

THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX 2015 / 1

MARCH 2015

ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยว ในประเทศไทย ไตรมาสที่ 1 ปี 2558

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

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2558 เท่ากับ 99 เป็นการประเมินในระดับปกติ ต่อเนื่องจากในไตรมาส 4/2557 สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศที่เข้าสู่ภาวะปกติ
- ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 2/2558 เท่ากับ 101 เป็นการคาดการณ์ในระดับดีกว่าปกติอย่างต่อเนื่อง แต่ในระดับที่ลดลงจากไตรมาสก่อน
- ในไตรมาสที่ 2/2558 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5.74 ล้านคน และคาดว่าในปี 2558 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 27.96 ล้านคน
- นักท่องเที่ยวจีนมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2558 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากจีน 5.67 ล้านคน และเป็นปีแรกที่มีนักท่องเที่ยวจากจีนเกิน 5 ล้านคน

- ไตรมาส 1/2558 ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ใกล้เคียงปกติ (99) และใกล้เคียงกับการประเมินในไตรมาส 4/2557 แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เข้าสู่ภาวะปกติ
- ไตรมาส 2/2558 ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์เท่ากับ 101 เป็นการคาดการณ์ดีกว่าปกติอย่างต่อเนื่องแต่ในระดับที่ลดลง แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความกังวลเพิ่มมากขึ้น โดยการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการค่อนข้างกังวลโดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจโรงแรมและขนส่ง
- การลดลงของราคาน้ำมันส่งผลต่อธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจขนส่ง ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และร้านขายของที่ระลึก
- ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ไม่ได้รับผลกระทบจากข่าวอุบัติเหตุทางการบินที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งในระยะหลังและเหตุการณ์ระเบิดที่สยามพารากอน
- สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่วางแผนเดินทางในประเทศในไตรมาสที่ 1 และ 2/2558 มีแนวโน้มลดลงจากปี 2557
- นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 73 มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวไทย คิดเป็นคะแนนความพอใจ 4.10 โดยเฉพาะด้านอาหารไทย แหล่งท่องเที่ยว และสปา ขณะที่การเดินทางยังคงเป็นด้านเดียวที่นักท่องเที่ยวประเมินในระดับต่ำมาอย่างต่อเนื่องทุกไตรมาส
- ไตรมาสที่ 2/2558 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5.74 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.55 จากไตรมาส 2/2557 และในปี 2558 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 27.96 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.83 จากปี 2557
- ในปี 2558 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจีนทั้งหมด 5.67 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.14 จากปี 2557 และเป็นปีแรกที่มีนักท่องเที่ยวจีนเกิน 5 ล้านคน

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

1.1 ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป

เศรษฐกิจโลกส่วนใหญ่มีแนวโน้มชะลอตัวลง โดยเศรษฐกิจจีนและญี่ปุ่นชะลอตัวลง จากนโยบายการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียที่พึ่งพิงการส่งออกสินค้าไปประเทศดังกล่าวชะลอตัวตามไปด้วย ส่วนเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศยุโรปมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นทั้งจากปัญหาความไม่สงบในยูเครน ปัญหากรีซที่อาจผิดนัดชำระหนี้และออกจากยูโรโซน และปัญหาเศรษฐกิจในประเทศรัสเซีย อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจสหรัฐมีการฟื้นตัวอย่างมาก ทั้งในตลาดการเงินและตลาดแรงงาน สวนทางกับภาพรวมเศรษฐกิจโลก

เศรษฐกิจไทยยังชะลอตัวในช่วงครึ่งแรกของปี 2558 การส่งออกของไทยยังคงไม่ฟื้นตัวโดยมีสาเหตุมาจากเศรษฐกิจโลกที่ยังซบเซา ขณะที่การใช้จ่ายภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจยังทำได้ไม่เต็มที่ โดยเฉพาะการลงทุนขนาดใหญ่ในโครงสร้างพื้นฐานที่ล่าช้ากว่าที่คาด ส่งผลให้ภาคธุรกิจยังคงชะลอการลงทุนเพื่อรอความชัดเจน ในขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ยังคงลดลงเป็นเดือนที่ 4 ติดต่อกัน และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคล่วงหน้า (3 เดือน) ก็ลดลงจากการสำรวจในเดือนก่อนและต่ำกว่าระดับปกติ

อัตราเงินเฟ้อทั่วไปในเดือนมกราคมหดตัวจากปีก่อน เป็นผลมาจากราคาน้ำมันดิบโลกที่ลดลงมากตั้งแต่ไตรมาส 4/2557 องค์กรต่างๆ คาดการณ์ว่าราคาน้ำมันดิบจะไม่กลับไปสู่ระดับ 100 ดอลลาร์ สรอ./บาร์เรล ใน 2-3 ปีนี้ ทำให้อัตราเงินเฟ้ออยู่ในระดับต่ำ ซึ่งส่งผลดีต่อต้นทุนการผลิตสินค้า โดยอัตราเงินเฟ้อที่หดตัวนี้ยังไม่ก่อให้เกิดปัญหาเงินฝืดเนื่องจากดัชนีราคาสินค้าอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มพลังงานยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนกำลังซื้อประชาชนที่ยังคงมีอยู่

ค่าเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่า การที่ราคาน้ำมันดิบที่ลดลงมากจึงส่งผลให้บัญชีเดินสะพัดของไทยเกินดุลสูงขึ้น เนื่องจากไทยเป็นผู้นำเข้าน้ำมันดิบ ประกอบกับเงินเยนและยูโรที่อ่อนค่าลงจากนโยบายอัดฉีดปริมาณเงินเข้าระบบ ทำให้ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเทียบกับสกุลเงินอื่นๆ ในภูมิภาค

การท่องเที่ยวเป็นภาคเดียวที่ยังมีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติขยายตัวต่อเนื่องตั้งแต่เดือนตุลาคม 2557 โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีนและมาเลเซีย โดยการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนไม่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนมากนัก อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจากฝั่งยุโรปและรัสเซียยังมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอลง และการที่เงินรูเบิลอ่อนค่าลงตั้งแต่ปลายปี 2557

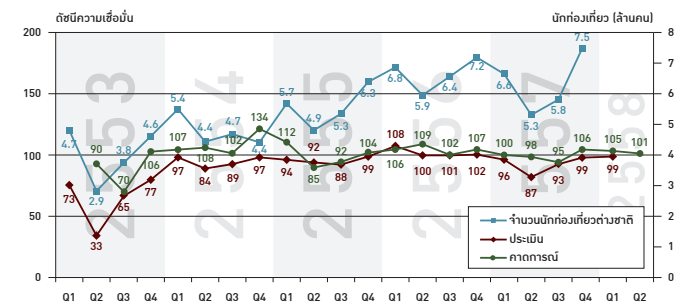
นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 คณะรัฐมนตรีมีมติให้ทุกส่วนราชการงดเว้นการเดินทางไปศึกษาดูงานต่างประเทศในช่วงปีงบประมาณ 2558 โดยให้พิจารณาปรับเปลี่ยนเป็น การศึกษาดูงานภายในประเทศแทน ซึ่งมาตรการดังกล่าวน่าจะช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการในประเทศที่เกี่ยวข้อง และกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศได้อีกทางหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในไตรมาสที่ 3 ซึ่งเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

2. ผลการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 600 ราย พบว่า **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2558 เท่ากับ 99** ซึ่งเป็นระดับปกติและใกล้เคียงกับดัชนีในไตรมาสก่อน 4/2557 สะท้อนสถานการณ์การท่องเที่ยวในภาพรวมที่อยู่ในภาวะปกติ

ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาส 1/2558 ดีกว่าปกติ ได้แก่ การเป็นช่วงฤดูท่องเที่ยว (ร้อยละ 36) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ดีขึ้น (ร้อยละ 34) และเศรษฐกิจไทยที่ปรับดีขึ้นบ้าง (ร้อยละ 33) ในขณะที่ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์แย่กว่าปกติ ได้แก่ การแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ร้อยละ 36) ความกังวลต่อเศรษฐกิจไทยที่ยังไม่ได้ดีขึ้นอย่างชัดเจน (ร้อยละ 35) และเศรษฐกิจโลกที่ยังมีแนวโน้มแย่ลง (ร้อยละ 35) ในขณะที่สถานการณ์ทางการเมืองยังคงเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการมีความกังวลแต่ในสัดส่วนที่ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (ร้อยละ 35 ลดลงจากร้อยละ 42 ในไตรมาสก่อน) ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งยังคงมีความกังวลด้านต้นทุนที่สูงขึ้นด้วย (ร้อยละ 33) ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าขึ้นนั้นยังไม่ทำให้ส่งผลต่อสถานการณ์ท่องเที่ยวโดยรวมเท่าใดนัก โดยมีผู้ระบุว่า เป็นปัญหาเพียงร้อยละ 22

ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2553-2558



ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 2/2558 เท่ากับ 101 เป็นการคาดการณ์ดีกว่าปกติอย่างต่อเนื่อง แต่ลดลงจากที่เคยคาดการณ์ในไตรมาส 1/2558 เล็กน้อย แสดงถึงความกังวลต่อแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวที่ไม่ได้ดีขึ้นเท่าที่เคยคาดการณ์ไว้ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการยังคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าปกติ ได้แก่ การมีสายการบินราคาถูกเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 35) การเดินทางรวดเร็วและง่ายขึ้น (ร้อยละ 35) และเศรษฐกิจไทยที่คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้น (ร้อยละ 34)

ปัญหาเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาสหน้าต่ำกว่าระดับปกติ โดยมีผู้ประกอบการถึงร้อยละ 38 ที่ระบุว่าได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจยุโรปและรัสเซีย โดยผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบสัดส่วนสูงที่สุดคือ กลุ่มโรงแรมและกลุ่มธุรกิจขนส่งที่มีตลาดดังกล่าวเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก และหากแบ่งตามภูมิภาคพบว่าผู้ประกอบการในภาคใต้และภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบสัดส่วนสูงที่สุด

ผู้ประกอบการร้อยละ 39 ได้รับผลดีจากการที่ราคาน้ำมันลดลง โดยกลุ่มมีสัดส่วนผู้ได้รับประโยชน์จากราคาน้ำมันที่ลดลงมากที่สุดได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 48) ธุรกิจขนส่ง (ร้อยละ 45) และธุรกิจร้านขายของที่ระลึก (ร้อยละ 45)

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62) ระบุว่าไม่ได้รับผลกระทบจากข่าวอุบัติเหตุทางอากาศที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งในระยะหลัง (สอดคล้องกับผลการสำรวจนักท่องเที่ยว) และมีผู้ประกอบการบางส่วน (ร้อยละ 34) ที่ระบุว่าได้รับผลกระทบทางลบจากข่าวอุบัติเหตุทางการบิน โดยกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มธุรกิจขนส่ง (ร้อยละ 45) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ดังกล่าว

ผู้ประกอบการค่อนข้างพอใจกับนโยบายเพิ่มวันหยุดต่อเนื่องในช่วงเทศกาล ผู้ประกอบการร้อยละ 49 ระบุว่าการเพิ่มวันหยุดในช่วงวันฉัตรมงคลให้เป็นวันหยุดยาวต่อเนื่อง 5 วันทำให้ธุรกิจตนเองดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ ที่มีผู้ประกอบการถึงร้อยละ 73 ที่ได้รับผลดีจากการเพิ่มวันหยุดดังกล่าว ผลการสำรวจนี้แสดงให้เห็นว่าการประกาศวันหยุดเพิ่มเติมและทำให้เกิดวันหยุดติดต่อกันมากเกินไปทำให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเลือกเดินทางไปต่างประเทศ และอาจจะมีจิตวิตอุปสรรคที่ภาครัฐต้องการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ชื่นชอบแคมเปญ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย” โดยผู้ประกอบการถึงร้อยละ 67 เห็นว่าเป็นแคมเปญที่ดี และมีผู้ประกอบการบางส่วนให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์แคมเปญให้มากกว่านี้

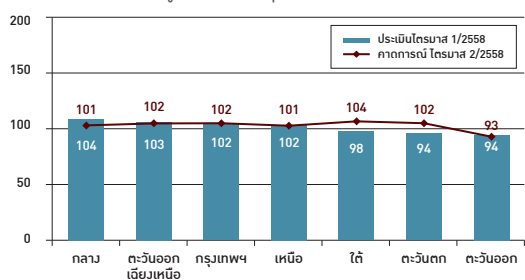
ในภาพรวม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่เล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการร่วมมือของภาคเอกชนค่อนข้างสูง ทั้งการรวมกลุ่มกันของธุรกิจด้วยกันเอง หรือการร่วมมือกับท้องถิ่น ขณะที่ภาครัฐควรเน้นบทบาทในระดับมหภาค ไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของไทย การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร โดยผู้ประกอบการยังคงต้องการความช่วยเหลือลักษณะเดียวกันกับในไตรมาสก่อนๆ เช่น การกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวในประเทศ (ร้อยละ 43) การกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ร้อยละ 34) การร่วมมือระหว่างธุรกิจต่างๆ เช่น โรงแรม-นำเที่ยว-ขนส่ง (ร้อยละ 34) และการกำหนดมาตรฐานการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 31)

2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามภูมิภาค

ไตรมาสที่ 1/2558 ผู้ประกอบการในภาคตะวันออกและตะวันตกที่ประเมินต่ำกว่าปกติ โดยผู้ประกอบการในภาคตะวันออกประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติต่อเนื่องเป็นไตรมาสที่ 5 โดยคาดว่าผู้ประกอบการในพัทยาซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของภาคตะวันออกนั้นได้รับผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจที่ค่อนข้างรุนแรงในประเทศไทย

สำหรับการคาดการณ์สถานการณ์ในไตรมาสที่ 2/2558 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทุกภูมิภาคประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าปกติ ยกเว้นภาคตะวันออกที่ยังประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ โดยภูมิภาคที่ประเมินสถานการณ์ดีที่สุดคือภาคใต้ (104)

ภาพที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค

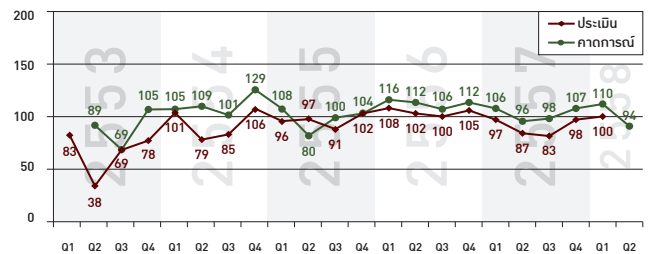


2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทธุรกิจ

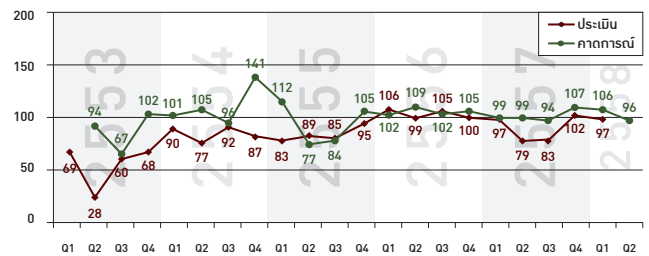
ไตรมาสที่ 1/2558 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวใกล้เคียงปกติ โดยกลุ่มธุรกิจอื่นๆ อาทิ สวนสนุก และ Theme Park (108) และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (104) เป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ดีที่สุดใน

สำหรับการคาดการณ์ในไตรมาส 2/2558 ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจนำเที่ยวเป็นกลุ่มที่คาดการณ์สถานการณ์แย่กว่าปกติโดยเฉพาะกลุ่มที่มีลูกค้าหลักเป็นชาวต่างชาติ เช่น ธุรกิจนำเที่ยวขาเข้า (Inbound) ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติมาก (86) สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มแย่ลง ในขณะที่ธุรกิจขนส่ง ร้านอาหารของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจสปาเป็นกลุ่มที่คาดการณ์สถานการณ์ดีกว่าปกติ ซึ่งน่าจะได้รับผลดีจากราคาน้ำมันที่ลดลง

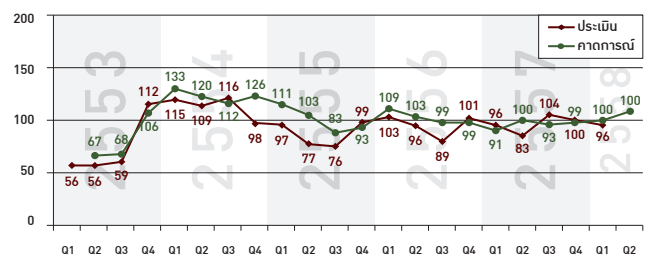
ภาพที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจโรงแรม



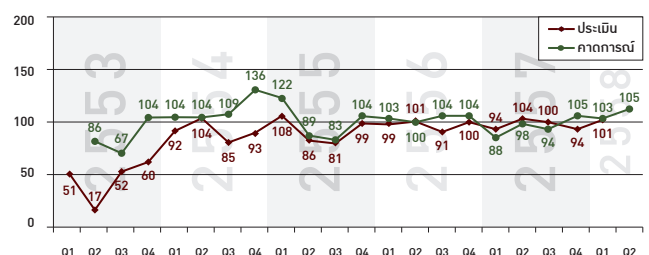
ภาพที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจนำเที่ยว



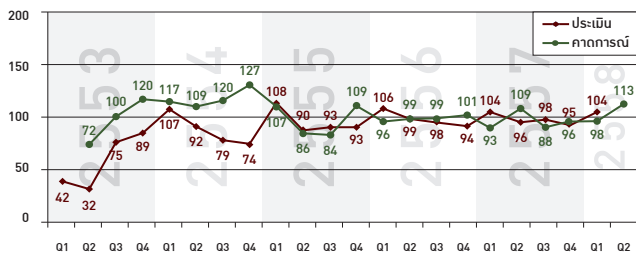
ภาพที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจขนส่ง



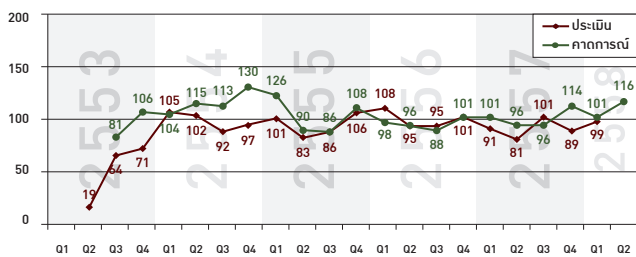
ภาพที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึก และร้านค้าทั่วไป



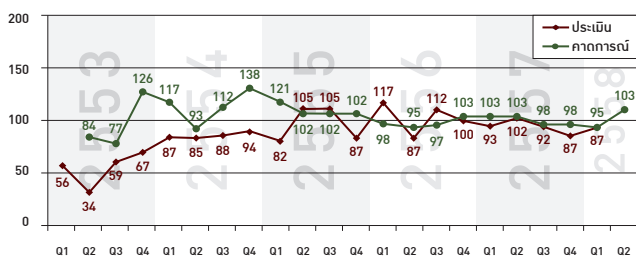
ภาพที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหาร และเครื่องดื่ม



ภาพที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจสปาและนวด



ภาพที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง



3. ผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

3.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

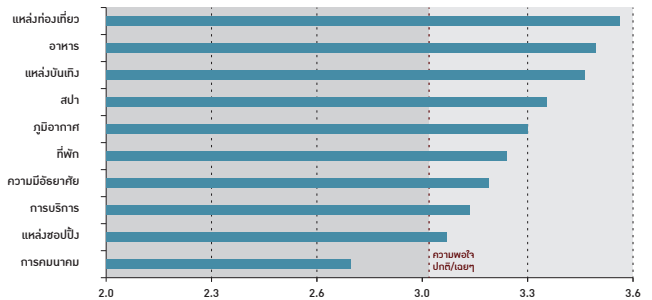
จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 1/2558 จำนวน 350 ราย พบว่า ร้อยละ 66 เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเคยมาท่องเที่ยวไทยแล้ว (repeat Visitors)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 39) และเพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ (ร้อยละ 20) โดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน (ร้อยละ 28) และครอบครัว (ร้อยละ 20) กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ ได้แก่ การเที่ยวชมสถานที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 51) และการเที่ยวชมสถานที่ทางธรรมชาติ (ร้อยละ 50) แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้ยังคงเป็นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 25) และการบอกเล่าจากคนในครอบครัว/เพื่อน (ร้อยละ 20)

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 48) วัฒนธรรมไทยและศาสนา (ร้อยละ 41) อาหารไทย (ร้อยละ 31) และราคาที่คุ้มค่า (ร้อยละ 29)

นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 73 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทยในไตรมาส 1/2558 คิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 4.10 (คะแนนเต็ม 5) ซึ่งใกล้เคียงกับระดับในไตรมาสก่อน โดยนักท่องเที่ยวระบุว่าได้รับความพึงพอใจในเกือบทุกด้าน ทั้งแหล่งท่องเที่ยว (3.55) อาหารไทย (3.48) และแหล่งบันเทิง (3.48) ขณะที่ด้านการคมนาคมยังคงเป็นด้านเดียวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พอใจ (คะแนนเฉลี่ย 2.86)

ภาพที่ 10 คะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละด้านจากการเที่ยวประเทศไทย ไตรมาส 1/2558



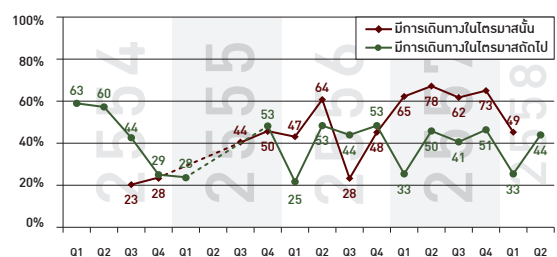
ร้อยละ 34 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความเห็นว่า ประเทศไทยจะเป็นสถานที่แรกที่จะเลือกในการท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งถัดไป (First place in your mind) สะท้อนถึงความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการมาท่องเที่ยวประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ภายใต้วงการที่ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส (ร้อยละ 49) โดยประเทศที่ถือว่าเป็นคู่แข่งของไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ เวียดนาม มาเลเซีย และลาว ซึ่งประเทศในภูมิภาคอาเซียนด้วยกัน

นโยบายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประเมินว่าจะมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของไทยมากที่สุด ได้แก่ การตั้งมาตรฐานคุณภาพการให้บริการในภาคท่องเที่ยว (ร้อยละ 33) พัฒนารูปแบบข้อมูลการท่องเที่ยว (ร้อยละ 28) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเมืองไทย (ร้อยละ 28) และนโยบายเพิ่มความปลอดภัย (ร้อยละ 26)

3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย

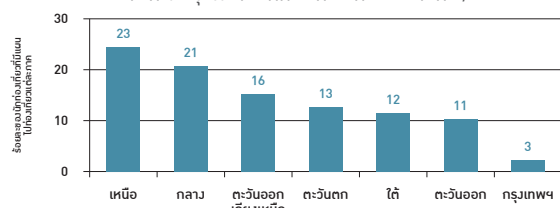
จากการสำรวจนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 350 รายทั่วประเทศพบว่า ร้อยละ 49 ของนักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ 1/2558 ซึ่งต่ำกว่าสัดส่วนในไตรมาส 1/2557 (ร้อยละ 65) ขณะที่ไตรมาส 2/2558 มีนักท่องเที่ยวไทยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศร้อยละ 44 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ต่ำกว่าในไตรมาสที่ 2/2557 เล็กน้อย (ร้อยละ 50)

ภาพที่ 11 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและแผนในการเดินทางในประเทศ



แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไตรมาสที่ 2/2558 ได้แก่ ภาคเหนือ (ร้อยละ 23) ภาคกลาง (ร้อยละ 22) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 16) โดยจังหวัดที่ได้รับความนิยม ได้แก่ เชียงใหม่ และเชียงราย

ภาพที่ 12 จุดหมายนักท่องเที่ยวไทยไตรมาสที่ 2/2558



นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแผนท่องเที่ยวในไตรมาส 2/2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 58) และเยี่ยมครอบครัว (ร้อยละ 22) ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวกับครอบครัว (ร้อยละ 83) และกับกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 29) รูปแบบสถานที่พักผ่อนข้างหลากหลาย โดยมีทั้งโรงแรม (ร้อยละ 30) รีสอร์ท (ร้อยละ 26) และบ้านคนรู้จัก (ร้อยละ 24) วิธีการเดินทางหลักยังคงเป็นพาหนะส่วนตัว (ร้อยละ 84) และเครื่องบิน (ร้อยละ 31) สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการช้อปปิ้ง (ร้อยละ 60) และการเที่ยวชมทะเล หรือโบราณสถาน (ร้อยละ 31)

ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจได้แก่ เวลาและเทศกาลท่องเที่ยว (ร้อยละ 59) แหล่งที่พักที่น่าสนใจ (ร้อยละ 53) แหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 51) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวพิจารณาโดยตลอด ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากความปลอดภัย (ร้อยละ 53) ความสะดวกสบาย (ร้อยละ 44) และราคาที่ไม่แพง (ร้อยละ 44) แสดงให้เห็นความจำเป็นของนโยบายด้านความปลอดภัย และพัฒนาสาธารณูปโภคซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก

แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวค้นหาส่วนใหญ่ยังคงเป็นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 54) คำแนะนำจากครอบครัวหรือเพื่อน (ร้อยละ 51) และสื่อโทรทัศน์ (ร้อยละ 33) โดยนักท่องเที่ยวไทยระบุว่ารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ การใช้ภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามในการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 29) และแพ็คเกจที่พักราคาถูก (ร้อยละ 24)

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 43) ระบุว่าราคาที่ราคาน้ำมันลดลงไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศ แต่ก็ยังมีนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 37 ระบุว่าราคาน้ำมันที่ลดลงมีผลต่อการท่องเที่ยวในประเทศของตนเอง โดยทำให้ตัดสินใจออกมาท่องเที่ยวบ่อยครั้งขึ้น (ร้อยละ 26) และวางแผนใช้จ่ายในด้านอื่นๆ มากขึ้น (ร้อยละ 11)

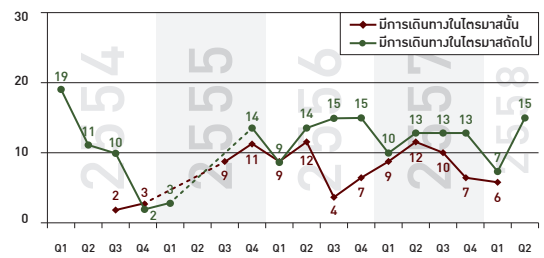
นักท่องเที่ยวร้อยละ 51 ระบุว่าราคาน้ำมันที่ลดลงไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวต่างประเทศของตนเอง แต่ก็ยังมีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งที่จะตัดสินใจเที่ยวบ่อยครั้งขึ้น (ร้อยละ 24) และใช้จ่ายในด้านอื่นๆ เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 11)

ข่าวอุบัติเหตุทางอากาศไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเท่าใดนัก โดยร้อยละ 40 ระบุว่าไม่มีผลใดๆ ในขณะที่อีกร้อยละ 28 ระบุว่าไม่มีผลทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยวบ่อยลง และอีกร้อยละ 14 ตัดสินใจเปลี่ยนไปใช้สายการบินที่มีความปลอดภัยสูงกว่า ขณะที่เหตุการณ์ระเบิดที่สยามพารากอนส่งผลกระทบต่อจิตใจของนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 27 ขณะที่อีกร้อยละ 63 ระบุว่าไม่มีผลกระทบต่อใจ

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไทยอยากให้มีการพัฒนาปรับปรุงได้แก่ การปรับปรุงการบริการในด้านความสะดวก (ร้อยละ 62) ความปลอดภัย (ร้อยละ 49) และคุณภาพสถานที่พัก (ร้อยละ 43) ส่วนนโยบายที่ภาครัฐควรเพิ่มการสนับสนุนมากที่สุดคือ ความปลอดภัย (ร้อยละ 53) ความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 57) และการพัฒนาชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 40)

ในไตรมาสที่ 2/2558 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 15 มีแผนการท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับในไตรมาสที่ 2/2557 ส่วนใหญ่เป็นการวางแผนไปเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาลสงกรานต์และวันหยุดยาววันฉัตรมงคล (ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการประกาศวันหยุดเพิ่มเติมในช่วงวันฉัตรมงคล) จุดหมายหลักยังคงเป็นประเทศใกล้เคียง และประเทศในแถบเอเชีย เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางส่วนใหญ่เพื่อท่องเที่ยวหาประสบการณ์ใหม่ๆ (ร้อยละ 43) และมักจะเดินทางด้วยตนเอง (ร้อยละ 65) มากกว่าไปกับบริษัททัวร์

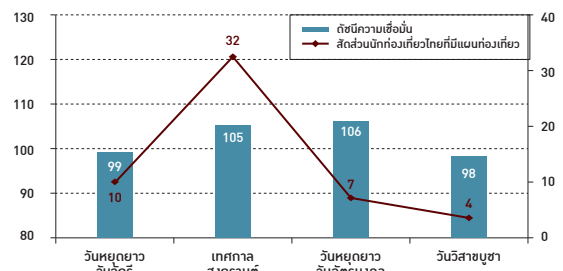
ภาพที่ 13 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและมีแผนในการเดินทางต่างประเทศ



4. การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 2/2558

ไตรมาสที่ 2/2558 เป็นช่วงที่มีเทศกาลท่องเที่ยวหลายช่วง ได้แก่ วันหยุดยาววันจักรี (4-6 เม.ย.) เทศกาลสงกรานต์ (11-15 เม.ย.) วันหยุดยาววันฉัตรมงคล (1-5 พ.ค.) และวันวิสาขบูชา (1 มิ.ย.) โดยผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในช่วงสงกรานต์และวันฉัตรมงคลดีกว่าปกติ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการประกาศเพิ่มวันหยุดในช่วงวันฉัตรมงคล ทำให้เป็นวันหยุดยาว 5 วัน ขณะที่สถานการณ์ในช่วงวันจักรีและวันวิสาขบูชาใกล้เคียงกับระดับปกติ อย่างไรก็ตาม สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มีแผนท่องเที่ยวช่วงเทศกาลกลับลดลงจากปี 2557 ในเกือบทุกเทศกาล โดยเฉพาะเทศกาลสงกรานต์ที่ลดลงจากร้อยละ 39 ในปีก่อนเหลือเพียงร้อยละ 32 ในปีนี้ และวันหยุดยาววันฉัตรมงคลที่ลดลงจากร้อยละ 10 ในปีก่อนเหลือร้อยละ 7 ในปีนี้

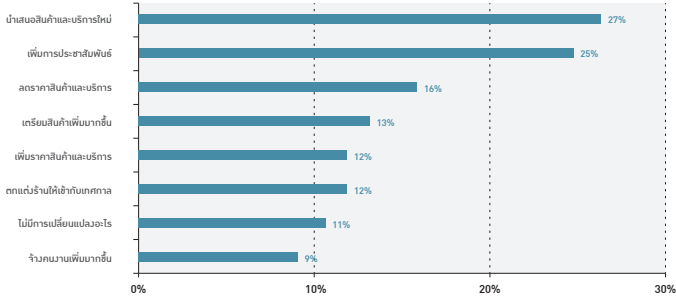
ภาพที่ 14 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 2/2558



นักท่องเที่ยวที่มีแผนการท่องเที่ยวในช่วงสงกรานต์ในปีนี้เป็นส่วนใหญ่จะเริ่มเดินทางตั้งแต่ช่วงวันที่ 10-11 เมษายน โดยส่วนใหญ่เป็นการไปท่องเที่ยวกับครอบครัว (ร้อยละ 66) มักจะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 85) และเลือกพักในโรงแรมหรือรีสอร์ท (ร้อยละ 54) และบ้านคนรู้จัก (ร้อยละ 31) ส่วนใหญ่คาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจจากการได้กลับบ้านพบครอบครัว (ร้อยละ 25) ได้พักผ่อน (ร้อยละ 25) และได้เที่ยวสถานที่ไกลๆ (ร้อยละ 21) และระบุว่าที่ผ่านมาจะไม่พอใจการตีพิมพ์ของมีนเมาในช่วงเทศกาล และผู้ประกอบการที่ควยโอกาสขึ้นราคาสินค้าในช่วงเทศกาลจึงต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยดูแลการตั้งราคาสินค้า ควบคุมไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ และช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีการเตรียมความพร้อมหรือกลยุทธ์ ในช่วงวันหยุดเทศกาลต่างๆ โดยเน้นการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ และเสนอสินค้าใหม่ๆ และต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศ (ร้อยละ 30) และต่างประเทศ (ร้อยละ 26) และเพิ่มการดูแลความปลอดภัย (ร้อยละ 23)

ภาพที่ 15 การเตรียมความพร้อมหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ ในช่วงวันหยุดเทศกาล ไตรมาสที่ 2/2558



5. การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตรมาสที่ 2/2558

จากข้อมูลเบื้องต้นของกรมการท่องเที่ยวพบว่า ในเดือนมกราคม 2558 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.65 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.9 จากปีก่อน และในไตรมาสที่ 1/2558 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 7.62 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.62 จากช่วงเดียวกันของปี 2557

ในไตรมาสที่ 2/2558 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 5.74 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.55 จากไตรมาส 2/2557 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียน 1.80 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.65 จากไตรมาส 2/2557 นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออก 1.99 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 40.15 จากไตรมาส 2/2557 และนักท่องเที่ยวจากยุโรปจะอยู่ที่ 1.44 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.60 จากไตรมาส 2/2557

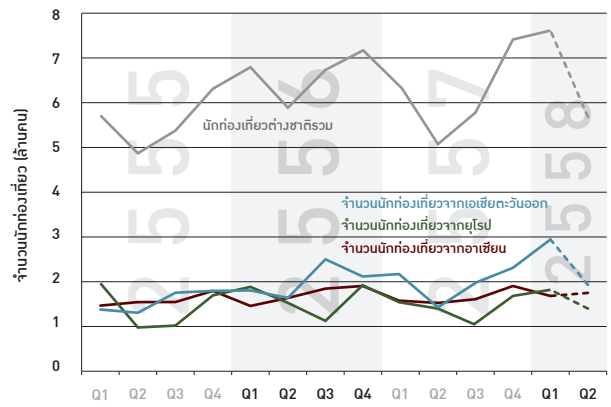
คาดว่าในปี 2558 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 27.96 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.83 จากปี 2557

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้จากการท่องเที่ยวรายไตรมาส ปี 2558

ไตรมาส	นักท่องเที่ยว 2557 (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว 2558 ^P (ล้านคน)	อัตราการเติบโต ปี 2558 ^P (%)	รายได้จากการท่องเที่ยว 2558 ^P (ล้านบาท)
1	6.37	7.62	19.62	351,190
2	5.10	5.74	12.55	253,245
3	5.85	6.87	17.44	319,339
4	7.46	7.73	3.62	359,916
รวม	24.78	27.96	12.83	1,283,690

^P แทนค่าการเบิกจ่ายแบบจำลองโดยผู้วิจัย
ข้อมูลล่าสุดถึงเดือนธันวาคม 2557 จากกรมการท่องเที่ยว
ข้อมูลรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจากกรมการท่องเที่ยวอ้างจากเดือนธันวาคม 2557

ภาพที่ 17 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรายไตรมาส ปี 2555 - 2558 (ล้านคน)



หมายเหตุ เส้นประแสดงค่าคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรายภูมิภาคเป็นค่าการประเมินไตรมาสที่ต่างชาติมีความเชื่อมั่น

สำหรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวจีน ในไตรมาสที่ 1/2558 นักท่องเที่ยวจีนได้เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะในเดือนกุมภาพันธ์ซึ่งเป็นช่วงเทศกาลตรุษจีน จากข้อมูลเบื้องต้นคาดว่าในไตรมาสที่ 1/2558 จะมีนักท่องเที่ยวจากจีนประมาณ 1.45 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1/2557 ร้อยละ 39.41 ส่วนในไตรมาสที่ 2/2558 นั้นคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากจีน 1.29 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2/2557 ร้อยละ 53.82 และคาดว่าในปี 2558 จะมีนักท่องเที่ยวจากจีนถึงประมาณ 5.67 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 23.14 และน่าจะเป็นปีแรกที่มีนักท่องเที่ยวจากจีนเกิน 5 ล้านคน

ส่วนนักท่องเที่ยวจากรัสเซียคาดว่าจะมีจำนวนลดลงค่อนข้างมาก เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจของรัสเซียที่ชะลอตัว ทั้งการอ่อนค่าของเงินรูเบิล การลดลงของราคาน้ำมัน และการขึ้นอัตราดอกเบี้ยในประเทศ เป็นปัจจัยที่ทำให้กำลังซื้อของชาวรัสเซียลดลงเป็นอย่างมาก โดยคาดว่าในไตรมาสที่ 1/2558 จะมีนักท่องเที่ยวจากรัสเซียประมาณ 391,500 คน ลดลงจากไตรมาสที่ 1/2557 ร้อยละ 44.09 ส่วนในไตรมาสที่ 2/2558 นั้นคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยว 95,000 คน ลดลงจากไตรมาสที่ 2/2557 ร้อยละ 64.03 และคาดว่าในปี 2558 จะมีนักท่องเที่ยวจากรัสเซียทั้งหมด 768,000 คน ลดลงจากปี 2557 ร้อยละ 52.11

6. สรุปและข้อเสนอแนะ

สถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2557 กลับเข้าสู่ภาวะปกติ นักท่องเที่ยวต่างชาติเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปลายปี 2557 โดยเฉพาะการเติบโตของนักท่องเที่ยวจีน แต่ผู้ประกอบการเริ่มมีความกังวลมากขึ้นจากปัญหาเศรษฐกิจโลกและการชะลอตัวของเศรษฐกิจไทยในครึ่งแรกของปี 2558 ทำให้มีแนวโน้มว่าผู้ประกอบการจะประสบปัญหาการแข่งขันทางราคาที่สูงขึ้นในไตรมาสที่ 2/2558 รวมทั้งการแข่งขันในการดึงดูดนักท่องเที่ยวของประเทศอื่นๆ

6.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

(1) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งนี้ในไตรมาส 2 จะเริ่มเข้าสู่ช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว จึงควรมุ่งเป้าหมายไปยังนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคที่มีศักยภาพเติบโตได้และไม่ค่อยขึ้นกับฤดูกาลท่องเที่ยวมากนัก เช่น นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออกหรืออาเซียน ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากยุโรปอาจจะเพิ่มได้ไม่มากนัก โดยควรจะใช้การประชาสัมพันธ์เทศกาลหรือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และการอำนวยความสะดวก

ในการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวมากขึ้น เช่น การปรับปรุงระเบียบ
ในการขอวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

- (2) รักษาบรรยากาศในการท่องเที่ยวและเสถียรภาพในการเติบโตของนักท่องเที่ยวจีน
ทั้งนี้ ท่ามกลางปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก การเติบโตของนักท่องเที่ยวจีน
จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในปี 2558 โดยสถานการณ์
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัยหลักคือ สถานการณ์
ในประเทศไทยและนโยบายของประเทศจีน ดังนั้น ประเทศไทยจะต้องรักษา
ภาพลักษณ์และความสงบในประเทศ และรักษาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
และบรรยากาศการท่องเที่ยวให้ทุกฝ่ายยอมรับได้และเกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน
เช่น การกำหนดและประชาสัมพันธ์แนวทางการปฏิบัติให้นักท่องเที่ยวจีนที่มา
ไทยให้ชัดเจนและเป็นมิตร การออกมาตรการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว
ต่อประชาชนในพื้นที่ที่เป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวชาวจีนเพื่อลด
แรงต่อต้าน รวมทั้งการดูแลควบคุมมาตรฐานการให้บริการของผู้ประกอบการ
ไม่ให้เกิดปัญหาที่อาจจะกระทบกับความมั่นใจของนักท่องเที่ยวจีน
- (3) กระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยอย่างต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวไทย
ส่วนหนึ่งยังคงมีความไม่มั่นใจในสภาพเศรษฐกิจในประเทศและลดการใช้จ่าย
ของตนเอง จึงควรจะมีมาตรการเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทาง
ท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์และการจัดงานเทศกาล
ในแหล่งท่องเที่ยว โดยรัฐจะต้องเน้นการสนับสนุนผู้ประกอบการที่จดทะเบียน
ถูกต้องตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม การใช้มาตรการประกาศวันหยุดเพิ่มเติม
จะต้องทำด้วยความระมัดระวัง โดยเฉพาะการประกาศให้เป็นวันหยุดติดต่อกัน
ในเวลานานเกินไปอาจจะไปส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปเที่ยว
ต่างประเทศแทน
- (4) เร่งพัฒนาการกำกับดูแลมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการด้าน
การท่องเที่ยว และสร้างภาพลักษณ์ด้านการมีมาตรฐานและความปลอดภัย
เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น ประเทศไทยจำเป็นต้อง
เปลี่ยนภาพลักษณ์จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่า
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยว การบริการ และ
ความปลอดภัย ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้
ความสำคัญมาก และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว
ได้ในอนาคต โดยในปัจจุบันมีความพยายามในการดำเนินงานโดยหน่วยงาน
ต่างๆบ้างแล้ว แต่ยังไม่เห็นผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมเท่าใดนัก

- (5) พัฒนาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวให้เหมาะสม โดยควรต้องพิจารณา
การสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่พร้อมทั้งดูแลฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
เดิมที่เสื่อมโทรม ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น สนามบิน
ภูมิภาค สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมในประเทศ
การสนับสนุนเที่ยวบินตรงไปยังแหล่งท่องเที่ยว โดยควรเน้นการพัฒนาให้กระจาย
ไปยังพื้นที่ต่างๆให้ทั่วถึง เพื่อลดการกระจุกตัวในแหล่งท่องเที่ยวหลัก รวมถึงมีการ
พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวที่จำเป็น เช่น มัคคุเทศก์ เจ้าหน้าที่
สนามบิน เป็นต้น

6.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

- (1) ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องเตรียมพร้อม
กับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงไตรมาส 2
และ 3 โดยนักท่องเที่ยวจากยุโรปน่าจะลดลงมาก ทั้งจากช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว
และปัญหาเศรษฐกิจในยุโรปเอง ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่จะเติบโตได้มาจาก
กลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และอาเซียน รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่ทำกิจกรรมเฉพาะ
เช่น การประชุม สุขภาพ ทั้งนี้จะต้องนำเสนอสินค้าและบริการให้เหมาะสม
ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- (2) ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศควรต้องเตรียม
มาตรการในการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น โดยควรสร้างจุดเด่นซึ่งเป็นทางเลือก
ใหม่ให้กับธุรกิจของตนเอง เช่น สินค้าและบริการใหม่ๆ เส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ
กิจกรรมใหม่ๆ การพัฒนามาตรฐานการให้บริการให้ดีและเชื่อถือได้ และต้องหลีกเลี่ยง
การแข่งขันทางราคากระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง เนื่องจากการแข่งขันกัน
ลดราคาเพื่อแย่งลูกค้าจะทำให้สถานการณ์ของผู้ประกอบการในภาพรวมแย่ลง
และยังมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวกังวลเรื่องคุณภาพการบริการที่ตนเองจะได้รับ
จากการลดราคาคงกล่าว
- (3) เพิ่มความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในธุรกิจหรือในพื้นที่เดียวกันให้
มากยิ่งขึ้น โดยเปลี่ยนจากการแข่งขันทางราคาเป็นการหาความความร่วมมือ
ในการทำธุรกิจให้ครอบคลุมและสนับสนุนกันมากยิ่งขึ้น
- (4) พัฒนามาตรฐานการให้บริการของตนเอง โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยและ
การอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการท่องเที่ยว
- (5) พัฒนาบุคลากรในองค์กรของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ
มากขึ้น และยังช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมได้ด้วย

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทยคำนวณจากผลการสำรวจตัวแทนผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการสำรวจรายไตรมาส และรายปี
เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้วางแผนนโยบาย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทยแยกได้ตามภูมิภาค และประเภทธุรกิจ

การคำนวณดัชนีราคาโดยการถ่วงค่าตามผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกๆไตรมาส โดยใช้ค่าถ่วงหลักตามแนวทางของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่

- ค่าประเมินของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้ อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับดัชนีการท่องเที่ยวปกติที่คำนวณหาว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
- ค่าคิดช่วยเหลือของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้ อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับดัชนีการท่องเที่ยวปกติที่คำนวณหาว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี

ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้จาก: 0 (ไม่มี), 1 (น้อย), 2 (ปานกลาง), 3 (มาก), 4 (มาก) จากนั้นจึงนำผลที่ได้ไปหาค่าเฉลี่ย โดยดัชนีที่มีผลดัชนีมากกว่า 100
แสดงว่าผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวดีกว่าปีก่อนๆ นอกจากนี้ยังมีค่าถ่วงปลายเปิดเพื่อให้ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อนำผู้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลอีกด้วย

สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 1 ปี 2558 นี้ ดำเนินการสำรวจในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - กุมภาพันธ์ 2558 มีตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวรวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง
ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 600 ราย ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 350 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 350 ราย

ผู้ที่สนใจสามารถติดตามข่าวสารโครงการได้ที่เว็บไซต์ www.thailandtourismcouncil.org

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)

e-mail: info@thailandtourismcouncil.org