

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

98

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ
ธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาส
ที่ 3/2559 เท่ากับ 98
อยู่ในระดับใกล้เคียงปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์
ในไตรมาสที่ 4/2559 เท่ากับ 102
เป็นการคาดการณ์ในภาวะปกติ

102

ไตรมาส 4/2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.15 ล้านคน
เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.76 จากปีก่อน และคาดว่าในปี 2559
จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 33.93 ล้านคน
เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.55 และมีรายได้ 1.74 ล้านล้านบาท

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 3/2559 เท่ากับ 98 อยู่ในระดับใกล้เคียงปกติ แต่ปรับดีขึ้นจากไตรมาสก่อน สะท้อนแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวที่ค่อยๆฟื้นตัวกลับสู่ระดับปกติ
- ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 4/2559 เท่ากับ 102 เป็นการคาดการณ์ในระดับปกติและเป็นการปรับตัวที่ดีขึ้นจากในไตรมาสก่อนที่ผู้ประกอบการคาดการณ์สถานการณ์ต่ำกว่าปกติเล็กน้อย
- ปัจจัยบวกที่สำคัญได้แก่ ทางเลือกในการเดินทางที่มากขึ้น และการแข่งขันที่คาดว่าจะลดลงจากการเข้าสู่ช่วงฤดูการท่องเที่ยวในไตรมาสสุดท้ายของปี ขณะที่ปัจจัยลบที่สำคัญได้แก่ ความกังวลต่อสถานการณ์ความไม่สงบในประเทศและความไม่มั่นใจในเศรษฐกิจไทย
- แนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในไตรมาส 3 และ 4/2559 ยังคงต่ำกว่าในปี 2558
- นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 74 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทยในไตรมาส 3/2559 คิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 4.07 (คะแนนเต็ม 5) โดยด้านการคมนาคมยังเป็นด้านที่ได้คะแนนต่ำที่สุด
- ในไตรมาสที่ 4/2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.15 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.76 จากไตรมาส 4/2558 และในปี 2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 33.93 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.55 จากปี 2558 สร้างรายได้ 1.74 ล้านล้านบาท
- ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการคมนาคมได้แก่ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ การเพิ่มบริการรถสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวและจัดระเบียบรถสาธารณะที่มีอยู่เดิม การพัฒนาระบบข้อมูลการเดินทางและการจองล่วงหน้าให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ การเชื่อมโยงระบบการเดินทาง และการควบคุมการคิดค่าบริการให้มีมาตรฐาน
- ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในวันธรรมดาได้แก่ สนับสนุนให้ภาครัฐและภาคเอกชนจัดสัมมนาในวันธรรมดาพัฒนาและปรับปรุงการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวในวันธรรมดาให้มีความพร้อมและสะดวกมากยิ่งขึ้น จัดงานเทศกาลที่น่าสนใจในพื้นที่ที่ต้องการส่งเสริม และการประชาสัมพันธ์ข้อดีของการเที่ยววันธรรมดาและการจัดโปรโมชั่นราคาที่พักและค่าเดินทาง

1 ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป

เศรษฐกิจโลกฟื้นตัวอย่างเปราะบาง แม้เศรษฐกิจสหรัฐ จะฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง แต่เศรษฐกิจหลักในประเทศอื่นๆ ยังคงซบเซา โดยเฉพาะกลุ่มประเทศยุโรปที่ได้รับผลกระทบจากการที่สหราชอาณาจักรตัดสินใจออกจากสหภาพยุโรป (Brexit) ส่งผลให้เกิดความผันผวนในตลาดการเงินและนักลงทุนขาดความเชื่อมั่น ในขณะที่เศรษฐกิจญี่ปุ่นยังคงอ่อนแอทั้งการใช้จ่ายในประเทศและการส่งออก

เศรษฐกิจไทยในไตรมาส 2/2559 ขยายตัวจากไตรมาส 1/2559 โดยได้รับผลดีจากรายได้ภาคเกษตรที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากราคาสินค้าเกษตรที่สำคัญ เช่น ยางพารา ข้าว มันสำปะหลัง และผลไม้ปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับภัยแล้งค่อยๆ คลี่คลายลง ทำให้การจับจ่ายใช้สอยของครัวเรือนบางส่วนเพิ่มขึ้น แต่การส่งออกสินค้าที่ยังหดตัวอย่างต่อเนื่องทำให้เศรษฐกิจไทยยังคงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป

เงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าลง หลังจากช่วงกลางเดือนสิงหาคม ธนาคารกลางสหรัฐ ส่งสัญญาณแนวโน้มการเพิ่มอัตราดอกเบี้ย ส่งผลให้เริ่มมีเงินทุนไหลออกจากภูมิภาคเอเชียกลับไปยังสหรัฐ ทำให้ค่าเงินบาทและเงินสกุลส่วนใหญ่ในภูมิภาคเอเชียมีแนวโน้มอ่อนค่าลง ซึ่งน่าจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและประเทศไทย

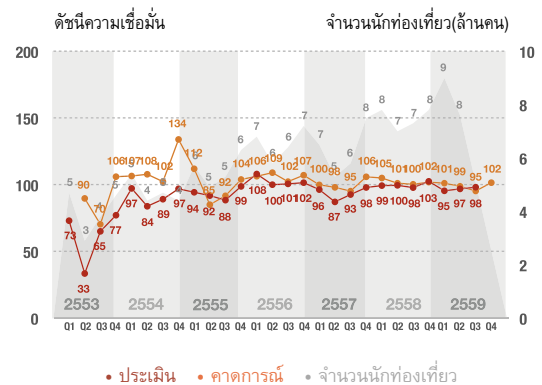
ราคาน้ำมันยังอยู่ในระดับต่ำ เป็นไปตามราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก เนื่องจากกลุ่มประเทศผู้ผลิตน้ำมันยังคงกำลังการผลิตไว้ที่ระดับสูง ซึ่งช่วยให้ต้นทุนผู้ประกอบการไม่ปรับเพิ่มขึ้นมาก

เหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นหลายแห่งทั่วโลกส่งผลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวโดยรวม ในช่วงไตรมาส 3/2559 เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบจากการก่อการร้ายในหลายประเทศ อาทิ เหตุการณ์ขับรถบรรทุกพุ่งชนในฝรั่งเศส เหตุระเบิดในเยอรมัน รวมถึงเหตุระเบิดในหัวหินซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของไทยและในอีกหลายจุดในภาคใต้ ซึ่งแม้จะไม่มีเหตุบานปลายและไม่ส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวของไทยในระยะสั้นมากนัก แต่ก็มีส่วนทำให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเริ่มมีความกังวลต่อเหตุการณ์ความไม่สงบจากการก่อการร้ายที่มีโอกาสเกิดมากขึ้น

2 ผลการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 600 ราย พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 3/2559 เท่ากับ 98 อยู่ในระดับใกล้เคียงปกติและใกล้เคียงกับดัชนีในไตรมาสก่อน แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวของไทยที่ค่อยๆ ฟื้นตัวกลับสู่ระดับปกติ (สำรวจความคิดเห็นในช่วงเดือนสิงหาคม มีผู้ประกอบการบางส่วนประเมินสถานการณ์ภายหลังเกิดเหตุระเบิดในภาคใต้)

ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2553-2559



ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาส 3/2559 ต่ำกว่าปกติได้แก่ การที่ยังอยู่ในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการประสบปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง ขณะที่ผู้ประกอบการบางส่วนประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาสนี้ดีกว่าปกติเนื่องจากมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศปรับเปลี่ยนจุดหมายมาเที่ยวประเทศไทย แทนประเทศที่เกิดวิกฤตการณ์ต่างๆ และแม้ว่าประเทศไทยจะมีปัญหาความสงบในบางพื้นที่ แต่นักท่องเที่ยวยังสามารถปรับเปลี่ยนจุดหมายไปยังพื้นที่ที่ไม่มีปัญหาแทนได้ นอกจากนี้ การทำโปรโมชั่นของผู้ประกอบการเอกชนในช่วงไตรมาส 3/2559 ก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้สถานการณ์ท่องเที่ยวโดยรวมดีขึ้นเช่นกัน

ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 4/2559 เท่ากับ 102 เป็นการคาดการณ์ในระดับปกติ ซึ่งเป็นการปรับการคาดการณ์ดีขึ้นจากในไตรมาสก่อนที่ผู้ประกอบการคาดการณ์สถานการณ์ต่ำกว่าปกติเล็กน้อย ปัจจัยที่ผู้ประกอบการมองว่าส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวได้แก่ การเดินทางที่สะดวกขึ้นและการแข่งขันในธุรกิจที่คาดว่าจะลดลงจากการเข้าสู่ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี ในขณะที่ผู้ประกอบการบางส่วนคาดการณ์สถานการณ์ต่ำกว่าปกติเนื่องจากยังมีความกังวลต่อสถานการณ์ความไม่สงบในประเทศและความไม่มั่นใจในสถานการณ์เศรษฐกิจไทย

ในไตรมาส 4/2559 มีผู้ประกอบการระบุว่าจะลงทุนในระดับปกติ เพิ่มการลงทุน และลดการลงทุนจากระดับปกติในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ประมาณร้อยละ 30) ในขณะที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการปรับเปลี่ยนจำนวนการจ้างงาน (ร้อยละ 41) และยังไม่มีการปรับค่าจ้าง (ร้อยละ 45) ทั้งนี้ ร้อยละ 42 ของผู้ประกอบการวางแผนดำเนินกลยุทธ์ใหม่ๆ เช่น การให้สินค้าส่วนลด โปรโมชั่นลดราคา การทำการตลาดออนไลน์

ไตรมาส 3/2559 มีเหตุการณ์สำคัญที่อาจส่งผลต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมหลายเหตุการณ์ โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ระบุว่าธุรกิจดีขึ้นจากผลการลงประชามติร่างรัฐธรรมนูญ (ร้อยละ 35) ซึ่งคาดว่าจะทำให้บรรยากาศโดยรวมสงบเรียบร้อยมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบทางลบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในต่างประเทศ ทั้งจากเหตุการณ์ก่อการร้าย (ร้อยละ 36) และการลงประชามติออกจากสหภาพยุโรปของอังกฤษ (ร้อยละ 35) ทั้งนี้ มีผู้ประกอบการบางส่วนระบุว่าได้รับผลดีจากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติบางส่วนเปลี่ยนจุดหมายมาเที่ยวประเทศไทยแทน แต่ในภาพรวมพบว่าผู้ประกอบการที่ได้รับผลดีน้อยกว่าผู้ประกอบการที่ได้รับผลเสียจากเหตุการณ์ความไม่สงบในต่างประเทศ โดยธุรกิจที่ระบุว่าได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวขาเข้า (Inbound) ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจโรงแรม

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินว่าจะได้รับผลดีหากมีการส่งเสริมให้มีการเที่ยวในช่วงวันธรรมดามากยิ่งขึ้น (ร้อยละ 42) แต่มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 20) ที่เคยจัดทำกิจกรรมหรือทำการตลาดในวันธรรมดา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ลูกค้าที่มีศักยภาพในการเที่ยววันธรรมดาได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มสัมมนา

ทั้งภาครัฐและเอกชนและกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยนโยบายหลักที่ผู้ประกอบการคาดว่าจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในวันธรรมดาได้แก่ การลดราคาที่พักในวันธรรมดา (ร้อยละ 29) การสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐจัดสัมมนาในวันธรรมดา (ร้อยละ 28) และการจัดงานเทศกาลที่น่าสนใจในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในวันธรรมดา (ร้อยละ 27)

ผู้ประกอบการประเมินว่าการคมนาคมขนส่งด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังอยู่ในระดับแย่ (ร้อยละ 48) โดยเห็นว่าควรพัฒนาในหลายด้าน เช่น การลดระยะเวลาการเดินทาง เพิ่มคุณภาพการให้บริการ เชื่อมการเชื่อมโยงของระบบการเดินทางต่างๆ และทำให้ข้อมูลการเดินทางเข้าถึงได้ง่ายขึ้น โดยแนวทางการพัฒนาที่จะช่วยการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มากที่สุดได้แก่ การพัฒนาคุณภาพถนน และการพัฒนาระบบรถไฟให้ครอบคลุม ในขณะที่แนวทางการพัฒนาระบบคมนาคมในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดให้มีบริการรถสาธารณะเพิ่มเติมในแหล่งท่องเที่ยว และการจัดระเบียบระบบรถสาธารณะที่มีอยู่เดิม

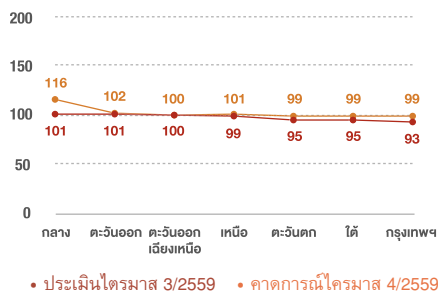
ในด้านการส่งเสริมและความช่วยเหลือจากภาครัฐพบว่าผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือในการสนับสนุนธุรกิจมากขึ้น เช่น การพัฒนาและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี (IT) ในการดำเนินธุรกิจ การอำนวยความสะดวกในการจองและติดต่อลูกค้า การร่วมมือระหว่างธุรกิจต่างๆ เช่น โรงแรม-นำเที่ยว-ขนส่ง การลดต้นทุนให้ผู้ประกอบการผ่านมาตรการทางภาษี และการแก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว

2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามภูมิภาค

ไตรมาสที่ 3/2559 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินสถานการณ์ใกล้เคียงปกติ ยกเว้นผู้ประกอบการในภาคตะวันตก ภาคใต้ และกรุงเทพฯ ที่ประเมินต่ำกว่าปกติเล็กน้อย โดยคาดว่าส่วนหนึ่งเป็นผลจากเหตุระเบิดในภาคใต้ที่เกิดขึ้นในช่วงเดือนสิงหาคม

ในไตรมาสที่ 4/2559 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่คาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวใกล้เคียงปกติ ยกเว้นผู้ประกอบการในภาคกลางที่ประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติมาก ทั้งนี้ ผู้ประกอบการในทุกภูมิภาคมีดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์สถานการณ์ในไตรมาส 4 สูงกว่าในไตรมาสที่ 3 แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่ปรับตัวดีขึ้น

ภาพที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค

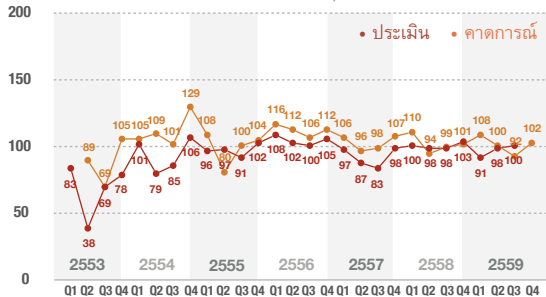


2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทธุรกิจ

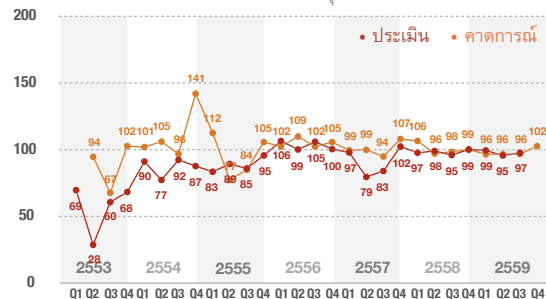
ไตรมาสที่ 3/2559 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวใกล้เคียงหรือดีกว่าปกติ ยกเว้นผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งที่ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ โดยเฉพาะผู้ให้บริการขนส่งทางอากาศ และผู้ประกอบการเดินรถในเส้นทางภาคใต้

สำหรับการคาดการณ์ในไตรมาส 4/2559 ผู้ประกอบการคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าปกติในเกือบทุกกลุ่ม ยกเว้นกลุ่มธุรกิจอื่นๆ (สวนสนุก Theme Park) ที่ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ

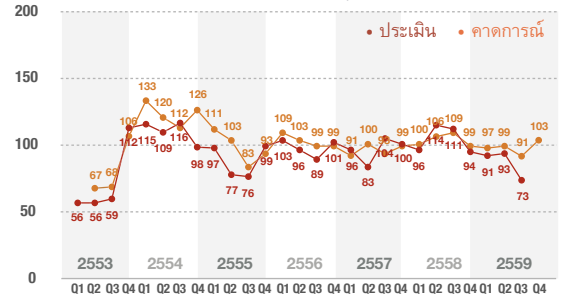
ภาพที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจโรงแรม



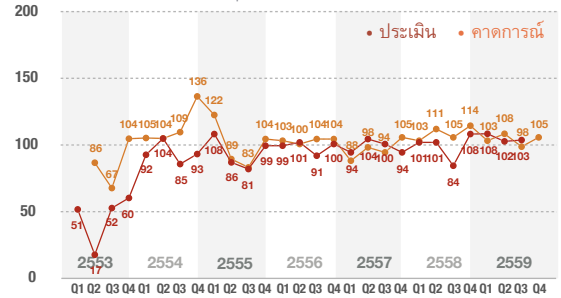
ภาพที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจน้ำเที่ยว



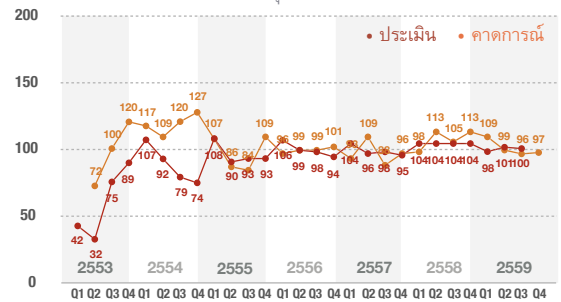
ภาพที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจขนส่ง



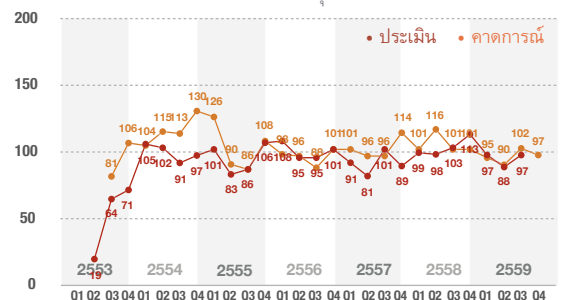
ภาพที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหารและร้านค้าทั่วไป



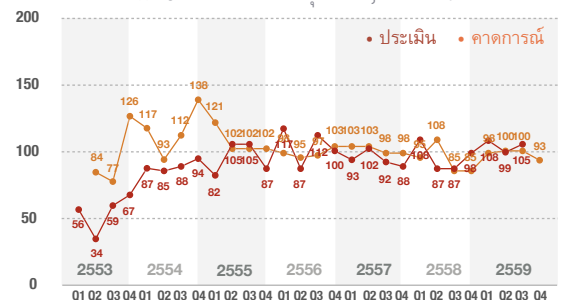
ภาพที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม



ภาพที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจสปาและนวด



ภาพที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง



3 ผลการสำรวจ ความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

3.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

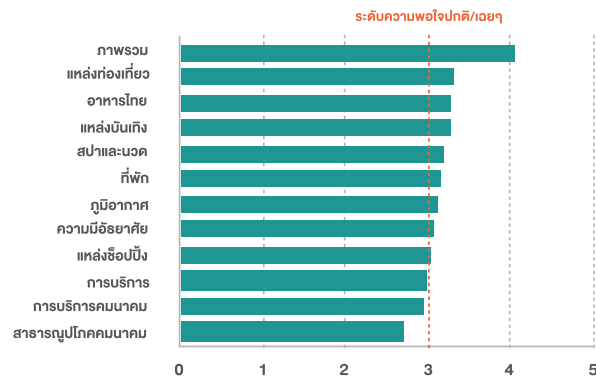
จากการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 3/2559 จำนวน 350 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เที่ยวต่างประเทศเป็นประจำอยู่แล้ว (ร้อยละ 77 ท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 1 ครั้งต่อปี) โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61) มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศล่วงหน้าที่ยาวนานกว่า 3 เดือนแบ่งเป็นการวางแผนในช่วง 1-3 เดือน (ร้อยละ 23) 2 อาทิตย์ - 1 เดือน (ร้อยละ 21) และน้อยกว่า 2 อาทิตย์ (ร้อยละ 17) และการมาเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นการเยี่ยมเยือนไทยซ้ำ (repeat visitor สัดส่วนร้อยละ 64)

นักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสนี้ส่วนใหญ่มาเที่ยวประเทศไทยเพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 42) และเพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ (ร้อยละ 23) ส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน (ร้อยละ 32) และครอบครัว (ร้อยละ 23) กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ ได้แก่ การเยี่ยมชมธรรมชาติ (ร้อยละ 58) และการเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 43) แหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ยังคงเป็นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 27) และหนังสือแนะนำเที่ยว (ร้อยละ 24)

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 39) วัฒนธรรมไทย และศาสนา (ร้อยละ 33) อาหารไทย (ร้อยละ 33) และราคาที่คุ้มค่า (ร้อยละ 33)

นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 74 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทยในไตรมาสนี้ หรือคิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 4.07 (คะแนนเต็ม 5) โดยกลุ่มตัวอย่างระบุว่าได้รับความพึงพอใจในหลายด้าน ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (คะแนน 3.31) อาหารไทย (คะแนน 3.30) สิ่งบันเทิง (คะแนน 3.27) การนัดและสปา (คะแนน 3.19) และสถานที่พัก (คะแนน 3.09) ขณะที่ด้านการคมนาคมยังเป็นด้านที่ยังไม่เป็นที่น่าพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้งคุณภาพการให้บริการคมนาคม (แท็กซี่ รถประจำทาง) (คะแนน 2.93) และด้านสาธารณูปโภคคมนาคม (ถนน รถไฟ) (2.70)

ภาพที่ 10 คะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละด้านจากการเที่ยวประเทศไทย ไตรมาส 3/2559



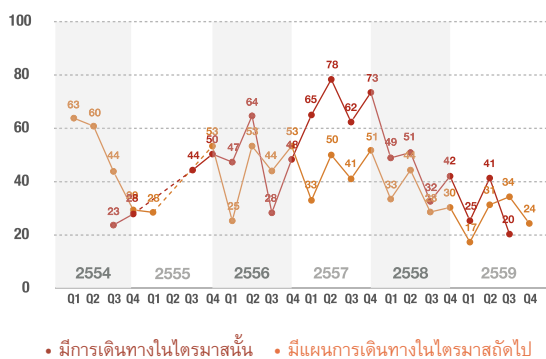
ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติระบุว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางในไทยคือคุณภาพการให้บริการ และเสนอความเห็นว่าการพัฒนาการคมนาคมไปยังพื้นที่ท่องเที่ยว นั้นควรจะให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ และทางเลือกของวิธีการเดินทางที่หลากหลายมากขึ้น ขณะที่การพัฒนาการคมนาคมภายในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นควรให้หน่วยงานท้องถิ่นให้บริการหรือจัดให้มีระบบขนส่งในพื้นที่ และควรพัฒนาระบบการซื้อและจองตั๋วสำหรับการเดินทางภายในพื้นที่ให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

นโยบายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประเมินว่าจะมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของไทยมากที่สุด ได้แก่ การเพิ่มความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 38) ควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของผู้ให้บริการ (ร้อยละ 36) และพัฒนาระบบฐานข้อมูลให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย (ร้อยละ 32)

3.2 นักท่องเที่ยวไทย

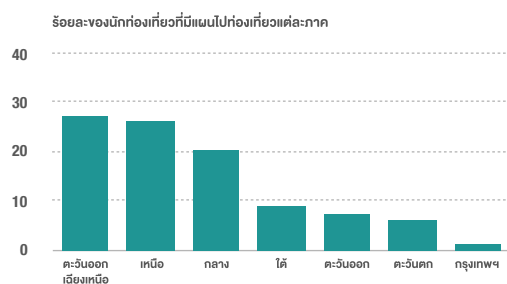
จากการสำรวจนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 350 รายทั่วประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ 3/2559 ประมาณร้อยละ 20 ซึ่งยังคงต่ำกว่าสัดส่วนในไตรมาส 3/2558 (ร้อยละ 32) ขณะที่ในไตรมาส 4/2559 มีนักท่องเที่ยวไทยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศร้อยละ 24 ซึ่งต่ำกว่าในไตรมาสที่ 3/2558 (ร้อยละ 30) เช่นกัน โดยส่วนใหญ่ยังคงวางแผนที่จะใช้ในการท่องเที่ยวในไตรมาสหน้าใกล้เคียงกับไตรมาสนี้ (ร้อยละ 54)

ภาพที่ 11 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและมีแผนในการเดินทางในประเทศ



จุดหมายที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไตรมาสที่ 4/2559 ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 27) ภาคเหนือ (ร้อยละ 26) และภาคกลาง (ร้อยละ 20)

ภาพที่ 12 จุดหมายนักท่องเที่ยวไทยไตรมาสที่ 4/2559



ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ การมีแหล่งขายสินค้าที่น่าสนใจ (ร้อยละ 36) ซึ่งเพิ่มความสำคัญขึ้นอย่างมาก ปัจจัยรองลงมาได้แก่ ความปลอดภัย (ร้อยละ 31) และความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 30) แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดยังคงเป็นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 34) และหนังสือนำเที่ยว (ร้อยละ 33) โดยในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวในประเทศล่วงหน้าเพียง 2-4 อาทิตย์ (ร้อยละ 39)

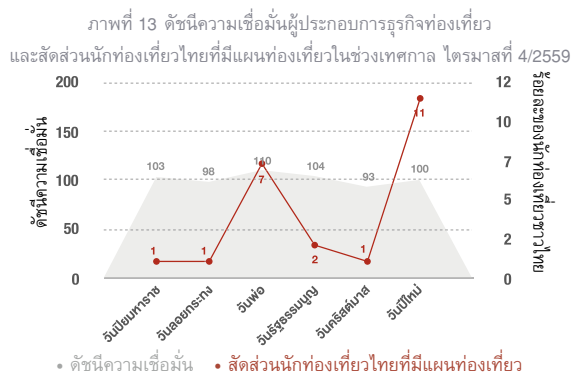
เมื่อถามถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในวันธรรมดา พบว่าส่วนใหญ่แล้วไม่มีการเที่ยวในวันธรรมดาเลย (ร้อยละ 43) และมีนักท่องเที่ยวที่เที่ยวในวันธรรมดาบ้างและเที่ยวบ่อยในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 28) โดยเหตุผลสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ไปเที่ยวในวันธรรมดา ได้แก่ การเดินทางที่ไม่สะดวก (ร้อยละ 20) และมีความกังวลเรื่องงานแม้จะสามารถลงงานได้ก็ตาม (ร้อยละ 17) สำหรับกลุ่มที่ตัดสินใจเที่ยวในวันธรรมดานั้นมีเหตุผลมาจากการที่คนไม่แออัดจนเกินไป (ร้อยละ 28) และราคาที่พอก (ร้อยละ 27) นโยบายที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในวันธรรมดา ได้แก่ การพัฒนาการเดินทางในวันธรรมดาให้มีทางเลือกมากขึ้นและมีราคาถูกลง (ร้อยละ 23) และการประชาสัมพันธ์ถึงข้อดีของการเที่ยววันธรรมดา (ร้อยละ 22)

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไทยอยากให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาปรับปรุง ได้แก่ การปรับปรุงในด้านคุณภาพการบริการ (ร้อยละ 33) ความปลอดภัย (ร้อยละ 33) และความสะอาด (ร้อยละ 32) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังให้ความเห็นว่ายังควรมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการคมนาคมขนส่งอีกมาก โดยแนวทางการพัฒนาที่จะช่วยสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวได้มากที่สุด ได้แก่ การเชื่อมโยงการเดินทางให้สะดวกขึ้น (ร้อยละ 35) การเพิ่มทางเลือกในการเดินทาง พัฒนาคุณภาพการให้บริการ และลดราคาของการเดินทางลง

ในไตรมาสที่ 3/2559 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 3 มีการท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งลดลงจากในปี 2558 จุดหมายหลักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เกาหลี และเวียดนาม ในไตรมาส 4/2559 มีนักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 11 ที่วางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ ความคุ้มค่า (ร้อยละ 38) และการประชาสัมพันธ์จากสื่อ (ร้อยละ 24)

4 การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 4/2559

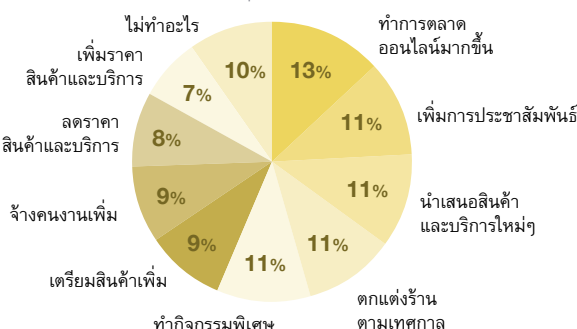
ไตรมาส 4/2559 เป็นช่วงที่มีวันหยุดเทศกาลจำนวนมาก ได้แก่ วันปิยมหาราช วันลอยกระทง วันเฉลิมฯ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (วันพ่อ) วันรัฐธรรมนูญ เทศกาลคริสต์มาส และเทศกาลปีใหม่ โดยสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนออกมากท่องเที่ยวในช่วงวันดังกล่าวใกล้เคียงกับในปี 2558 ยกเว้นช่วงวันปีใหม่ที่ผ่านมาปีก่อนค่อนข้างมากซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการสำรวจล่วงหน้านาน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาลท่องเที่ยวในไตรมาส 4/2559 แตกต่างกันไปในแต่ละเทศกาล โดยประเมินสถานการณ์ค่อนข้างดีในช่วงวันเฉลิมฯ (วันพ่อ)



นักท่องเที่ยวที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลปีใหม่ ส่วนใหญ่วางแผนออกเดินทางตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม (ร้อยละ 47) และจะกลับบ้านในวันที่ 2 มกราคม (ร้อยละ 40) วิธีการเดินทางที่นิยมในช่วงปีใหม่ ได้แก่ รถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 33) และพาหนะส่วนบุคคล (ร้อยละ 29) ส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการที่พักแบบโรงแรม (ร้อยละ 24) และรีสอร์ท (ร้อยละ 23)

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีการเตรียมความพร้อมหรือกลยุทธ์ในช่วงวันหยุดเทศกาลปีใหม่อย่างค่อนข้างหลากหลาย โดยเฉพาะการทำการตลาดออนไลน์มากขึ้น

ภาพที่ 14 การเตรียมความพร้อมหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ไตรมาส 4/2559



5 การคาดการณ์จำนวน นักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตรมาสที่ 4/2559

ข้อมูลเบื้องต้นของกรมการท่องเที่ยว (29 ส.ค. 59) ในเดือนกรกฎาคม 2559 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.95 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.85 จากช่วงเดียวกันของปี 2558 และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 139,577 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.88 จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ คาดว่าในไตรมาสที่ 3/2559 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.19 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.04 จากไตรมาสที่ 3/2558 และในไตรมาสที่ 4/2559 หากไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติใดๆ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.15 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.76 จากไตรมาส 4/2558 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียน 2.65 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.82 นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก 3.29 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.52 และนักท่องเที่ยวจากยุโรป 1.89 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.85 จากไตรมาส 4/2558

ตารางที่ 1 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

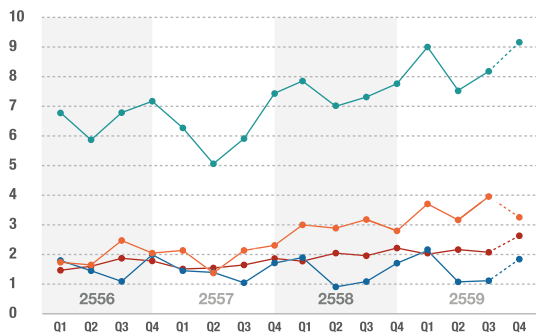
ไตรมาส	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)			อัตราการเติบโตปี 2559 (%)	รายได้จากการท่องเที่ยว 2559 (ล้านบาท)
	2557	2558	2559 ^๑		
1	6.37	7.83	9.04	15.45	463,708
2	5.10	6.98	7.55	8.17	387,278
3	5.85	7.31	8.19	12.04	420,107
4	7.46	7.77	9.15	17.76	469,350
รวม	24.78	29.88	33.93	13.55	1,740,443

หมายเหตุ: ^๑ แทนค่าคาดการณ์จากแบบจำลองโดยผู้วิจัย

- ข้อมูลสถิติล่าสุดถึงเดือนกรกฎาคม 2559 จากกรมการท่องเที่ยว
- รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากคำนวณมาจากค่าใช้จ่ายต่อหัวของแต่ละภูมิภาคในปี 2559 ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยของแต่ละภูมิภาคในปี 2558

ในปี 2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 33.93 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.55 จากปี 2558 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.74 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.27 จากปี 2558

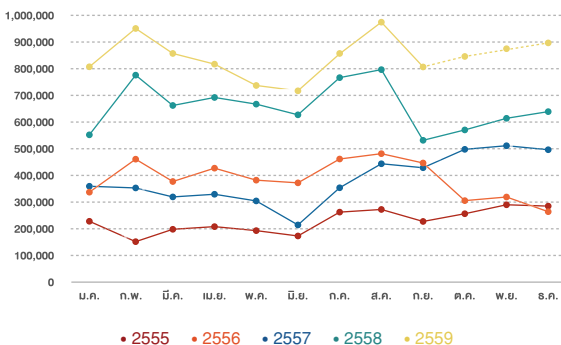
ภาพที่ 15 จำนวนนักท่องเที่ยวรวมและรายภูมิภาครายไตรมาส ปี 2556 - 2559



- จำนวนนักท่องเที่ยวจาก ASEAN
- จำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก
- จำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรป
- จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด

สำหรับนักท่องเที่ยวจีนนั้น ในไตรมาสที่ 2/2559 มีนักท่องเที่ยวจีน 2.27 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.42 และคาดว่าในไตรมาส 3/2559 จะมีนักท่องเที่ยวจีน 2.65 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.46 ส่วนในไตรมาสที่ 4/2559 หากไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติเกิดขึ้น คาดว่า จะมีนักท่องเที่ยวจีน 2.61 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 43.49 โดยในปี 2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากจีนทั้งหมด 10.19 ล้านคน และเป็นปีแรกที่มีนักท่องเที่ยวจีนสูงเกิน 10 ล้านคน (ทั้งนี้ การประมาณการนี้ยังไม่รวมผลกระทบที่เกิดจากการกวดขันจับกุมทัวร์ศูนย์เหรียญจีน

ภาพที่ 16 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนรายเดือน ปี 2555-2559



6 สรุปและข้อเสนอแนะ

ในช่วงต้นปี 2559 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยอยู่ในระดับปกติ โดยมีปัจจัยบวกที่สำคัญคือการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและนโยบายรัฐที่พยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศมาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม ปัจจัยลบที่สำคัญมากคือความไม่มั่นใจในเศรษฐกิจไทยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายและความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ

ในช่วงปลายปี 2559 ผู้ประกอบการมีแนวโน้มความเชื่อมั่นดีขึ้น เมื่อเทียบกับในช่วงต้นปี สอดคล้องกับการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นในเศรษฐกิจไทยและสถานการณ์ความสงบในประเทศจะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวในช่วงปลายปี 2559 นี้

6.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1. พัฒนาการคมนาคมขนส่งในการท่องเที่ยว ทั้งในแง่การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การดูแลควบคุมคุณภาพการให้บริการ
- การเพิ่มบริการรถสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว และการควบคุมดูแลจัดระเบียบรถสาธารณะที่มีอยู่เดิม โดยรัฐควรสนับสนุนดำเนินการของท้องถิ่นและภาคเอกชนในการบริการรถสาธารณะ และควรให้มีการศึกษาบทเรียนจากพื้นที่หรือจังหวัดที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาระบบขนส่งในพื้นที่เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่อื่นๆ
- การพัฒนาระบบข้อมูลการเดินทางและการจองล่วงหน้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น โดยอาจจะส่งเสริมการพัฒนาเว็บไซต์รวมหรือ Application ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางให้มีความชัดเจน และเชื่อมโยงข้อมูลของแต่ละระบบเข้าหากัน
- การเชื่อมโยงระบบการเดินทางต่างๆ เข้าหากันทั้งในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวให้มีความสะดวกและลดระยะเวลาในการเดินทางลง
- การแก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการคิดค่าโดยสารสูงเกินกว่ามาตรฐาน

2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในวันธรรมดา โดยมาตรการ เช่น

- สนับสนุนให้หน่วยงานรัฐจัดสัมมนาในต่างจังหวัดในวันธรรมดา (โดยเฉพาะหน่วยงานที่ไม่ได้มีหน้าที่บริการประชาชนโดยตรง เพื่อไม่ให้เกิดความเดือดร้อนกับประชาชนที่เข้ารับบริการ)
- ส่งเสริมให้ภาคเอกชนจัดสัมมนาในต่างจังหวัดในวันธรรมดา โดยอาจจะใช้มาตรการจูงใจในด้านต่างๆ เช่น มาตรการด้านภาษี
- พัฒนาและปรับปรุงการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวในวันธรรมดา ให้มีความพร้อมและความสะดวกมากยิ่งขึ้น
- จัดงานเทศกาลท่องเที่ยวที่น่าสนใจในพื้นที่ที่ต้องการส่งเสริม
- ประชาสัมพันธ์ข้อดีและประโยชน์ของการเที่ยววันธรรมดา
- จัดโปรโมชั่นราคาที่พักและค่าเดินทางและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

3. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี (โดยเฉพาะด้าน IT) ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในประเทศ

- การส่งเสริมพัฒนาระบบข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศที่สามารถเข้าถึงและใช้ได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- การส่งเสริมการพัฒนาและการใช้ IT ในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ เช่น ระบบการติดต่อและการจองที่สะดวกมากขึ้น

4. สนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆ ในแต่ละพื้นที่ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจต่างๆ ในพื้นที่เพื่อพัฒนาให้การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

1. พัฒนาคุณภาพการให้บริการของตนเองให้อยู่ในมาตรฐานสากล โดยเฉพาะการสร้างมาตรฐานด้านการให้บริการ ด้านราคา และการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว การพัฒนาและรักษาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการจะเป็นหัวใจหลักในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทย

2. พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้ตนเอง ผู้ประกอบการควรต้องสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าและบริการของตนเอง โดยพยายามหาจุดเด่นของตนเองและพัฒนาขึ้นให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

3. การจัดทำการตลาดที่เหมาะสม สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ เช่น การจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจในวันธรรมดา และการพัฒนาสินค้าและบริการสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวที่มาทำกิจกรรมเฉพาะที่ได้รับการส่งเสริม เช่น การประชุม สุขภาพ กีฬา เป็นต้น

4. เตรียมความพร้อมสำหรับฤดูกาลท่องเที่ยวในช่วงปลายปี ในไตรมาสที่ 4 ต่อเนื่องไปจนไตรมาสที่ 1 จะเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของไทย ผู้ประกอบการจะต้องเตรียมความพร้อมสินค้าและบริการของตนเอง อาจจะทำให้การทำการตลาดออนไลน์

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

การคำนวณดัชนีนี้กระทำโดยการถามคำถามผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกๆไตรมาส โดยใช้คำถามหลักตามแนวทางของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่

- ท่านประเมินผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่านในไตรมาสนี้ อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
- ท่านคิดว่าผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่านในไตรมาสที่จะถึงนี้ จะเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี

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

สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 3 ปี 2559 นี้ ดำเนินการสำรวจในช่วงปลายเดือนสิงหาคม มีตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องตอบแบบสอบถามทั้งหมด 600 ราย ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 350 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 350 ราย

ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 1/2559 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนผู้ประกอบการที่ใช้ในการสำรวจเพื่อให้สามารถสะท้อนสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกิดขึ้นจริงมากยิ่งขึ้น 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