

JUNE 2013

THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX 2013 / 2

ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยว ในประเทศไทย ไตรมาสที่ 2 ปี 2556

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

โครงการการรายงานและพยากรณ์
สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
และความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar of the Kingdom

- ไตรมาส 2 ปี 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปกติ (100) นับเป็นระดับที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา
- ขณะที่การคาดการณ์สถานการณ์ของไตรมาสถัดไปสูงกว่าระดับปกติอย่างต่อเนื่อง โดยดัชนีความเชื่อมั่นจากการคาดการณ์ในไตรมาส 3 เท่ากับ 102

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 2 ปี 2556 เท่ากับ 100 เป็นระดับที่สูงที่สุดของไตรมาสเดียวกันในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักจากการพัฒนาการคมนาคม เศรษฐกิจในประเทศ และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- ผู้ประกอบการคาดการณ์สถานการณ์ในไตรมาสที่ 3 ปี 2556 ดีกว่าปกติเล็กน้อย (102) นับเป็นการคาดการณ์สถานการณ์ดีกว่าปกติติดต่อกันเป็นครั้งที่ 4 แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์และความเชื่อมั่นที่ดีขึ้นอย่างมาก
- ความพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในไทยลดลงส่วนใหญ่ไม่พอใจด้านการเดินทาง ควรมีการปรับปรุงและพัฒนา ระบบคมนาคมขนส่งอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาการเติบโตของนักท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวชาวไทยเพียงร้อยละ 44 มีแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2556 (ลดลงจากไตรมาสก่อน)
- ความเชื่อมั่นการท่องเที่ยวช่วงเทศกาลในไตรมาสที่ 3 อยู่ในระดับปกติ นักท่องเที่ยวไม่ได้มีแผนการเดินทางช่วงเทศกาลมากนัก
- ในไตรมาสที่ 3 ปี 2556 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 6.36 ล้านคน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 19.10 จากไตรมาสที่ 3 ของปีก่อน
- คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปี 2556 อยู่ที่ 26.08 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17 จากปี 2555 (กรณีไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติเกิดขึ้นในช่วงปลายปี)
- จากการสำรวจทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวพบว่า การแข็งค่าของเงินบาทในปัจจุบันไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากนัก
- ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการคมนาคม ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การดูแลและควบคุมมาตรฐานการให้บริการของผู้ประกอบการ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น สนามบิน ระบบราง และทรัพยากรบุคคล เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคต รวมทั้งต้องมีการควบคุมเข้มงวดกับการขึ้นทะเบียนธุรกิจโรงแรมและที่พัก ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวในตลาดที่มีกำลังซื้อสูง และพิจารณามาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วงเทศกาลในช่วงปลายปี

การอ่านค่าดัชนี ดัชนีความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 200 โดย

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

โครงการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)

และคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อคาดการณ์ และสะท้อนถึง

สถานการณ์การท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต (รายไตรมาส)

และเผยแพร่ ให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้ เพื่อที่จะได้เตรียมพร้อม

รับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้

โดยการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วนได้แก่

1. ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว
3. ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
4. การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล
5. การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ
6. ข้อเสนอแนะ

1. ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป

เศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2556 มีแนวโน้มขยายตัว โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากอุปสงค์ภายในประเทศ ทั้งการบริโภคและการลงทุน รวมถึงโครงการลงทุนพื้นฐาน วงเงิน 2 ล้านล้านบาทที่มีความชัดเจนมากขึ้น อย่างไรก็ตามอัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าขึ้นอย่างมากในไตรมาสแรก ซึ่งเป็นผลจากมาตรการทางการเงินที่ผ่อนคลายของต่างประเทศ ทำให้การส่งออก และการเติบโตทางเศรษฐกิจในไตรมาสแรกของปี 2556 ต่ำกว่าที่คาดไว้

ในระยะยาว อัตราเงินเฟ้อยังคงทรงตัว เนื่องจากปัจจัยต่างๆ ยังคงมีแนวโน้มทรงตัว แต่ในระยะสั้นเงินเฟ้อมีแนวโน้มลดลงโดยเฉพาะราคาอาหารสดที่ต่ำลงโดยธนาคารแห่งประเทศไทยปรับลดอัตราเงินเฟ้อทั้งปีลงเหลือ 2.7% (จาก 2.8%) สภาพาณิชย์ปรับลดการคาดการณ์ เหลือ 2.3-3.3% (จาก 2.5-3.5%) ในขณะที่สำนักงานเศรษฐกิจการคลังยังคงคาดการณ์เท่าเดิมที่ 3.0%

เศรษฐกิจโลกยังมีความกังวล โดยเฉพาะต่อการชะลอตัวของสหรัฐฯ สถานการณ์ของเกาหลีเหนือ และการแก้ปัญหาในภาคการเงินของไซปรัส ทำให้หลายประเทศทั่วโลกดำเนินนโยบายผ่อนคลายอย่างต่อเนื่อง และมีเงินทุนไหลเข้าประเทศในภูมิภาคเอเชียซึ่งยังคงมีการเติบโตทางเศรษฐกิจ จึงส่งผลให้ค่าเงินในภูมิภาคนี้แข็งค่าขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะในไตรมาสแรกของปี 2556

ประเทศไทยเริ่มมีฝนตกหนักในหลายพื้นที่ ซึ่งอาจจะส่งผลเสียต่อการท่องเที่ยวในหลายภูมิภาค โดยในเดือน มิ.ย. และ ก.ค. ประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ประเทศไทยตอนบนจะมีฝนตกชุก ยกเว้นช่วงปลายเดือน มิ.ย. ถึง กลางเดือน ก.ค. ขณะที่ประเทศไทยตอนล่างคาดว่าจะมีฝนตกชุกตลอดช่วงดังกล่าวและมีคลื่นลมค่อนข้างแรง (กรมอุตุนิยมวิทยา)

2. ผลการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

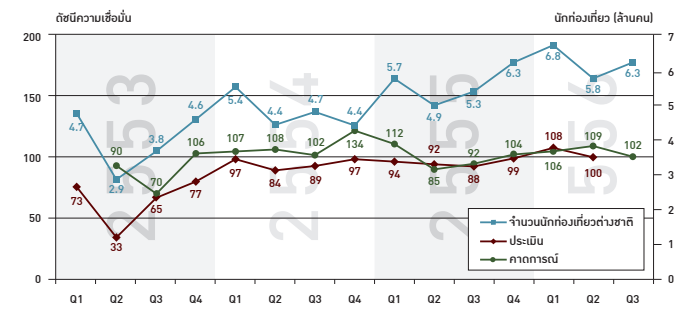
จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2 ปี 2556 จำนวน 600 ราย พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 2 ปี 2556 เท่ากับ 100 อยู่ในระดับปกติ และเป็นระดับที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

การที่ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ในระดับปกติแม้จะเริ่มเข้าสู่ช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (Low Season) แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวไทยในหลายพื้นที่ เริ่มจะมีการเติบโตอย่างมั่นคงทั้งในช่วงในและนอกฤดูท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาติบางประเทศ โดยเฉพาะในแถบเอเชีย เช่น จีน และ เกาหลี มีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นตลอดทั้งปี ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากการพัฒนาการเดินทาง เช่น มีการเดินทาง

รวดเร็วและง่ายขึ้น (ร้อยละ 44) การมีทางเลือกในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากขึ้น (ร้อยละ 36) และการเดินทางราคาถูกลง (ร้อยละ 32) นอกจากนี้ ปัจจัยอื่นที่สำคัญ คือ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย (ร้อยละ 38) และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (ร้อยละ 32)

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการบางส่วนยังมีความกังวลเกี่ยวกับ จำนวนคู่แข่งและการแข่งขันที่สูงขึ้น (ร้อยละ 36) ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวอย่างมั่นคงและอาจส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของประชาชนในประเทศที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจ (ร้อยละ 35) นโยบายการท่องเที่ยวในประเทศไม่มีประสิทธิภาพ (ร้อยละ 34) และ ต้นทุนสินค้าแพงขึ้น (ร้อยละ 34)

ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นการท่องเที่ยวประเทศไทยปี 2553-2556



ดัชนีความเชื่อมั่นในไตรมาสที่ 3 ปี 2556 จากการคาดการณ์ของผู้ประกอบการ ยังคงสูงกว่าระดับปกติอย่างต่อเนื่อง (102) แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ธุรกิจท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นที่ดีขึ้นอย่างมากของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย ปัจจัยบวกที่สำคัญที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 3 ของปี 2556 ยังคงเป็นความเชื่อมั่นในเศรษฐกิจไทย (ร้อยละ 38) และการเดินทางรวดเร็วและง่ายขึ้น (ร้อยละ 37) อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการบางส่วนยังคงมีความกังวลกับการเป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (Low Season) (ร้อยละ 36) และ ปัญหานโยบายการท่องเที่ยวในประเทศไม่มีประสิทธิภาพ (ร้อยละ 34)

สำหรับความเห็นของผู้ประกอบการไทยต่อการแข็งค่าของเงินบาทในปัจจุบัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้มีความกังวลมากนัก โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 42) เห็นว่าธุรกิจท่องเที่ยวของตนไม่ได้รับผลกระทบ ในขณะที่อีกร้อยละ 31 เห็นว่าการแข็งค่าขึ้นของค่าเงินบาททำให้ธุรกิจแย่งหรือแย่งลงมาก และผู้ประกอบการอีกร้อยละ 26 เห็นว่าการที่ค่าเงินบาทแข็งค่าส่งผลดีต่อธุรกิจท่องเที่ยวของตน ทั้งนี้ผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวจากการที่ค่าเงินบาทแข็งค่าที่ผู้ประกอบการ เห็นได้ชัดที่สุดคือการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้จ่ายน้อยลง (ร้อยละ 32) รองลงมาได้แก่ การที่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น (ร้อยละ 25) นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวไทยน้อยลง (ร้อยละ 21) ในขณะที่อีกร้อยละ 24 ไม่รู้สึกถึงผลกระทบใดๆ จากปัญหาค่าเงินบาทดังกล่าว ทั้งนี้การปรับตัวของผู้ประกอบการจากการที่ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นได้แก่ การเพิ่มการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 29) การลดราคาสินค้า (ร้อยละ 25) และการสั่งซื้อของจากต่างประเทศ มากขึ้น (ร้อยละ 19) โดยผู้ประกอบการอีกร้อยละ 29 ไม่มีการปรับตัวใดๆ ต่อปัญหาดังกล่าว

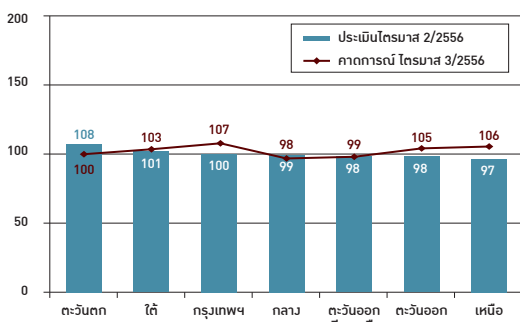
ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่า การพัฒนาการคมนาคมขนส่งที่จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ การเพิ่มเส้นทางในการเดินทาง ไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ห่างไกลให้สะดวกขึ้น (ร้อยละ 41) การเพิ่มเส้นทาง/จำนวนเที่ยวบิน (ร้อยละ 41) และการพัฒนาระบบรถไฟ (ร้อยละ 39) โดยผู้ประกอบการร้อยละ 39 ให้ความเห็นว่าโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูง จะส่งผลดีถึงดีมากต่อธุรกิจท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามมีผู้ประกอบการถึงร้อยละ 35 ที่เห็นว่าโครงการรถไฟดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวของตน และอีกร้อยละ 25 ที่มีความเห็นว่าส่งผลกระทบต่อสถานการณ์ธุรกิจท่องเที่ยวของตน ทั้งนี้ส่วนหนึ่งน่าจะเพราะผู้ประกอบการบางส่วนยังไม่ได้รับข้อมูลของโครงการรถไฟความเร็วสูงนี้ว่าจะมีประโยชน์ต่อการเดินทางอย่างไรบ้าง จึงยังมองไม่เห็นความสำคัญหรือประโยชน์ของโครงการนี้ ภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีการให้ความรู้ต่อผู้ประกอบการให้มากขึ้นเพื่อให้มีการวางแผนธุรกิจให้เหมาะสม

ส่วนนโยบายจากภาครัฐที่ผู้ประกอบการเห็นว่าจะมีประโยชน์ต่อธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร (ร้อยละ 38) การกระตุ้นกระแสด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 37) และการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย (ร้อยละ 36) ซึ่งนโยบายทั้ง 3 ถือเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก โดยเฉพาะในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 51) เห็นว่าการรวมกลุ่มกันของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จะช่วยในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวของตนเองได้ดี

2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามภูมิภาค

ไตรมาสที่ 2 ปี 2556 ผู้ประกอบการในทุกภูมิภาคประเมินการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับระดับปกติมาก โดยผู้ประกอบการในภาคตะวันตกประเมินสถานการณ์ธุรกิจท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2556 ในระดับที่สูงที่สุด (108) ทั้งนี้โดยภาพรวมทั้งประเทศถือว่ามียอดความเชื่อมั่นที่ค่อนข้างดีมากเมื่อเปรียบเทียบกับหลายๆ ไตรมาสที่ผ่านมา

ภาพที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นการท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค



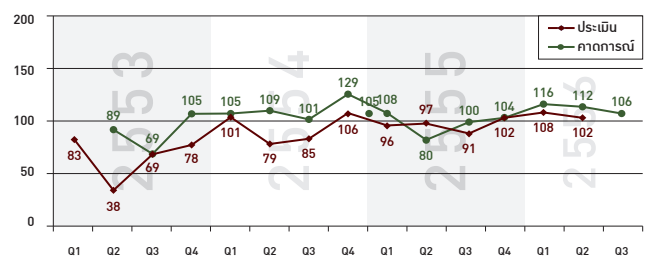
ผู้ประกอบการในเกือบทุกภูมิภาคคาดการณ์ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 3 ปี 2556 จะอยู่ในระดับใกล้เคียงระดับปกติ หรือดีกว่าระดับปกติเล็กน้อย โดยเฉพาะผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพฯ (107) และภาคเหนือ (106)

2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทธุรกิจ

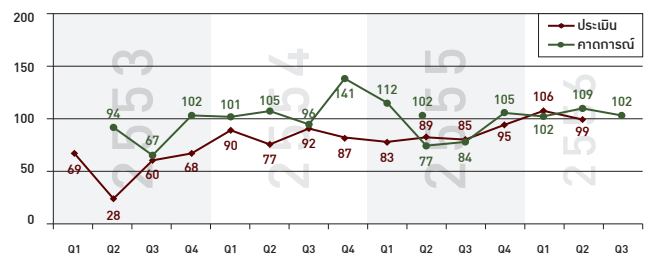
ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกือบทุกประเภทประเมินสถานการณ์ในไตรมาสที่ 2 ปี 2556 อยู่ในระดับที่ค่อนข้างใกล้เคียงระดับปกติ โดยมีเพียงธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สนามกอล์ฟ Theme parks และสวนสัตว์) ที่มีความเชื่อมั่นต่ำสุด (87) ส่วนผู้ประกอบการโรงแรมมีความเชื่อมั่นสูงที่สุด (102) รองลงมาได้แก่ธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึก และร้านค้าทั่วไป (101) โดยจะเห็นได้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวในเกือบทุกประเภท (ยกเว้นธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว) มีระดับความเชื่อมั่นที่ดีขึ้นจากในไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา (ไตรมาส 2 ปี 2555) ค่อนข้างมาก

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2556 ผู้ประกอบการในเกือบทุกประเภทธุรกิจยังคงมีความเชื่อมั่นที่ใกล้เคียงกับระดับปกติ โดยผู้ประกอบการโรงแรม (106) และธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึกและร้านค้าทั่วไป (104) มีดัชนีความเชื่อมั่นที่สูงที่สุด

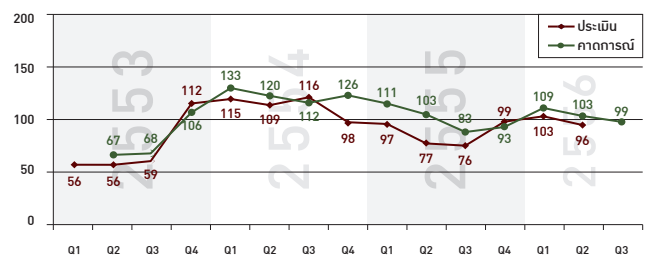
ภาพที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจโรงแรม



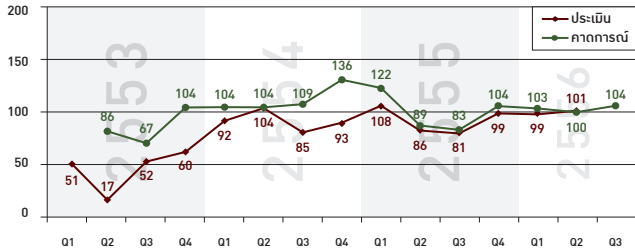
ภาพที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจนำเที่ยว



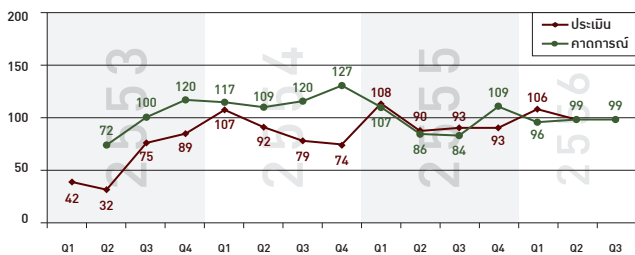
ภาพที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจขนส่ง



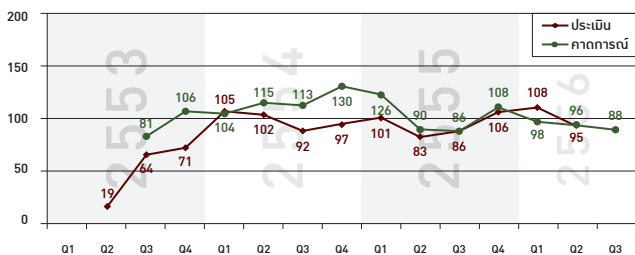
ภาพที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และร้านค้าทั่วไป



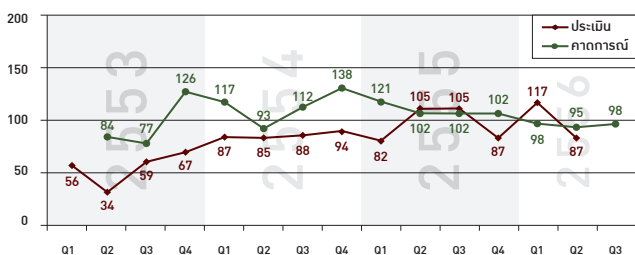
ภาพที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหาร และเครื่องดื่ม



ภาพที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจสปาและนวด



ภาพที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง



3. ผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

3.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน ไตรมาสที่ 2 ปี 2556 จำนวน 100 ราย พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 46 เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาประเทศไทยแล้ว (repeat visitors) เป็นสัดส่วนที่น้อยกว่าการสำรวจในไตรมาสก่อนๆ (ประมาณ ร้อยละ 60) แสดงให้เห็นว่ามีนักท่องเที่ยวใหม่เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนและรัสเซีย นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 31)

เดินทางมาประเทศไทยเพื่อการพักผ่อน และร้อยละ 28 มาประเทศไทยเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ โดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 35) และครอบครัว (ร้อยละ 28) ซึ่งกิจกรรมที่ส่วนใหญ่ ได้แก่ การเที่ยวชมสถานที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 40) และการเที่ยวชมสถานที่ทางธรรมชาติ (ร้อยละ 38)

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย คือ ความคุ้มค่าจากราคา (ร้อยละ 36) เนื่องจากเริ่มเข้าสู่ช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (low season) จึงทำให้ราคาที่พักรวมถึงแพคเกจท่องเที่ยวมีราคาถูกลง ปัจจัยรองลงมาได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 24) การมีกิจกรรมให้ทำหลากหลายในช่วงการท่องเที่ยว (ร้อยละ 24) และวัฒนธรรมไทยและศาสนา (ร้อยละ 22)

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับที่ไม่สูงเท่าที่ควร โดยร้อยละ 62 ของนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอถึงพอใจมาก (ลดลงจากไตรมาสที่ 1 ปี 2556 ที่ร้อยละ 67) ในขณะที่นักท่องเที่ยวอีกถึงร้อยละ 37 รู้สึกธรรมดาดีกว่าการมาเที่ยวในไทย โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในการท่องเที่ยวไทยในไตรมาสนี้ยังคงเป็นการเดินทางขนส่ง (ร้อยละ 42) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าปัจจัยอื่นก่อนข้างมา รองลงมาได้แก่ การบริการ (ร้อยละ 29) สภาพภูมิอากาศ (ร้อยละ 28) และสถานที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 26)

การที่นักท่องเที่ยวมีความไม่พอใจการเดินทาง ในขณะที่ผู้ประกอบการมองว่าการพัฒนาการเดินทางในปัจจุบันเป็นปัจจัยบวกที่สำคัญต่อธุรกิจของตนเอง น่าจะแสดงให้เห็นว่าการคมนาคมในปัจจุบันสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้นจึงเป็นผลดีกับผู้ประกอบการ แต่การบริการ ทางเลือก และความสะดวกในการเดินทางยังคงไม่ดีเท่าที่ควร ส่วนหนึ่งอาจจะเกิดจากความแออัดของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา จึงทำให้นักท่องเที่ยวยังคงต้องการให้มีการพัฒนามากยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นในการต้องมีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีมาตรฐานทั้งความสะดวกและปลอดภัย

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่หาข้อมูลในการเตรียมตัวเดินทางท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 31) จากตัวแทนหรือบริษัทนำเที่ยว (Travel agency) (ร้อยละ 27) และจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 21)

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เห็นว่ามาตรการที่สามารถช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การดูแลด้านความปลอดภัย (ร้อยละ 42) การพัฒนาระบบรถไฟให้ครอบคลุมมากขึ้น (ร้อยละ 40) การเพิ่มตัวเลือกในการเดินทางให้มากขึ้น (ร้อยละ 39) และ การขยาย ดัด หรือ ปรับปรุงถนน (ร้อยละ 38)

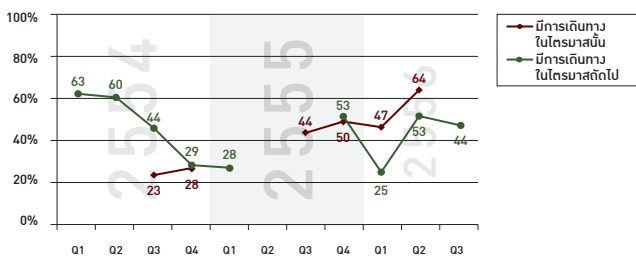
ทั้งนี้ ประเทศอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวประเทศไทยสนใจที่จะเดินทางไปเที่ยว ได้แก่ ประเทศลาว ประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม

การที่ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นอย่างมากในช่วงปัจจุบัน มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียงเล็กน้อย นักท่องเที่ยวต่างชาติอีกร้อยละ 51 ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น ใช้จ่ายค่าอาหารลดลง (ร้อยละ 12) ลดจำนวนวันในการท่องเที่ยวไทย (ร้อยละ 12) และ ใช้จ่ายค่าที่พักลดลง (ร้อยละ 11) ร้อยละ 8 ตัดสินใจจะมองหาจุดหมายอื่นทดแทน ในขณะที่อีกร้อยละ 41 ไม่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยใดๆ

3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย

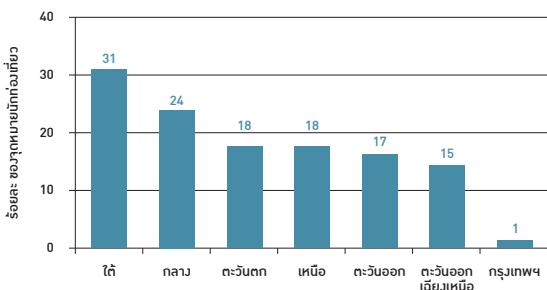
จากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 300 รายทั่วประเทศพบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเพียงร้อยละ 44 ที่มีแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2556 ลดลงจากสัดส่วนในช่วงไตรมาสที่ 2 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางสูงถึงร้อยละ 64 (ช่วงปิดภาคเรียนและมีเทศกาลสงกรานต์)

ภาพที่ 10 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและมีแผนในการเดินทางในประเทศ



โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปภาคใต้ (ร้อยละ 31) ภาคกลาง (ร้อยละ 24) และภาคตะวันตก (ร้อยละ 18) จุดหมายหลักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในไตรมาสที่ 3 ปี 2556 คือ จังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 8) จังหวัดระยอง (ร้อยละ 6) จังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 5) จังหวัดชลบุรี (ร้อยละ 5) และจังหวัดเพชรบุรี (ร้อยละ 5) รองลงมาได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และราชบุรี เป็นต้น

ภาพที่ 11 จุดหมายนักท่องเที่ยวชาวไทยไตรมาสที่ 2 ปี 2556



นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีแผนการเดินทางจะเป็นการเดินทางไปเที่ยวกับครอบครัว (ร้อยละ 56) กลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 41) และเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 40) โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับบริษัททัวร์มีสูงชันกว่าไตรมาสก่อนๆ เป็นร้อยละ 21 ส่วนวิธีการเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้วิธีการเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัว (ร้อยละ 76) รถโดยสาร (ร้อยละ 33) และเครื่องบิน (ร้อยละ 26)

ปัจจัยหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 3 ของปี 2556 ได้แก่ ช่วงเวลาและเทศกาลท่องเที่ยว (ร้อยละ 58) ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 54) และที่พัก (ร้อยละ 47)

โดยการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 53) รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 49) การที่ค่าใช้จ่ายไม่แพง (ร้อยละ 48) และความปลอดภัย (ร้อยละ 41)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59) หาข้อมูล หรือวางแผนล่วงหน้า ในการเตรียมตัวเดินทางท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ คำแนะนำจากครอบครัวและเพื่อน (ร้อยละ 53) และ หาข้อมูลจากโทรทัศน์ (ร้อยละ 48)

รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการที่มีผลในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุดได้แก่ แพ็คเก็ตที่พักราคาถูก (ร้อยละ 25) รองลงมาได้แก่ การใช้ภาพสวยๆ ในการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ร้อยละ 23) และการจัดงานเทศกาลในพื้นที่ (ร้อยละ 23)

นักท่องเที่ยวต้องการให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวปรับปรุง หรือพัฒนาคุณภาพการให้บริการในเรื่องของความสะอาดมากที่สุด (ร้อยละ 63) รองลงมาได้แก่ ความปลอดภัย (ร้อยละ 59) และคุณภาพของสถานที่พัก (ร้อยละ 48)

นโยบายที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนมากที่สุดคือเรื่องความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 56) รองลงมาได้แก่ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว (ร้อยละ 50) และการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว (ร้อยละ 40)

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าการพัฒนาการคมนาคมขนส่งที่จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การพัฒนาระบบรถไฟ (ร้อยละ 38) การขยาย ดัด หรือปรับปรุงถนน (ร้อยละ 38) และการเพิ่มเส้นทางในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ห่างไกลให้สะดวกขึ้น (ร้อยละ 38) โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 38 ให้ความเห็นว่าโครงการรถไฟความเร็วสูง จะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมทั้งอีกร้อยละ 13 ที่เห็นว่าส่งผลดีเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามมีนักท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 33 ที่เห็นว่าโครงการรถไฟดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย และอีกร้อยละ 16 ที่มีความเห็นว่าส่งผลลบต่อการท่องเที่ยวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 15 มีแผนการท่องเที่ยวต่างประเทศในไตรมาสที่ 3 ปี 2556 ซึ่งนับว่าอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูงต่อเนื่องจากในไตรมาสที่ 4 ปี 2555 โดยจุดหมายหลักเป็นประเทศใกล้เคียง เช่น ลาว และ พม่า รวมทั้งประเทศอื่นๆ ในแถบเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น จีน และ มาเลเซีย โดยสาเหตุหลักที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวต่างประเทศคือ ความสวยงามของธรรมชาติ (ร้อยละ 34) ความสวยงามของบ้านเมือง (ร้อยละ 20) และการประชาสัมพันธ์จากสื่อ (ร้อยละ 16)

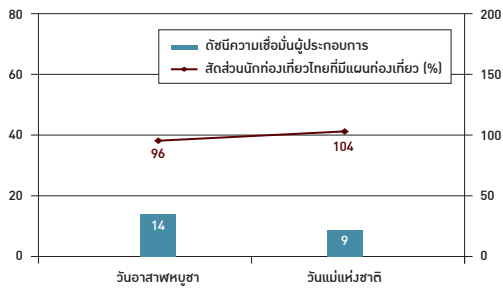
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากกรณีค่าเงินบาทแข็งค่าในช่วงปัจจุบัน ปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ร้อยละ 52) โดยมีนักท่องเที่ยวร้อยละ 37 ไปเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น และอีกร้อยละ 12 ที่ไปเที่ยวต่างประเทศเท่าเดิม แต่ใช้จ่ายมากขึ้น

4. การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 3 ปี 2556

ไตรมาส 3 มีเทศกาลและช่วงวันหยุดราชการค่อนข้างน้อย โดยมีเพียงวันอาสาฬหบูชา-เข้าพรรษา (วันหยุดยาว 4 วัน) และวันเฉลิมขสมเด็จพระบรมราชินีนาถ (วันหยุดยาว 3 วัน) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในช่วงวันหยุดยาวอาสาฬหบูชา-เข้าพรรษาดต่ำกว่าปกติเล็กน้อย (96) ในขณะที่ความเชื่อมั่นในช่วงวันแม่สูงกว่าปกติเล็กน้อย (104)

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแผนการเดินทางในช่วงวันหยุดยาวอาสาฬหบูชา-เข้าพรรษา (ร้อยละ 14) สูงกว่าในช่วงวันแม่ (ร้อยละ 9) เนื่องจากเป็นวันหยุดยาวถึง 4 วัน

ภาพที่ 12 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการและสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 3 ปี 2556



ผู้ประกอบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเตรียมความพร้อมหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ ในช่วงวันหยุดยาวอาสาฬหบูชา-เข้าพรรษา โดยผู้ประกอบการร้อยละ 20 จ้างคนงานเพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 19 ลดราคาสินค้าและบริการ และร้อยละ 18 จะใช้วิธีเพิ่มการประชาสัมพันธ์ โดยสัดส่วนดังกล่าวเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับการเตรียมความพร้อมในช่วงวันแม่ เพียงแต่ในช่วงวันแม่ ผู้ประกอบการอีกร้อยละ 16 จะมีการจัดตกแต่งร้านใหม่เพื่อให้เข้ากับเทศกาล

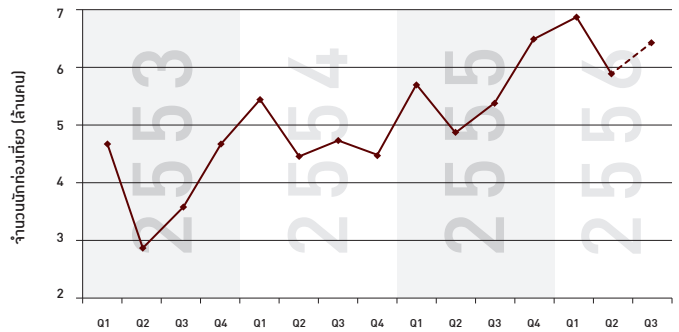
นักท่องเที่ยวที่มีแผนการเดินทางในช่วงวันอาสาฬหบูชา-เข้าพรรษา ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางเพื่อไปท่องเที่ยวทะเล (ร้อยละ 30 ของผู้ที่มีแผนท่องเที่ยว) ไปพักผ่อนตามจังหวัดต่างๆ โดยเฉพาะในภาคตะวันตก (ร้อยละ 28) เพื่อไปวัด หรือไปทำบุญ (ร้อยละ 23) หรือ เพื่อกลับบ้าน หรือ ไปเยี่ยมครอบครัว (ร้อยละ 19) ในขณะที่ผู้ที่มีแผนเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันแม่ เกือบทั้งหมดเป็นการเดินทางเพื่อกลับบ้าน ไปเยี่ยมแม่หรือครอบครัว (ร้อยละ 67 ของผู้ที่มีแผนท่องเที่ยว) ส่วนที่เหลือเป็นการเดินทางไปพักผ่อน หรือไปเที่ยวทะเล

5. การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตรมาสที่ 3 ปี 2556

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและรัสเซียมีอัตราการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2554-2556 อัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจากจีนและรัสเซียสูงถึงร้อยละ 73.29 และ 30.93 ต่อปี ตามลำดับ

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2556 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 6.36 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.66 จากไตรมาสที่ 2 ของปี 2556 และเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 19.10 จากไตรมาสที่ 3 ของปี 2555 โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในไตรมาสที่ 3 นั้นมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 13 จำนวนนักท่องเที่ยวรายไตรมาสปี พ.ศ. 2553 - ไตรมาส 3 ปี 2556



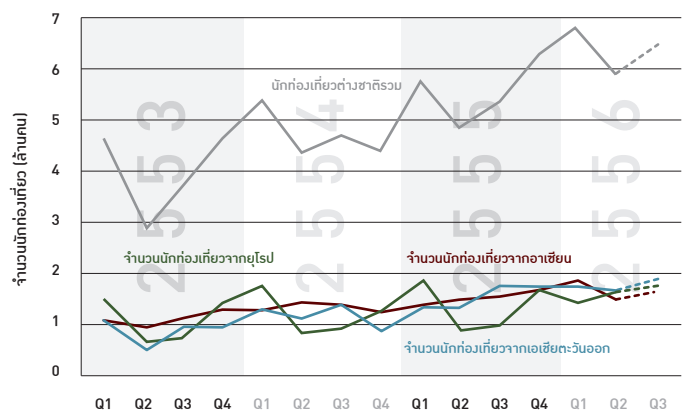
ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวรายไตรมาสปี พ.ศ. 2553 - ไตรมาส 3 ปี 2556 (ล้านคน)

	2553	2554	2555	2556	เติบโตเฉลี่ย (%ต่อปี)
ไตรมาส 1	4.66	5.36	5.74	6.81	18.64
ไตรมาส 2	2.90	4.35	4.88	5.80*	18.85
ไตรมาส 3	3.76	4.73	5.34	6.36*	19.10
ไตรมาส 4	4.62	4.40	6.33	7.11*	12.32
รวม	15.94	18.84	22.29	26.08*	17.00

* แทนค่าการกรณีนักท่องเที่ยว

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2556 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียนจำนวน 1.76 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.21 จากไตรมาสที่ 3 ในปี 2555 นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก 1.89 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.64 และนักท่องเที่ยวจากยุโรป 1.65 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 62 จากไตรมาสเดียวกันในปี 2555

ภาพที่ 14 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค



ในภาพรวมจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวจาก 3 กลุ่มภูมิภาคหลักที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในไตรมาสที่ 3 ของปี 2556 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 3 ของปี 2555 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ตามด้วยนักท่องเที่ยวจากอาเซียน และยุโรป ตามลำดับ ซึ่งจะสอดคล้องกับไตรมาสที่ 3 ของปี 2555 ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากยุโรปจะมีสัดส่วนน้อยที่สุดตามลักษณะฤดูกาลท่องเที่ยว

6. ข้อเสนอแนะ

ช่วงกลางปี 2556 ผู้ประกอบการยังคงมีความเชื่อมั่นสถานการณ์การท่องเที่ยวในระดับดีอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว รวมถึงความมั่นใจในสภาพเศรษฐกิจของประเทศ และแม้ว่าค่าเงินบาทจะมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นมาก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงประเมินสถานการณ์ในระดับปกติ ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาคือความสะดวก ปลอดภัย และมาตรฐานการให้บริการด้านการเดินทางขนส่ง

6.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

จากการสำรวจความเห็นทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว การพัฒนาการขนส่งเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญต่อสถานการณ์การท่องเที่ยว ภาครัฐควรสนับสนุนการอำนวยความสะดวก เพิ่มความหลากหลาย และควบคุมดูแลมาตรฐานการคมนาคมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งดูแลความปลอดภัยและมาตรฐานการให้บริการของผู้ประกอบการประเภทต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและพอใจมากขึ้น

เดือน ธ.ค. เป็นเดือนที่มีวันหยุดเทศกาลจำนวนมาก ทั้งวันพ่อ วันรัฐธรรมนูญ คริสต์มาส และวันสิ้นปี-ปีใหม่ แต่ในปี 2556 นี้ วันหยุดดังกล่าวเป็นวันกลางสัปดาห์ อาจจะทำให้การท่องเที่ยวเทศกาลไม่คึกคักเท่าที่ควร ดังนั้น ภาครัฐควรต้องมีการพิจารณามาตรการเพื่อช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วงดังกล่าวด้วย

ในระยะยาว จากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว อาจจะทำให้เกิดการแออัดของนักท่องเที่ยวในอนาคต จึงต้องมีการเตรียมความพร้อมพัฒนาในด้านต่างๆ แหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรคน ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยภาครัฐควรเพิ่มการลงทุนเพื่อพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านความสวยงาม ความสะดวก และความปลอดภัย เป็นต้น แต่ต้องมีความสอดคล้องกับสภาพพื้นที่เดิมเพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จะเอื้ออำนวยต่อการเติบโตของการท่องเที่ยว เช่น การขยายหรือการพัฒนาสนามบิน การพัฒนาระบบรางที่มีอยู่แล้วและขยายเส้นทางให้มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

นอกจากนี้ รัฐควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำไรใช้จ่ายและมูลค่าเพิ่มสูง และควรเข้มงวดกับการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พัก จัดทำทะเบียนและฐานข้อมูล เพื่อให้สามารถควบคุมจำนวนและมาตรฐาน รวมทั้งสร้างความร่วมมือเพื่อไม่เกิดการแข่งกันทางราคาในกลุ่มผู้ประกอบการ

6.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

ในระยะสั้น ผู้ประกอบการควรติดตามข่าวสารการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท และเตรียมความพร้อมรับมือกับการแข็งค่าของเงิน และเน้นการดูแลมาตรฐานการให้บริการและความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ในระยะยาว ผู้ประกอบการควรเตรียมความพร้อมรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ และต้องเพิ่มการมีส่วนร่วมในการรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมทั้งเพิ่มความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในธุรกิจหรือพื้นที่เดียวกันให้มากยิ่งขึ้น และอาศัยความร่วมมือนี้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจของตนได้

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยคำนวณจากผลสำรวจตัวแทนผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการสำรวจรายไตรมาส และรายปี เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้วางแผนนโยบาย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยแยกได้ตามภูมิภาค และประเภทธุรกิจ

การคำนวณดัชนีนี้จัดทำโดยกรมการท่องเที่ยว ร่วมกับเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยใช้ค่าตามหลักเกณฑ์ของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่

- ท่านประเมินผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้ อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์ท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
- ท่านคิดว่าผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้จะเป็นอย่างไรมาก่อน เมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์ท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี

ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้จาก: 0 (ไม่มีเลย), 1 (น้อย), 2 (ปานกลาง), 3 (มาก), 4 (มาก), 5 (มากที่สุด) จากนั้นจึงนำผลที่ได้ไปหาค่าเฉลี่ย โดยด้านที่มีผลลติมากกว่า 100 แสดงว่าผู้ประกอบการประเมินว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวดีกว่าปีก่อนๆ นอกจากนี้ยังมีค่าตามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลอีกด้วย

สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 2 ปี 2556 นี้ ดำเนินการสำรวจในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2556 มีตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวรวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องตอบแบบสอบถามทั้งหมด 600 ราย ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 300 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 100 ราย

ผู้ที่สนใจสามารถติดตามข่าวสารโครงการได้ที่เว็บไซต์ www.thailandtourismcouncil.org

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)

e-mail: info@thailandtourismcouncil.org