รายทั่วประเทศพบว่า นักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ 1/2560 ประมาณร้อยละ 29 ต่ำกว่าที่วางแผนไว้จากไตรมาสก่อนแต่ยังคงสูงกว่าสัดส่วนในระยะเดียวกันปีก่อน ขณะที่ในไตรมาส 2/2560 มีนักท่องเที่ยวไทยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศร้อยละ 28 ซึ่งต่ำกว่าในไตรมาสที่ 2/2559 โดยส่วนใหญ่ยังคงวางแผนที่จะใช้ในการท่องเที่ยวในไตรมาสนี้ใกล้เคียงกับไตรมาสนี้ (ร้อยละ 44)

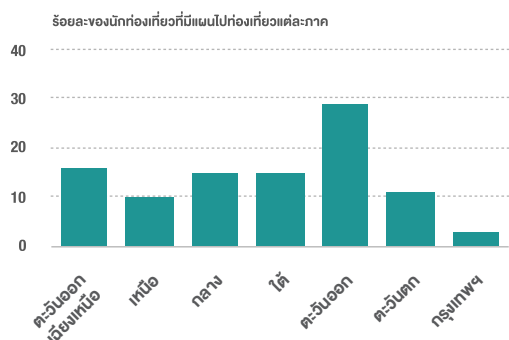
ภาพที่ 11 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและมีแผนในการเดินทางในประเทศ



จุดหมายที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไตรมาสที่ 2/2560 ได้แก่ ภาคตะวันออก (ร้อยละ 29) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 16) ภาคกลาง และภาคใต้ (ร้อยละ 15)

4 การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 2/2560

ภาพที่ 12 จุดหมายนักท่องเที่ยวไทยไตรมาสที่ 1/2560



ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม (ร้อยละ 49) ราคาสินค้าที่ไม่แพง (ร้อยละ 46) และที่พักที่น่าสนใจ (ร้อยละ 44) แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดยังคงเป็นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 57) และหนังสือนำเที่ยว (ร้อยละ 25)

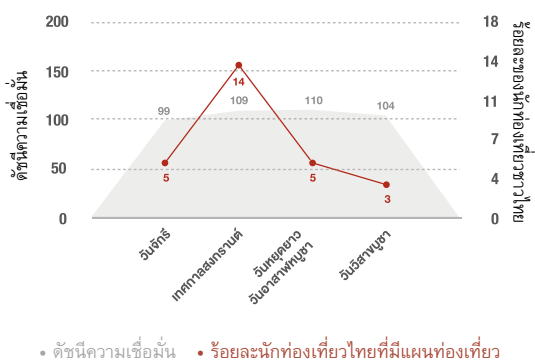
นักท่องเที่ยวไทยมีความเห็นสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวต่างชาติว่า ผู้ให้บริการด้านที่พัก ร้านอาหาร และผู้ให้บริการรถตู้/รถเมล์ ควรมีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และด้านความสะดวก นอกจากนี้ยังเห็นว่าผู้ให้บริการรถไฟควรมีการปรับปรุงในด้านความปลอดภัยอีกด้วย

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังให้ความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงด้านการคมนาคมขนส่งอีกมากโดย แนวทางการพัฒนาที่จะช่วยสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวได้มากที่สุด ได้แก่ การเพิ่มความปลอดภัยโดยการลดอุบัติเหตุในการเดินทาง การลดราคาของการเดินทาง และเพิ่มวิธีการเดินทางให้หลากหลายมากขึ้น และเสนอความเห็นว่าการพัฒนาการคมนาคมไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นควรปรับปรุงถนนให้มีคุณภาพเชื่อมโยงการเดินทางประเภทต่างๆให้สะดวกขึ้น และพัฒนาการให้บริการรถไฟให้ได้มาตรฐานขึ้นขณะที่การพัฒนาการคมนาคมภายในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นควรจะเน้นให้มีแอปพลิเคชันที่จะอำนวยความสะดวกในการเรียกรถสาธารณะ

ในไตรมาสที่ 1/2560 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 4.3 มีการท่องเที่ยวต่างประเทศซึ่งลดลงจากในปี 2559 สำหรับในไตรมาส 2/2560 มีนักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 9 ที่วางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ ธรรมชาติที่สวยงาม (ร้อยละ 66) และความสวยงามของเมือง (ร้อยละ 49)

ไตรมาส 2/2560 เป็นช่วงที่มีวันหยุดเทศกาลที่สำคัญ ได้แก่ วันจักรี เทศกาลสงกรานต์ วันหยุดยาวฉัตรมงคล และวันวิสาขบูชา โดยนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนออกมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ลดลงจากปีก่อนมาอยู่ที่ร้อยละ 14 ส่วนหนึ่งมาจากในปีนี้ยังไม่มีมาตรการกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวเป็นพิเศษในช่วงเทศกาลสงกรานต์ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวอย่างไรก็ดี โดยเฉพาะเทศกาลสงกรานต์ที่ดีกว่าปกติค่อนข้างมาก

ภาพที่ 13 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 2/2560

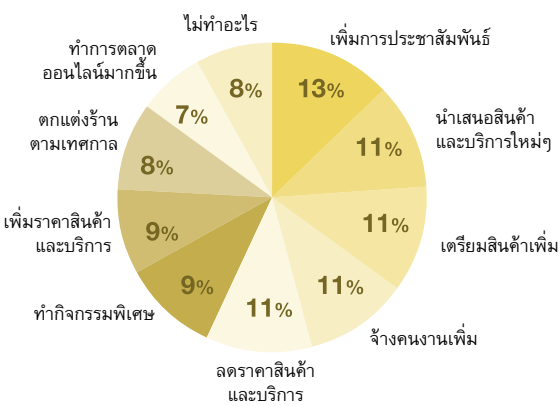


นักท่องเที่ยวที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ส่วนใหญ่วางแผนออกเดินทางก่อนวันที่ 12 เมษายน (ร้อยละ 44) บางส่วนเดินทางในช่วงวันที่ 12-13 เมษายน (ร้อยละ 21) และคาดว่าจะทยอยเดินทางกลับตั้งแต่วันที่ 16 เมษายน (ร้อยละ 52) วิธีการเดินทางที่นิยมในช่วงสงกรานต์ได้แก่ พาหนะส่วนบุคคล (ร้อยละ 52) และรถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 30) ส่วนใหญ่จะพักที่รีสอร์ท (ร้อยละ 49) และบ้านคนรู้จัก/บ้านญาติ (ร้อยละ 24) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 26) และเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ (ร้อยละ 24)

ในช่วงเทศกาลสงกรานต์นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้ท่องเที่ยวไกลๆ ในช่วงวันหยุดยาว (ร้อยละ 38) และได้กลับบ้านเยี่ยมครอบครัว (ร้อยละ 26) โดยมีเป็นส่วนน้อยที่คาดหวังว่าจะได้เล่นน้ำ (ร้อยละ 13) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความกังวลเกี่ยวกับการเดินทางที่ยากลำบากในช่วงสงกรานต์ (ร้อยละ 63) และไม่ชอบการเล่นน้ำที่รุนแรงเกินไป (ร้อยละ 18)

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีการเตรียมความพร้อมหรือกลยุทธ์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์แตกต่างกันไปโดยเน้นการเพิ่มการประชาสัมพันธ์และนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ๆ และเห็นว่าภาครัฐควรเพิ่มนโยบายในด้าน การดูแลความปลอดภัยให้กับประชาชน และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ

ภาพที่ 14 การเตรียมความพร้อมหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ไตรมาส 1/2560



5 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตรมาสที่ 2/2560

จากข้อมูลเบื้องต้นของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (6 มี.ค. 60) พบว่าในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2560 ประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 3.03 ล้านคน ลดลงร้อยละ 1.95 จากช่วงเดียวกันของปี 2559 และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.63 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.43 จากช่วงเดียวกันของปี 2559 และคาดว่าในไตรมาสที่ 1/2560 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.62 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.43 จากไตรมาสที่ 1/2559

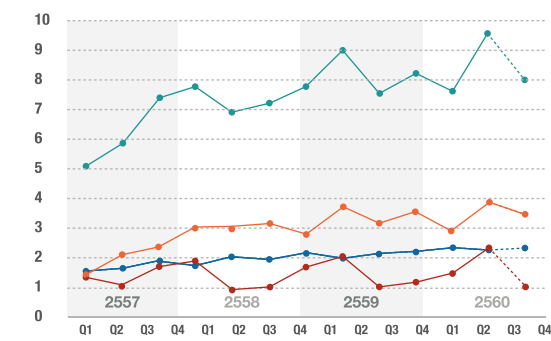
ในไตรมาสที่ 2/2560 ถ้าไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติใดๆ คาดว่า จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.07 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.89 จากไตรมาส 2/2559 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียน 2.37 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.88 จากไตรมาส 2/2559 นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก 3.51 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.60 และนักท่องเที่ยวจากยุโรปจะอยู่ที่ 1.06 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.00 จากไตรมาส 2/2559

คาดว่าในปี 2560 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 35.30 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.32 จากปี 2559 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.86 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 15.39

ตารางที่ 1 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ รายไตรมาส ปี 2558 – 2560

ไตรมาส	นักท่องเที่ยว 2558 (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว 2559 (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว 2560 ^a (ล้านคน)	อัตราการเติบโต ปี 2560 (ร้อยละ)	รายได้จากการท่องเที่ยว 2560 (ล้านบาท)
1	7.85	9.04	9.62	6.43	507,340
2	7.01	7.55	8.07	6.89	425,596
3	7.27	8.23	8.55	3.86	450,910
4	7.75	7.77	9.06	16.60	477,806
รวม	29.88	32.59	35.30	8.32	1,861,652

ภาพที่ 15 จำนวนนักท่องเที่ยวรวมและรายภูมิภาครายไตรมาส ปี 2557-2560



• จำนวนนักท่องเที่ยวจาก ASEAN • จำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก
• จำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรป • จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด

6 สรุปและข้อเสนอแนะ

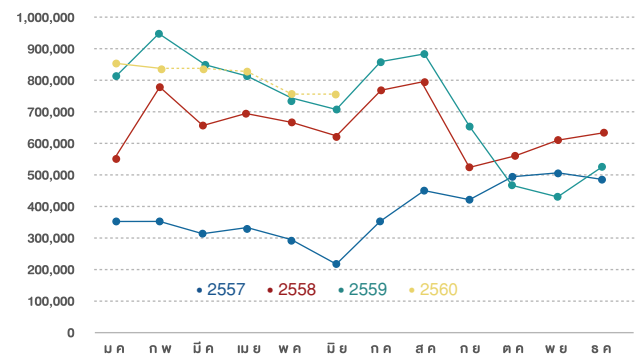
สำหรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวจีน ในเดือนกุมภาพันธ์ปี 2560 มีนักท่องเที่ยวจีนประมาณ 840,000 คน ลดลงร้อยละ 12.5 จากช่วงเดียวกันของปี 2559 คาดว่าในไตรมาส 1/2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนรวมทั้งสิ้น 2.54 ล้านคน ลดลงร้อยละ 3.31 จากไตรมาสที่ 1/2559 ส่วนในไตรมาสที่ 2/2560 นั้นถ้าไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติเกิดขึ้น คาดว่า จะมีนักท่องเที่ยวจีน 2.35 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.49 จากไตรมาสที่ 2/2559

สถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2/2560 คาดว่า ยังอยู่ในระดับปกติอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยบวกที่สำคัญคือ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและสภาพเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัวมีผู้ประกอบการเพียงบางส่วนที่กังวลเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากนโยบายจัดระเบียบทัวร์ผิดกฎหมาย

6.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

- 1.ส่งเสริมมาตรการในการควบคุม ดูแล และสนับสนุนผู้ประกอบการมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน โดยเฉพาะในประเด็นต่างๆ ดังนี้
 - การกำกับดูแลและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการด้านการขนส่งคมนาคมให้ความสำคัญกับมาตรฐานในด้านของความสะดวกและคุณภาพการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ
 - ดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีการจดทะเบียนที่ถูกต้องตามกฎหมายสะดวกต่อการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานต่อไปในอนาคต
 - ส่งเสริมสิทธิประโยชน์และส่วนลดต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการผู้ประกอบการที่มีการจดทะเบียนถูกต้อง และในขณะเดียวกันก็ดำเนินการด้านสิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับผู้ประกอบการที่มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน
 - ตรวจสอบ ดูแลการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความเป็นจริง ไม่มีการโฆษณาเกินจริงอันจะเกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

ภาพที่ 16 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนรายเดือน ปี 2557 - 2560



- 2.พัฒนามาตรฐานและคุณภาพการคมนาคมขนส่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยี (โดยเฉพาะด้าน IT) เพื่อใช้ในการอำนวยความสะดวกในด้านการคมนาคม ดังนี้
- พัฒนาบุคลากรและระบบการตรวจคนเข้าเมืองและ VISA เพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในทุกช่องทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางทางอากาศ
 - ส่งเสริมการควบคุมดูแลจัดระเบียบบรรดาสถานะที่มีอยู่เดิม และในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสและสนับสนุนให้ท้องถิ่นและภาคเอกชนมีการดำเนินการด้านการบริการสาธารณะ
 - เพิ่มมาตรการในการดูแลคุณภาพ และความปลอดภัยของระบบขนส่งสาธารณะต่างๆ
 - ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนากระบวนการข้อมูลและการให้บริการข้อมูลและช่องทางการขายผ่านแอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มอื่นๆ ในด้านการคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางเชื่อมต่อระหว่างจุดต่อจุด รวมไปถึงการซื้อแพคเกจท่องเที่ยวผ่านระบบอัตโนมัติ
- 3.เพิ่มมาตรการในการดูแลรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะความปลอดภัยในการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะที่มีให้บริการภายในประเทศ ดังนี้
- พัฒนากลไก ประชาสัมพันธ์ช่องทางในการรับแจ้งเหตุ
 - ส่งเสริมให้ภาคประชาชนและภาคเอกชนได้มีการดำเนินการร่วมกันเพื่อช่วยในการตรวจสอบ และดูแลสอดส่องด้านความปลอดภัย
 - ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการด้านการคมนาคม มีการจัดทำมาตรฐานความปลอดภัย ระบบกลไกเพื่อรองรับในเรื่องดังกล่าวที่ชัดเจน และมีการตรวจสอบ ดูแล โดยภาครัฐอย่างใกล้ชิด

6.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

- 1.พัฒนาคุณภาพสินค้า และการให้บริการให้อยู่ในมาตรฐานสากล โดยเฉพาะด้านความสะอาด ความปลอดภัย และด้านราคา เพื่อสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย
- 2.พัฒนาสินค้า และบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างจุดขายของตนเองให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานในระดับสากล
- 3.พัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ และการขายสินค้าและบริการ ผ่านช่องทางใหม่ๆ เช่นการใช้สื่อออนไลน์ แอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มอื่นๆ เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของตนเองได้โดยสะดวกและมากยิ่งขึ้น
- 4.เตรียมพร้อมปรับตัวธุรกิจของตนเองในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวที่กำลังจะมาถึง โดยการนำเสนอสินค้า และการบริการที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สร้างจุดเด่นที่จะเป็นทางเลือกใหม่ให้กับธุรกิจของตนเอง

TOURISM SITUATION AND FORECAST OF TOURISTS’ BEHAVIOR AND CONFIDENCE INDEX OF THAILAND’S TOURISM INDUSTRY

โครงการการรายงานและพยากรณ์สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยคำนวณจากผลการสำรวจตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนรวมถึงเจ้าหน้าที่ ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการสำรวจรายไตรมาส และรายปี เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้วางแผนนโยบาย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยยังแยกได้ตามภูมิภาค และประเภทธุรกิจ

การคำนวณดัชนีนี้กระทำโดยการถามคำถามผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกๆไตรมาส โดยใช้คำถามหลัก ตามแนวทางของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่

- ท่านประเมินผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรจะเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
- ท่านคิดว่าผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสถัดจะถึงนี้ จะเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับ การท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรจะเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี

ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้จาก: ลดลงมาก (0), ลดลง (50), เหมือนเดิม (100), ดีขึ้น (150), หรือ ดีขึ้นมาก (200) จากนั้นจึงนำผลที่ได้ไปหาค่าเฉลี่ย โดยด้านที่มีผลดัชนีมากกว่า 100 แสดงว่าผู้ประกอบการประเมินว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวจะดีกว่าปีก่อนๆ นอกจากนี้ยังมีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลอีกด้วย

สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 1 ปี 2560 นี้ ดำเนินการสำรวจในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ มีตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องตอบแบบสอบถามทั้งหมด 600 ราย ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 350 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 350 ราย

ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 1/2559 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนผู้ประกอบการที่ใช้ในการสำรวจ เพื่อให้สามารถสะท้อนสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศที่เกิดขึ้นจริงมากยิ่งขึ้น โดยตัดการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) ออก และเพิ่มสัดส่วนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและนำเที่ยว (Domestic และ Inbound) และมีการปรับสัดส่วนผู้ประกอบการในแต่ละภูมิภาคให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ดังนั้น ดัชนีความเชื่อมั่นที่ได้จากการสำรวจในไตรมาสที่ 1/2559 อาจจะไม่ต่อเนื่องกับดัชนีที่ได้มีการสำรวจก่อนหน้านี้

ติดตามข่าวสารโครงการได้ที่
WWW.THAILANDTOURISMOUNCIL.ORG

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)
INFO@THAILANDTOURISMOUNCIL.ORG



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar of the Kingdom