

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 ทัวไป • ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวธุรกิจการท่องเที่ยว • ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ • การท่องเที่ยว ช่วงเทศกาล • การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ • ข้อเสนอแนะ

การอ่านค่าดัชนี — ดัชนีความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0 — 200 โดย

- ค่าดัชนีสูงกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์ดีกว่าระดับปกติ
- ค่าดัชนีเท่ากับ 100 หมายความว่าสถานการณ์เท่ากับระดับปกติ
- ค่าดัชนีต่ำกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์แยกว่าระดับปกติ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar of the Kingdom

95

ดัชนีความเชื่อมั่น
ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว
ในไตรมาสที่ 1/2559 เท่ากับ 95
ต่ำกว่าระดับปกติเล็กน้อย

ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์
ไตรมาสที่ 2/2559 เท่ากับ 99
เป็นการคาดการณ์
ในระดับใกล้เคียงปกติ

99

ไตรมาส 2/2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 7.82 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.56 จากปีก่อน และคาดว่าในปี 2559
จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 33.83 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.22 และมีรายได้ 1.75 ล้านล้านบาท

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2559 เท่ากับ 95 อยู่ในระดับต่ำกว่าปกติเล็กน้อย ส่วนหนึ่งเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจไทย ทำให้ผู้ประกอบการที่มีฐานลูกค้าชาวไทยเป็นหลักประเมินสถานการณ์แย่มาก (90) ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีฐานลูกค้าต่างชาติยังประเมินสถานการณ์ใกล้เคียงปกติ (101)
- ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 2/2559 เท่ากับ 99 เป็นการคาดการณ์ใกล้เคียงปกติ โดยภาวะเศรษฐกิจไทยยังคงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการประเมินสถานการณ์ของผู้ประกอบการ
- นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 73 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทยในไตรมาส 1/2559 คิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 4.14 (คะแนนเต็ม 5) โดยนักท่องเที่ยวระบุว่าได้รับความพึงพอใจในเกือบทุกด้านยกเว้นด้านการคมนาคมทั้งด้านการให้บริการคมนาคม (แท็กซี่ รถประจำทาง) และสาธารณูปโภคคมนาคม (ถนน รถไฟ)
- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบถึงมาตรการนำค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวมาลดหย่อนภาษี (ร้อยละ 69) แต่มีเพียงส่วนน้อยที่มีการยื่นขอลดหย่อนภาษี (ร้อยละ 7) เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้จ่ายกับผู้ประกอบการที่ออกไปกำกับภาษี (ร้อยละ 42) และอีกส่วนหนึ่งไม่ได้มีการท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา (ร้อยละ 20) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่ยื่นขอลดหย่อนภาษีส่วนใหญ่ขอยื่นไม่ได้เนื่องจากเงินที่ได้ประโยชน์
- การประกาศวันหยุดเพิ่มเติมในช่วงวันฉัตรมงคลให้เป็นวันหยุดยาวส่งผลดีต่อภาคการท่องเที่ยวไม่มากนัก โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระบุว่าไม่ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป (ร้อยละ 45) หรือมีบางส่วนที่จะเพิ่มการท่องเที่ยวต่างประเทศ (ร้อยละ 30) และมีเพียงส่วนน้อยที่จะเพิ่มการท่องเที่ยวในประเทศ (ร้อยละ 24)
- ในไตรมาสที่ 2/2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 7.82 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.56 จากไตรมาส 2/2558 และในปี 2559 คาดจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 33.83 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.22 จากปี 2558 สร้างรายได้ 1.75 ล้านล้านบาท

1 ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป

เศรษฐกิจโลกยังคงซบเซาต่อเนื่อง โดยเฉพาะเศรษฐกิจจีนที่ภาคธุรกิจเริ่มมีปัญหาผิติดนัดชำระหนี้และเงินทุนไหลออก ประกอบกับเศรษฐกิจญี่ปุ่นยังคงไม่เห็นการฟื้นตัว ในขณะที่เศรษฐกิจสหรัฐมีการฟื้นตัวอย่างช้าๆ ทำให้เงินดอลลาร์ สรอ. แข็งค่าขึ้นมา

เศรษฐกิจไทยปี 2559 ยังอยู่ในภาวะซบเซา แม้ว่าในไตรมาส 4/2558 เศรษฐกิจไทยจะขยายตัวได้ที่ร้อยละ 2.8 แต่เป็นการขยายตัวจากปัจจัยชั่วคราวต่างๆ ได้แก่ การเร่งซื้อรถยนต์ก่อนขึ้นภาษีสรรพสามิต มาตรการซื้อช่วยเหลือชาติ มาตรการกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งจะทำให้การใช้จ่ายของภาคเอกชนในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2559 อาจชะลอตัวลงหลังผลของปัจจัยดังกล่าวหมดลง

ภาคการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายภาครัฐจะเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อเศรษฐกิจไทยในปี 2559 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งส่วนหนึ่งมาจากมีการเปิดใช้เส้นทาง R3a เชื่อมต่อจากจีนมายังภาคเหนือของไทย สำหรับภาครัฐมีแผนใช้จ่ายโครงการลงทุนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของการลงทุนขนาดใหญ่ในโครงสร้างพื้นฐาน และการลงทุนขนาดเล็กในระดับตำบล ซึ่งจะช่วยชดเชยแรงส่งจากการใช้จ่ายภาคเอกชนที่ชะลอตัว และการส่งออกที่หดตัวต่อเนื่องตามภาวะเศรษฐกิจโลก

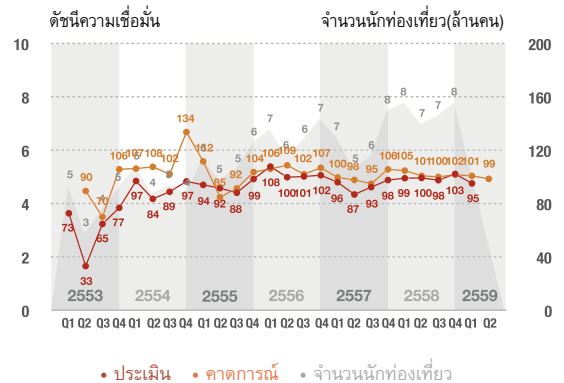
เงินบาทกลับมาแข็งค่าขึ้นในระยะสั้นแต่ยังคงคาดว่าจะอ่อนค่าลงในระยะยาว โดยอัตราแลกเปลี่ยนสิ้นเดือนกุมภาพันธ์อยู่ที่ 36.17 บาทต่อดอลลาร์ สรอ. แข็งค่าจากต้นปีร้อยละ 1.2 เนื่องจากมีเงินทุนไหลกลับเข้ามาภูมิภาคเอเชียในระยะสั้น แต่ตลาดยังคงคาดว่าค่าเงินบาทยังมีแนวโน้มอ่อนค่าในระยะยาวเนื่องจากแนวโน้มการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจภูมิภาคเอเชียที่ค่อนข้างอ่อนแอ

2 ผลการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 600 ราย พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2559 เท่ากับ 95 อยู่ในระดับต่ำกว่าปกติเล็กน้อย

ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาส 1/2559 ต่ำกว่าปกติเนื่องจากเศรษฐกิจไทยที่ยังซบเซา (ร้อยละ 34) ความไม่แน่นอนทางการเมือง (ร้อยละ 30) และการแข่งขันที่รุนแรง (ร้อยละ 28) ในขณะที่ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาสนี้ดีกว่าปกติเนื่องจากอยู่ในฤดูท่องเที่ยว (ร้อยละ 33)

ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2553-2559



หมายเหตุ: ในไตรมาสที่ 1/2559 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ใช้ในการสำรวจเพื่อให้สอดคล้องกับภาพรวมธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ตัวเลขดัชนีที่ได้จากการสำรวจจึงอาจจะไม่ต่อเนื่องกับการสำรวจในไตรมาสถัดก่อนหน้า

ทั้งนี้ หากวิเคราะห์โดยจำแนกตามฐานลูกค้าพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เน้นรับลูกค้าชาวไทยเป็นหลักประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติมาก (90) โดยเฉพาะผู้ประกอบการโรงแรมที่มีลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย (85) ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เน้นรับลูกค้าชาวต่างประเทศเป็นหลักยังคงประเมินสถานการณ์ในระดับปกติ (101)

ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 2/2559 เท่ากับ 99 เป็นการคาดการณ์ในระดับใกล้เคียงปกติ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่คาดการณ์สถานการณ์แยกกว่าปกติส่วนใหญ่มีความกังวลต่อปัญหาเศรษฐกิจไทย (ร้อยละ 39) และเศรษฐกิจโลก (ร้อยละ 28) รวมถึงการที่ไตรมาสหน้าเป็นช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (ร้อยละ 28) ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอีกส่วนหนึ่งคาดการณ์สถานการณ์ดีกว่าปกติเนื่องจากหลายปัจจัย เช่น เศรษฐกิจไทยที่น่าจะดีขึ้น การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ การเดินทางที่สะดวกขึ้น และต้นทุนที่ถูกลง (ร้อยละ 24)

ผู้ประกอบการบางส่วนประเมินว่าปัญหาเศรษฐกิจจีนที่เกิดขึ้นในปัจจุบันส่งผลให้ธุรกิจตนเองแยลง (ร้อยละ 35) โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจสวนสนุก อิมปาร์ค (ร้อยละ 53) และกลุ่มร้านอาหารของที่ระลึก (ร้อยละ 46) ซึ่งมีชาวจีนเป็นฐานลูกค้าหลัก ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีฐานลูกค้าหลักอื่นๆ ไม่ได้รับผลกระทบมากนัก

ราคาน้ำมันที่ปรับลดลงช่วยลดต้นทุนผู้ประกอบการและส่งผลดีต่อธุรกิจ โดยผู้ประกอบการถึงร้อยละ 41 ประเมินว่าธุรกิจดีขึ้นจากราคาน้ำมันที่ลดลง

เมื่อถามถึงเหตุการณ์ผิดปกติต่างๆ ที่เกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ การเกิดเหตุระเบิดในประเทศอินโดนีเซียและปัญหามาตรฐานการบิน ผู้ประกอบการประเมินว่าไม่ค่อยได้รับผลกระทบเท่าใดนัก มีเพียงบางกลุ่มที่มีความกังวล เช่น กลุ่มธุรกิจขนส่งที่ประเมินว่าธุรกิจจะแยลงจากปัญหาไทยถูกปรับลดมาตรฐานการบิน (ร้อยละ 40)

สำหรับการประกาศขึ้นค่าเช่าอุทยานนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินว่าธุรกิจตนเองไม่ได้รับผลกระทบใดๆ (ร้อยละ 35) โดยผู้ประกอบการในภาคใต้เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนผู้ที่ประเมินว่าจะได้รับผลกระทบทางลบมากที่สุด (ร้อยละ 40) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการมีความเห็นและข้อเสนอแนะแตกต่างกันไป เช่น ควรเก็บชาวต่างชาติในราคาที่ถูกลงกว่านี้ หรือควรมีการนำเงินค่าเช่าอุทยานไปใช้พัฒนาอุทยานให้มากกว่านี้ เป็นต้น

ผู้ประกอบการประเมินว่าการคมนาคมขนส่งด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังอยู่ในระดับค่อนข้างแย่ (ร้อยละ 35) โดยเห็นว่าควรปรับปรุงในหลายด้าน ได้แก่

- 1) พัฒนาด้านให้ครอบคลุมไปยังแหล่งท่องเที่ยวห่างไกล
- 2) พัฒนาด้านให้มีคุณภาพดีขึ้น
- 3) เพิ่มเส้นทางการบินภูมิภาคในจังหวัดต่างๆ และ
- 4) พัฒนาการให้บริการขนส่งสาธารณะในเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีมาตรฐาน เช่น ราคาเหมาะสม ไม่หลอกลวงนักท่องเที่ยว

ในด้านการส่งเสริมจากภาครัฐ ผู้ประกอบการยังคงต้องการความช่วยเหลือลักษณะคล้ายกันกับในไตรมาสก่อนๆ โดยเน้นการกระตุ้นความต้องการท่องเที่ยว ทั้งตลาดท่องเที่ยวในประเทศ (ร้อยละ 41) และตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ร้อยละ 33) สะท้อนความจำเป็นของภาครัฐที่ต้องช่วยกระตุ้นความต้องการเพิ่มขึ้นในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจซบเซา นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องการความช่วยเหลือในการกำหนดมาตรฐานการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 35) และความช่วยเหลือในการนำเทคโนโลยี (IT) มาใช้ (ร้อยละ 29)

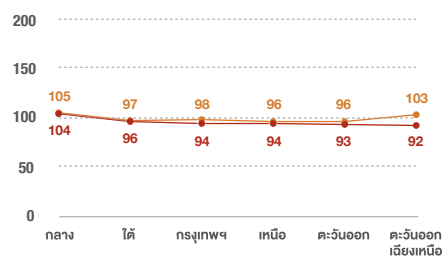
ในภาพรวม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่เล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการร่วมมือของภาคเอกชนด้วยกันเองค่อนข้างสูง และการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ขณะที่ภาครัฐควรเน้นบทบาทในระดับมหภาค ทั้งการช่วยเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของไทยและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามภูมิภาค

ไตรมาสที่ 1/2559 ผู้ประกอบการในเกือบทุกภูมิภาคประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวต่ำกว่าระดับปกติ คาดว่ามาจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ชะลอส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของคนไทย ผู้ประกอบการในภาคกลางเป็นภาคเดียวที่ประเมินดีกว่าปกติ

สำหรับการคาดการณ์สถานการณ์ในไตรมาสที่ 2/2559 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่คาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวแยกกว่าหรือใกล้เคียงปกติ ยกเว้นภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติ

ภาพที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค

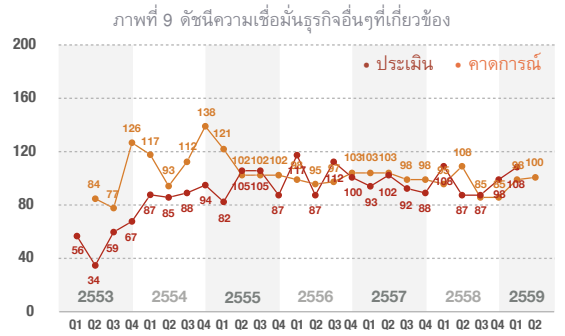
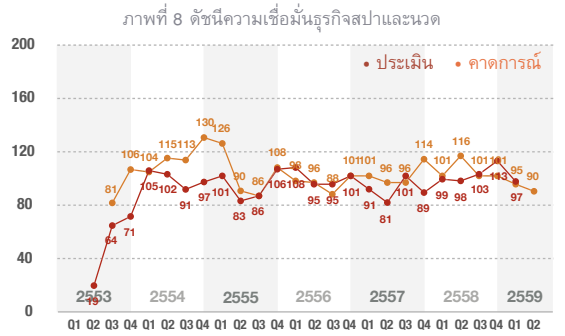
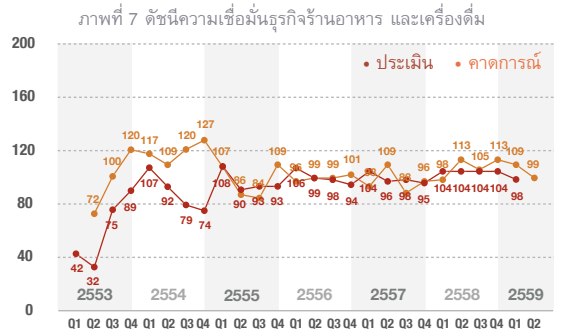
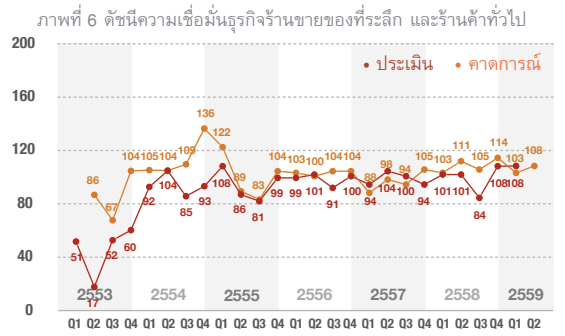
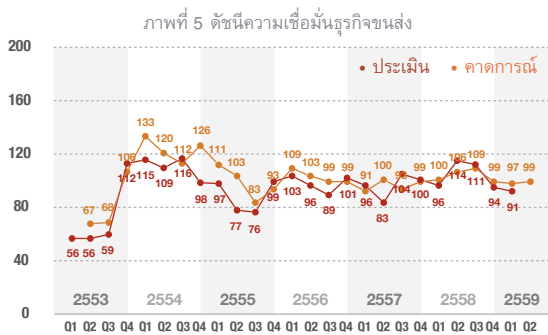
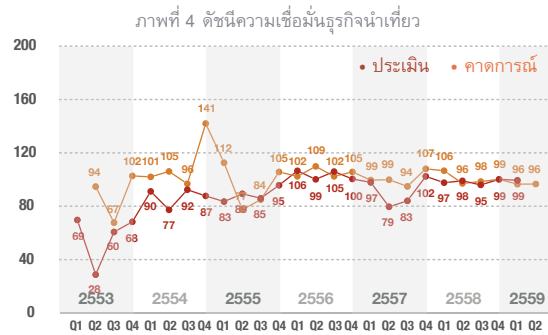
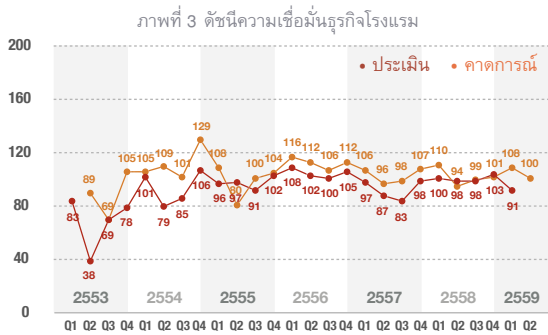


• ประเมินไตรมาส 1/2559 • คาดการณ์ไตรมาส 2/2559

2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ไตรมาสที่ 1/2558 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวแย่กว่าปกติ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่นๆ (สวนสนุก อิมปาร์ค) ที่ประเมินแย่กว่าปกติค่อนข้างมาก

สำหรับการคาดการณ์ในไตรมาส 2/2559 ผู้ประกอบการมีการคาดการณ์แตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่คาดการณ์ใกล้เคียงปกติ มีเพียงธุรกิจร้านขายของที่ระลึกที่คาดการณ์ดีกว่าปกติ ขณะที่ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจสปาและนวดเป็นกลุ่มที่คาดการณ์สถานการณ์แย่กว่าปกติค่อนข้างมาก



3 ผลการสำรวจ ความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

3.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

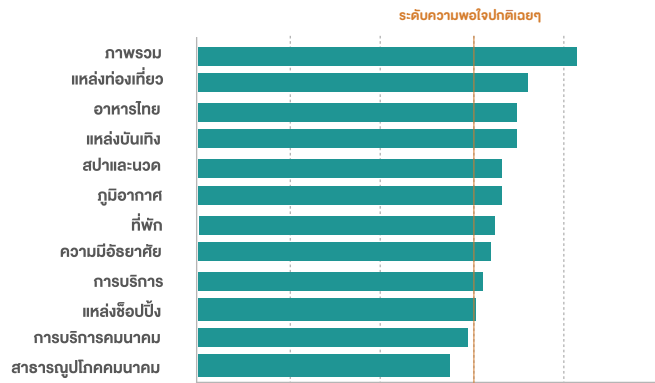
จากการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 1/2559 จำนวน 350 ราย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เที่ยวต่างประเทศเป็นประจำอยู่แล้ว (ร้อยละ 79 ท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 1 ครั้งต่อปี) โดยส่วนใหญ่มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศล่วงหน้าที่ยาวนานกว่า 3 เดือน (ร้อยละ 62) แบ่งเป็นการวางแผนในช่วง 1-3 เดือน (ร้อยละ 23) 2 อาทิตย์-1เดือน (ร้อยละ 20) และน้อยกว่า 2 อาทิตย์ (ร้อยละ 19) และการมาเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นการเยี่ยมเยือนไทยซ้ำ (repeat visitor สัดส่วนร้อยละ 63)

นักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสนี้ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 40) โดยเป็นการมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน (ร้อยละ 33) และครอบครัว (ร้อยละ 23) กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ ได้แก่ การเที่ยวชมสถานที่ทางธรรมชาติ (ร้อยละ 55) และการเที่ยวชมสถานที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 54) แหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ยังคงเป็นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 26) และหนังสือนำเที่ยว (ร้อยละ 21)

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 47) วัฒนธรรมไทย และศาสนา (ร้อยละ 43) อาหารไทย (ร้อยละ 38) และราคาที่คุ้มค่า (ร้อยละ 33)

นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 73 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทยในไตรมาส 1/2559 คิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 4.14 (คะแนนเต็ม 5) โดยนักท่องเที่ยวระบุว่าได้รับความพึงพอใจในเกือบทุกด้าน โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยว (3.59) อาหารไทย (3.49) แหล่งบันเทิง (3.88) และการนวดสปา (3.33) ขณะที่ด้านการคมนาคมยังคงเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พอใจ ทั้งด้านการให้บริการคมนาคม (แท็กซี่ รถประจำทาง) และสาธารณูปโภคคมนาคม (ถนน รถไฟ) (คะแนน 2.97 และ 2.77 ตามลำดับ)

ภาพที่ 10 คะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละด้านจากการเที่ยวประเทศไทย ไตรมาส 1/2559



นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความเห็นว่าแนวทางการพัฒนาการคมนาคมของไทยที่เป็นประโยชน์มากที่สุดคือ สร้าง/ขยายระบบการคมนาคมทางรถไฟให้เข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 35) พัฒนาให้การเดินทางรวดเร็วยิ่งขึ้น (ร้อยละ 35) ปรับปรุง/ซ่อมแซมคุณภาพถนน (ร้อยละ 33) และลดราคาของการบริการคมนาคม (ร้อยละ 33)

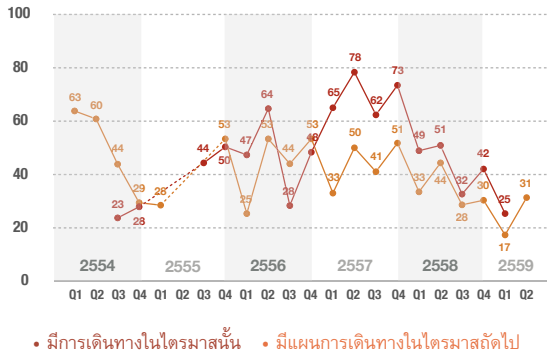
ร้อยละ 35 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความเห็นว่า ประเทศไทยจะเป็นสถานที่แรกที่เลือกในการท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งถัดไป (First place in your mind) สะท้อนถึงความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยประเทศที่ถือถือว่าเป็นคู่แข่งของไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ เวียดนาม ลาว และมาเลเซีย ซึ่งประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน

นโยบายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประเมินว่าจะมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของไทยมากที่สุด ได้แก่ การสร้างมาตรฐานการให้บริการ (ร้อยละ 35) การสร้างความปลอดภัย (ร้อยละ 32) สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย (ร้อยละ 32) และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยวไทย (ร้อยละ 27)

3.2 นักท่องเที่ยวไทย

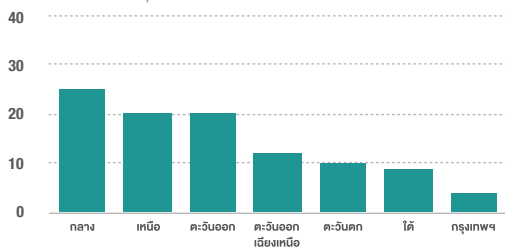
จากการสำรวจนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 350 รายทั่วประเทศพบว่า ร้อยละ 25 ของนักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ 1/2558 ซึ่งต่ำกว่าสัดส่วนในไตรมาส 1/2558 (ร้อยละ 49) ขณะที่ในไตรมาส 2/2559 มีนักท่องเที่ยวไทยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศร้อยละ 31 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ต่ำกว่าในไตรมาสที่ 1/2558 (ร้อยละ 44) โดยแม้ส่วนใหญ่จะระบุว่ายังวางแผนงบประมาณในการท่องเที่ยวเท่าเดิม (ร้อยละ 51) แต่สัดส่วนผู้ที่ระบุว่าลดลงงบประมาณท่องเที่ยวลง (ร้อยละ 25) มีมากกว่าที่ระบุว่าเพิ่มงบประมาณ (ร้อยละ 20) ทั้งนี้ ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่วางแผนล่วงหน้าการเที่ยวในประเทศเพียง 2-4 อาทิตย์ (ร้อยละ 34)

ภาพที่ 11 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและมีแผนในการเดินทางในประเทศ



แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไตรมาสที่ 2/2559 ได้แก่ ภาคกลาง (ร้อยละ 25) ภาคเหนือ (ร้อยละ 20) และภาคตะวันออก (ร้อยละ 20)

ภาพที่ 12 จุดหมายนักท่องเที่ยวไทยไตรมาสที่ 2/2559



ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งที่พักที่น่าสนใจ (ร้อยละ 64) และราคาการท่องเที่ยว (ร้อยละ 53) การที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านราคามากขึ้น คาดว่าปัญหาเศรษฐกิจทำให้นักท่องเที่ยวต้องพิจารณาด้านความคุ้มค่ามากขึ้น แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดยังคงเป็นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 70) และหนังสือนำเที่ยว (ร้อยละ 36)

สำหรับมาตรการนำค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวในประเทศมาลดหย่อนภาษีในปีที่ผ่านมาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบถึงมาตรการดังกล่าว (ร้อยละ 69) แต่มีเพียงส่วนน้อยที่มีการยื่นขอลดหย่อนภาษีตามมาตรการดังกล่าว (ร้อยละ 7) เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้จ่ายกับผู้ประกอบการที่ออกไปกำกับภาษีได้ตามเงื่อนไข (ร้อยละ 42) และอีกส่วนหนึ่งไม่ได้มีการท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา (ร้อยละ 20) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่ได้ยื่นขอลดหย่อนภาษีส่วนใหญ่ขอยื่นไม่ได้เนื่องจากไม่ได้ประโยชน์ จึงระบุว่าจะไม่ได้รับประโยชน์หากมีการขยายวงเงินของมาตรการ (ร้อยละ 92)

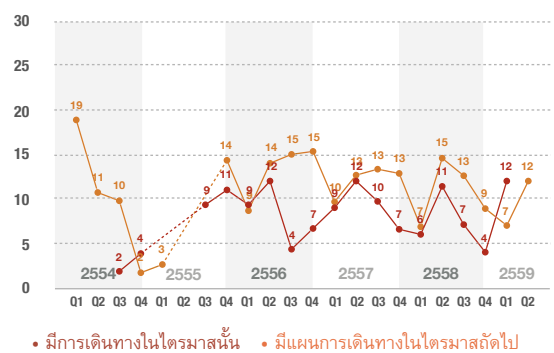
สิ่งที่นักท่องเที่ยวไทยอยากให้มีการพัฒนาปรับปรุงได้แก่ การปรับปรุงในด้านความสะดวกสบาย (ร้อยละ 59) และคุณภาพการบริการ (ร้อยละ 29) ส่วนนโยบายที่ภาครัฐควรเพิ่มการสนับสนุนมากที่สุดคือ การเพิ่มความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 68) จัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว (ร้อยละ 58) และการพัฒนาแหล่งชุมชนใกล้เคียง (ร้อยละ 48)

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังให้ความเห็นว่ายังควรมีการปรับปรุงด้านการคมนาคมขนส่งอีกมาก โดยแนวทางการพัฒนาที่จะช่วยสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวได้มากที่สุด ได้แก่ การเพิ่มเที่ยวบินภูมิภาคในจังหวัดต่างๆ (ร้อยละ 54) พัฒนาทางเลือกในการเดินทางอื่นๆ ให้มีมากกว่าในปัจจุบัน (ร้อยละ 43) และพัฒนาถนนให้มีคุณภาพดีขึ้น (ร้อยละ 42)

ในไตรมาสที่ 1/2559 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 12 มีการท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันปีก่อน จุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวได้แก่ เกาหลี และเวียดนาม ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ ความสวยงามของธรรมชาติ (ร้อยละ 61) และความสวยงามของเมือง (ร้อยละ 41)

สำหรับการวางแผนล่วงหน้า มีนักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 12 ที่มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศในไตรมาส 2/2559 โดยส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลซึ่งเป็นวันหยุดยาว และเป็นการเดินทางด้วยตนเอง

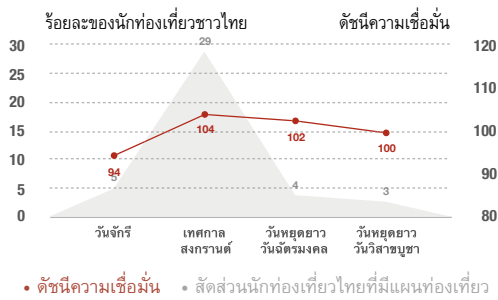
ภาพที่ 13 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและมีแผนในการเดินทางต่างประเทศ



4 การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 2/2559

ไตรมาส 2/2559 เป็นช่วงที่มีวันหยุดเทศกาลท่องเที่ยว ได้แก่ วันจักรี เทศกาลสงกรานต์ วันหยุดยาววันตรุษสงกรานต์ และ วันหยุดยาววิสาขบูชา โดยสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนออกมาท่องเที่ยวในช่วงวันดังกล่าวลดลงจากปีก่อนเล็กน้อย

ภาพที่ 13 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและมีแผนในการเดินทางต่างประเทศ



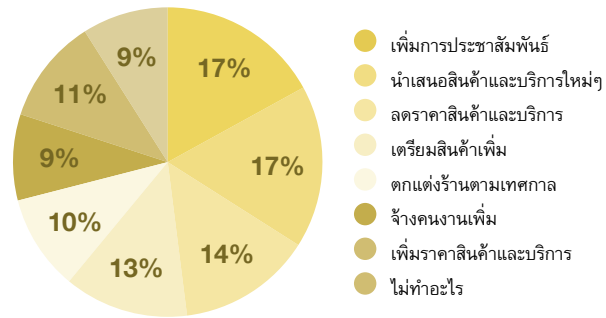
ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ นักท่องเที่ยวไทยมีแผนเดินทางร้อยละ 29 ลดลงจากสัดส่วนในปีก่อนเล็กน้อย โดยนักท่องเที่ยวที่มีแผนการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเริ่มเดินทางในวันที่ 11-12 โดยมีมักจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (ร้อยละ 54) และกับครอบครัว (ร้อยละ 32) วิธีการเดินทางส่วนใหญ่คือ รถประจำทาง (ร้อยละ 57) และรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 48) ที่พักที่ได้รับความนิยมในช่วงเทศกาล ได้แก่ รีสอร์ท (ร้อยละ 52) และโรงแรม (ร้อยละ 21)

นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจจาก ได้กลับบ้านหรือไปเที่ยวกับครอบครัว (ร้อยละ 39) ได้พักผ่อนสบายๆ (ร้อยละ 27) และได้ความสนุกสนานจากการเล่นน้ำ (ร้อยละ 19) ขณะที่สิ่งที่นักท่องเที่ยวจะไม่พอใจในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ได้แก่ การเล่นน้ำที่รุนแรงมากเกินไป (ร้อยละ 38) และการเดินทางที่ลำบาก (ร้อยละ 33) นักท่องเที่ยวจึงอยากให้ภาครัฐเข้ามาปรับปรุงโดยการดูแลการเล่นสงกรานต์ให้เป็นไปตามประเพณี (ร้อยละ 34) และอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง (ร้อยละ 30)

นอกจากนี้ การประกาศวันหยุดเพิ่มเติมในช่วงวันตรุษสงกรานต์ให้เป็นวันหยุดยาวส่งผลดีต่อภาคการท่องเที่ยวในประเทศไม่มากนัก โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระบุว่าไม่ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป (ร้อยละ 45) มีบางส่วนที่จะเพิ่มการท่องเที่ยวต่างประเทศ (ร้อยละ 30) เนื่องจากเป็นวันหยุดต่อเนื่องยาวและมีการประกาศล่วงหน้านาน ทำให้นักท่องเที่ยวมีเวลาในการเตรียมตัวและเปลี่ยนจุดหมายไปต่างประเทศได้ โดยมีเพียงส่วนน้อยที่จะเพิ่มการท่องเที่ยวในประเทศ (ร้อยละ 24)

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีการเตรียมความพร้อมหรือกลยุทธ์ในช่วงวันหยุดเทศกาลต่างๆ โดยเน้นการเพิ่มการประชาสัมพันธ์และเสนอสินค้าใหม่ๆ

ภาพที่ 15 การเตรียมความพร้อมหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ ในช่วงวันหยุดเทศกาล ไตรมาสที่ 2/2559



5 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตรมาสที่ 2/2559

ข้อมูลเบื้องต้นของกรมการท่องเที่ยว (6 มี.ค. 59) พบว่าในเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ ปี 2559 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 6.09 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.48 จากช่วงเดียวกันของปี 2558 และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 314,570.79 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.80 จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเดือนมกราคม ปี 2559 เป็นเดือนแรกที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเกิน 3 ล้านคน และคาดว่าในไตรมาสที่ 1/2559 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.81 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.23 จากไตรมาสที่ 1/2558

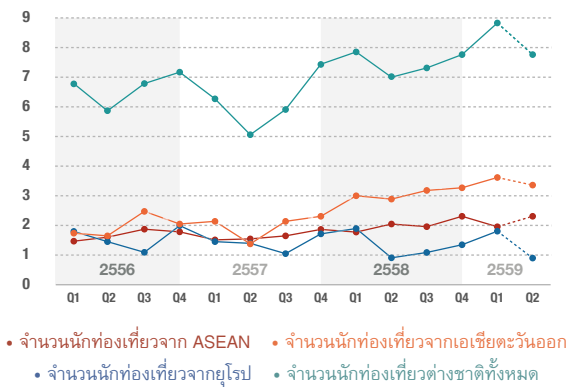
ในไตรมาสที่ 2/2559 ถ้าไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติใดๆ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 7.82 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.56 จากไตรมาส 2/2558 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียน 2.27 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.14 นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก 3.41 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.61 และนักท่องเที่ยวจากยุโรปจะอยู่ที่ 0.97 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.90 จากไตรมาส 2/2558

ตารางที่ 1 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ไตรมาส	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)			อัตราการเติบโตปี 2559 (%)	รายได้จากการท่องเที่ยว 2559 (ล้านบาท)
	2557	2558	2559 ^ป		
1	6.37	7.85	8.81	12.23	455,069
2	5.10	7.01	7.82	11.56	403,932
3	5.85	7.27	8.24	13.34	425,626
4	7.46	7.75	8.96	15.61	462,817
รวม	24.78	29.88	33.83	13.22	1,747,444

หมายเหตุ: ^ป แทนค่าคาดการณ์จากแบบจำลองโดยผู้วิจัย
 * ข้อมูลสถิติล่าสุดถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2559 จากกรมการท่องเที่ยว
 * รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากคำนวณมาจากค่าใช้จ่ายต่อหัวของแต่ละภูมิภาคในปี 2559 ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยของแต่ละภูมิภาคในปี 2558

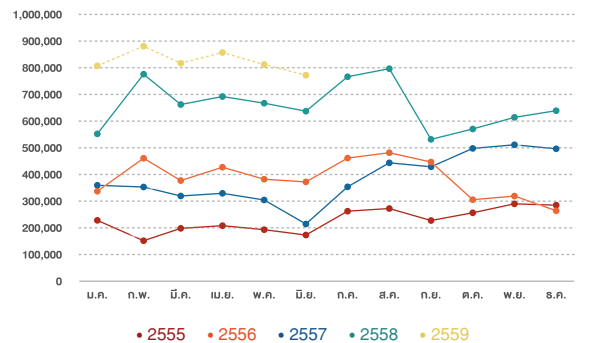
ภาพที่ 16 จำนวนนักท่องเที่ยวรวมและรายภูมิภาครายไตรมาส ปี 2556 - 2559



และคาดว่าในปี 2559 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 33.83 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.22 จากปี 2558 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.75 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.95

สำหรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวจีน ในเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ ปี 2559 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจีนรวม 1.70 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.75 จากช่วงเดียวกันของปี 2558 คาดว่าในไตรมาส 1/2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนรวมทั้งสิ้น 2.52 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.7 จากไตรมาสที่ 1/2558 ส่วนในไตรมาสที่ 2/2559 นั้นถ้าไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติเกิดขึ้น คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจีน 2.45 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.32 จากไตรมาสที่ 1/2558

ภาพที่ 17 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนรายเดือน ปี 2555-2559



6 สรุปและข้อเสนอแนะ

ในช่วงต้นปี 2559 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประเมินสถานการณ์ในระดับปกติ อย่างไรก็ตาม ปัญหาเศรษฐกิจในประเทศส่งผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่มีฐานลูกค้าหลักเป็นชาวไทยประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติค่อนข้างมาก

6.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1. ส่งเสริมและใช้มาตรการเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการสนับสนุนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายผ่านมาตรการต่างๆ เช่น การจัดงานเทศกาลต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มการประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูลถึงสิทธิประโยชน์และส่วนลดต่างๆ ที่จะได้รับจากการจองล่วงหน้าหรือการจองผ่านบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย การส่งเสริมให้คนไทยสามารถจองบริการต่างๆ ได้ในราคาถูกลงจะช่วยกระตุ้นให้คนไทยเที่ยวในประเทศมากขึ้น ทั้งนี้ การใช้มาตรการลดหย่อนภาษี ควรต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ถึงสิทธิประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ และเงื่อนไขของผู้ประกอบการที่จะสามารถนำมาตรการลดหย่อนภาษีได้อย่างชัดเจน ในส่วนของการใช้มาตรการประกาศวันหยุดเพิ่มเติมเป็นวันหยุดยาวจะต้องทำด้วยความระมัดระวังเนื่องจากอาจจะไปส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น

2. ดูแลผลกระทบในระดับพื้นที่ที่เกิดขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ จากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดปัญหาตามมาในหลายพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ผลกระทบต่อชุมชน รวมถึงการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการต่างชาติที่มาทำธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการชาวไทยไม่ได้รับประโยชน์จากการเติบโตของการท่องเที่ยวเท่าที่ควร ภาครัฐควรต้องให้ความสนใจกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นและดำเนินการแก้ไขให้ทันท่วงที เพื่อเป็นการรักษาการเติบโตของการท่องเที่ยวในประเทศในระยะยาว

3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม โดยเฉพาะด้านการคมนาคม โดยอำนวยความสะดวกและเพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น การขยายสนามบิน การพัฒนาการให้บริการของสนามบินภูมิภาคต่างๆ โดยเฉพาะสนามบินนานาชาติ

ที่ยังขาดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองและเจ้าหน้าที่อื่นๆ ในสนามบินภูมิภาค การเพิ่มเส้นทางการบินและเที่ยวบินในระดับภูมิภาค การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการคมนาคมโดยเฉพาะทางรถไฟ รวมถึงมีการพัฒนาบุคลากรที่จำเป็นกับภาคการท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์ คนขับรถ เป็นต้น และการกำกับดูแลมาตรฐานในการให้บริการด้านการคมนาคมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

4. สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ประเทศไทยจำเป็นต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยว การบริการ และความปลอดภัย ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญมาก และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวได้ในอนาคต โดยภาครัฐควรสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในการลงทุนเพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการบริการของธุรกิจตนเองให้มากขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

1. พัฒนามาตรฐานการให้บริการของตนเองให้ได้ระดับสากล โดยเฉพาะการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และการรักษาคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ

2. พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคาระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง

3. เตรียมพร้อมปรับตัวธุรกิจของตนเองในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีลูกค้าหลักจากยุโรป ควรต้องมองหาลูกค้ากลุ่มอื่นด้วย เช่น จากกลุ่มเอเชียตะวันออกและอาเซียน รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่มาทำกิจกรรมเฉพาะ เช่น การประชุม สุขภาพ ทั้งนี้จะต้องนำเสนอสินค้าและบริการให้เหมาะสมตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

4. ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศควรต้องเตรียมมาตรการในการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น โดยควรสร้างจุดเด่นซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ให้กับธุรกิจของตนเอง เช่น สินค้าและบริการใหม่ๆ เส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ กิจกรรมใหม่ๆ การพัฒนามาตรฐานการให้บริการให้ดีและเชื่อถือได้

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

โครงการการรายงานและพยากรณ์ สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยคำนวณจากผลการสำรวจตัวแทนผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการสำรวจรายไตรมาส และรายปี เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้วางแผนนโยบาย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยยังแยกได้ตามภูมิภาค และประเภทธุรกิจ

การคำนวณดัชนีกระทำโดยการถามคำถามผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกๆไตรมาส โดยใช้คำถามหลักตามแนวทางของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่

- ท่านประเมินผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่านในไตรมาสนี้ อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
- ท่านคิดว่าผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่านในไตรมาสถัดจะถึงนี้ จะเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี

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

สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 1 ปี 2559 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.THAILANDTOURISM-COUNCIL.ORG

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)

INFO@THAILANDTOURISM-COUNCIL.ORG