

# THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX

## ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยว 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

# 97

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ  
ธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาส  
ที่ 2/2559 เท่ากับ 97  
อยู่ในระดับใกล้เคียงปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการ  
ในไตรมาสที่ 3/2559 เท่ากับ 95  
เป็นการคาดการณ์  
ต่ำกว่าปกติเล็กน้อย

# 95

ไตรมาส 3/2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.15 ล้านคน  
เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.49 และในปี 2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยว  
ต่างชาติรวม 33.87 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.35 มีรายได้จาก  
นักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.71 ล้านล้านบาทในปี 2559 คาดว่าจะเป็นปี  
แรกที่ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจีนสูงเกิน 10 ล้านคน

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2/2559 เท่ากับ 97 อยู่ในระดับใกล้เคียงปกติ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการในไตรมาสที่ 3/2559 เท่ากับ 95 ต่ำกว่าปกติเล็กน้อย โดยผู้ประกอบการมีความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นมาก
- แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการเติบโตขึ้นมากในขณะที่ยังคงเห็นการเติบโตของนักท่องเที่ยวไทยที่มีแนวโน้มดีขึ้น แต่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการยังอยู่ในระดับปกติเท่านั้น แสดงให้เห็นถึงการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการด้วยกันเอง และการเติบโตของการท่องเที่ยวที่อาจจะกระจุกตัวในบางกลุ่มเท่านั้น
- การวางแผนท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวไทยในไตรมาส 3/2559 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อนๆ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระบุว่าจะลดงบประมาณการท่องเที่ยวลง โดยเป็นผลจากความกังวลในสภาพเศรษฐกิจในประเทศ
- สัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดวันเฉลิมฯ สมเด็จพระบรมราชินีนาถและเทศกาลวันอาสาฬหบูชา เพิ่มขึ้นจากปีก่อน สอดคล้องกับการที่ผู้ประกอบการคาดการณ์สถานการณ์ในช่วงดังกล่าวดีกว่าปกติ
- ในไตรมาส 2/2559 นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 69 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทย คิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 3.75 (คะแนนเต็ม 5) ซึ่งเป็นระดับที่ลดลงจากไตรมาสก่อน (คะแนน 4.14) โดยคะแนนความพอใจด้านการคมนาคมได้ลดลงมาก ทั้งคุณภาพการให้บริการและด้านสาธารณูปโภคคมนาคม ในขณะที่ความพอใจในด้านอื่นๆ ยังคงอยู่ในระดับสูง
- ในไตรมาสที่ 3/2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.15 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.49 และในปี 2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 33.87 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.35 มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.71 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.83 จากปี 2558
- ในปี 2559 คาดว่าจะเป็นปีแรกที่ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจีนสูงเกิน 10 ล้านคน

## 1 ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป

เศรษฐกิจโลกฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยเศรษฐกิจของสหรัฐฯ และกลุ่มยุโรปที่ฟื้นตัวอย่างช้าๆ และเศรษฐกิจญี่ปุ่นที่ปรับตัวดีขึ้นเนื่องจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายเดือนเมษายน และการเลื่อนการขึ้นภาษี VAT ออกไปจากเดิม อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจเอเชียในภาพรวมยังคงซบเซาตามมูลค่าการส่งออกที่ยังหดตัว

เศรษฐกิจไทยในไตรมาส 1/2559 ยังมีแนวโน้มฟื้นตัว โดยได้รับอานิสงส์จากการใช้จ่ายภาครัฐที่เร่งรัดการเบิกจ่ายในช่วงต้นปี และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่างๆ ที่ออกมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบางส่วนเป็นการโอนเงินให้หน่วยงานท้องถิ่นนำไปลงทุนและใช้สอยทำให้เม็ดเงินลงสู่เศรษฐกิจระดับฐานราก ซึ่งมีผลต่อเนื่องมาถึงไตรมาส 2/2559 ขณะที่ผลกระทบจากภัยแล้งค่อยๆ หดลงหลังจากฝนเริ่มตกตามฤดูกาลในเดือนพฤษภาคม ทำให้ปริมาณน้ำในเขื่อนเพิ่มขึ้นจนเข้าสู่ภาวะปกติ แต่การส่งออกสินค้าที่ยังหดตัวต่อเนื่องยังเป็นอุปสรรคสำคัญในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

ราคาน้ำมันเริ่มมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้น ในช่วงไตรมาส 2/2559 เริ่มเห็นการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันดิบ หลังจากปรับลดลงจนอยู่ที่ระดับต่ำสุดในช่วงไตรมาส 1/2559 อย่างไรก็ตาม ตลาดคาดการณ์ว่าราคาน้ำมันจะปรับเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ เนื่องจากกลุ่มประเทศ OPEC ยังคงผลิตน้ำมันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อกดดันราคาให้อยู่ในระดับต่ำจนผู้ผลิตนอกกลุ่ม OPEC ต้องออกจากตลาดไป

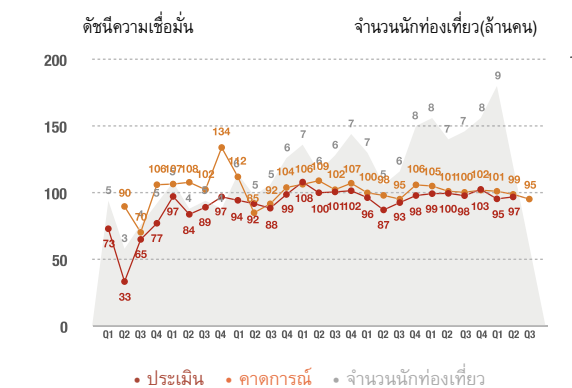
เงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าลงอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับสกุลเงินส่วนใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากนักลงทุนกลับมาประเมินว่าสหรัฐฯ จะปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายหลังจากที่ตัวเลขเศรษฐกิจในเดือนเมษายนมีทิศทางฟื้นตัวชัดเจน นอกจากนี้ ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ในเดือนพฤษภาคมที่ระบุถึงความกังวลเกี่ยวกับเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเทียบกับคู่ค้าคู่แข่งบางสกุล ซึ่งอาจไม่เอื้อต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจเท่าที่ควรก็ส่งผลให้เงินบาทอ่อนค่าเพิ่มเติม

## 2 ผลการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 600 ราย พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2/2559 เท่ากับ 97 อยู่ในระดับใกล้เคียงปกติ และเป็นการปรับดีขึ้นจากไตรมาส 1/2559 เล็กน้อย สะท้อนสถานการณ์ท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาส 2/2559 ต่ำกว่าปกติ ได้แก่ ความกังวลต่อสถานการณ์เศรษฐกิจไทย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการมีความกังวลเพิ่มขึ้นมาจากไตรมาสก่อนค่อนข้างมาก (ร้อยละ 44 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนที่ร้อยละ 34) ขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการยังคงมีความกังวล ได้แก่ การแข่งขันที่รุนแรง (ร้อยละ 31) และการเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ร้อยละ 30) ขณะที่ผู้ประกอบการบางส่วนประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาสนี้ดีกว่าปกติ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐที่ดี (ร้อยละ 33) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ดีขึ้น (ร้อยละ 30) และการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วมากขึ้นและมีราคาถูกลง (ร้อยละ 29)

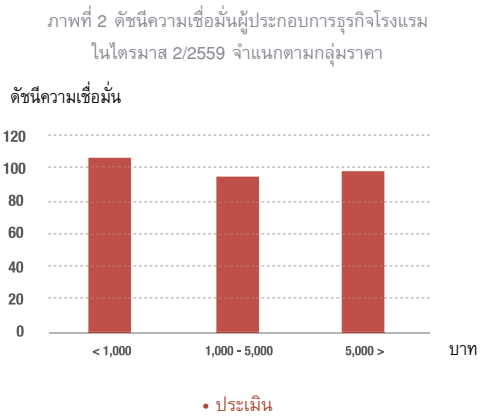
ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2553-2559



ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการในไตรมาสที่ 3/2559 เท่ากับ 95 เป็นการคาดการณ์ในระดับต่ำกว่าปกติเล็กน้อย โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่คาดการณ์สถานการณ์แยกกว่าปกติส่วนใหญ่มีความกังวลต่อปัญหาเศรษฐกิจไทย (ร้อยละ 40) และเศรษฐกิจโลก (ร้อยละ 31) และการที่ไตรมาสหน้าเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ร้อยละ 34) ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอีกส่วนหนึ่งคาดการณ์สถานการณ์ดีกว่าปกติเนื่องมาจากหลายปัจจัย เช่น การเดินทางที่สะดวกขึ้นและต้นทุนที่ถูกลง (ร้อยละ 32) และการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ (ร้อยละ 31)

ทั้งนี้ แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีการเติบโตขึ้นมาก ในขณะที่การท่องเที่ยวของในประเทศของนักท่องเที่ยวไทยก็มีแนวโน้มดีขึ้น แต่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการยังอยู่ในระดับปกติเท่านั้น แสดงให้เห็นถึงการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ ส่วนหนึ่งมาจากจำนวนผู้ประกอบการทั้งในระบบและนอกระบบที่เพิ่มขึ้นมาก และการเติบโตของการท่องเที่ยวที่อาจจะกระจุกตัวในบางกลุ่มมากเป็นพิเศษ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในภาพรวมไม่ได้เติบโตไปพร้อมกับการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว

แม้ว่าผลการสำรวจสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มีแผนการเดินทางในไตรมาส 2/2559 เริ่มปรับดีขึ้นจากช่วงเดียวกันปีก่อน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงทิศทางที่ดีขึ้นของการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย อย่างไรก็ตาม สภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงน่าจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวไทยปรับลดค่าใช้จ่ายด้านที่พักและหันไปใช้บริการที่พักราคาถูกลงมากขึ้น ประกอบกับการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่สูงขึ้นในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 1,000 บาทต่อคืน มีดัชนีความเชื่อมั่นดีกว่าปกติ (106) ในขณะที่ผู้ประกอบการโรงแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 1,000 บาท มีดัชนีความเชื่อมั่นต่ำกว่าปกติเล็กน้อย



ในช่วงไตรมาส 2/2559 เป็นช่วงที่เกิดเหตุการณ์ผิดปกติในต่างประเทศซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวโดยรวมได้แก่ เหตุการณ์แผ่นดินไหวที่ญี่ปุ่น และการก่อการร้ายในอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินว่าไม่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ผิดปกติในต่างประเทศดังกล่าว (ร้อยละ 65 และร้อยละ 69 ตามลำดับ)

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินว่าการคมนาคมขนส่งด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังอยู่ในระดับแย่ (ร้อยละ 38) โดยยังคงมีความต้องการให้ปรับปรุง เช่น 1) พัฒนาการให้มีคุณภาพดีขึ้น 2) พัฒนาการให้บริการขนส่งสาธารณะในเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีมาตรฐาน เช่น ราคาเหมาะสม ไม่หลอกลวงนักท่องเที่ยว3) เชื่อมโยงการเดินทางประเภทต่างๆ ให้สะดวกขึ้น และ 4) เพิ่มความปลอดภัยในการเดินทางประเภทต่างๆ

ในด้านส่งเสริมจากรัฐ ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐดำเนินการกระตุ้นความต้องการท่องเที่ยวในประเทศ (ร้อยละ 44) และนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ร้อยละ 31) สอดคล้องกับความกังวลของผู้ประกอบการในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจยังคงซบเซา นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังต้องการให้ภาครัฐกำหนดมาตรฐานการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 32)

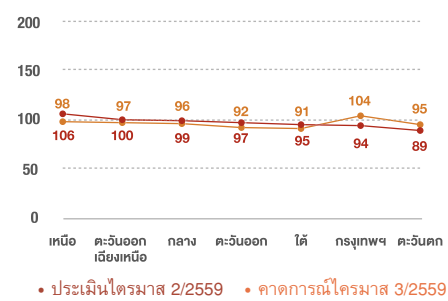
ในภาพรวม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่เล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการร่วมมือของภาคเอกชนด้วยตัวเองค่อนข้างสูง ขณะที่ภาครัฐควรเน้นบทบาทในระดับมหภาค ทั้งการช่วยเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามภูมิภาค

ไตรมาสที่ 2/2559 ผู้ประกอบการในเกือบทุกภูมิภาคประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวต่ำกว่าระดับปกติ โดยเฉพาะผู้ประกอบการในภาคตะวันตกที่ประเมินต่ำกว่าปกติค่อนข้างมาก มีเพียงผู้ประกอบการในภาคเหนือที่ประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติ ซึ่งส่วนหนึ่งน่าจะเป็นผลจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวจีน

สำหรับการคาดการณ์สถานการณ์ในไตรมาสที่ 3/2559 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวต่ำกว่าปกติเล็กน้อย ยกเว้นผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ

ภาพที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค

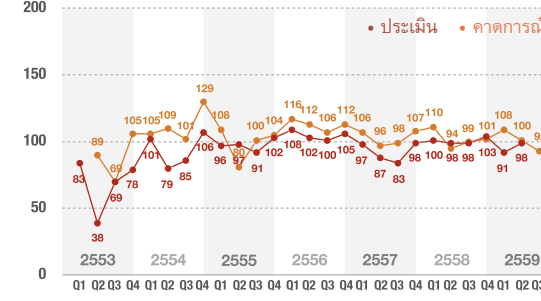


2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทธุรกิจ

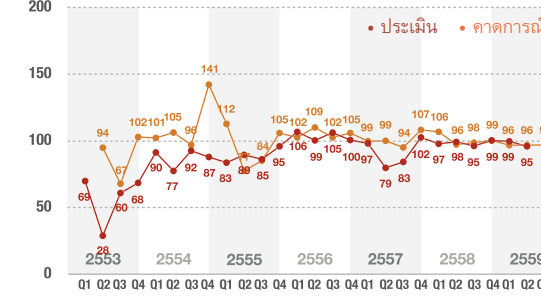
ไตรมาสที่ 2/2559 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวต่ำกว่าปกติเล็กน้อย โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (92) ธุรกิจสปาและนวด (88) อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับสถานการณ์ปีก่อน (ไตรมาส 2/2558) พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินสถานการณ์ใกล้เคียงเดิม ยกเว้นผู้ประกอบการสปาและการขนส่งที่ประเมินต่ำกว่าปีก่อนอย่างชัดเจน ส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการที่ราคาน้ำมันปรับตัวขึ้นค่อนข้างมากในปีนี ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมีการปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อนค่อนข้างมาก

สำหรับการคาดการณ์ในไตรมาส 3/2559 ผู้ประกอบการคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวต่ำกว่าปกติเล็กน้อยในเกือบทุกกลุ่ม ซึ่งเนื่องมาจากการเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันสูง รวมถึงภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว

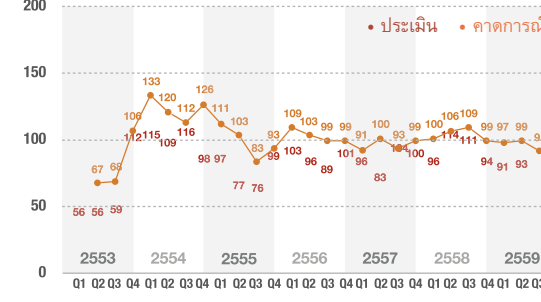
ภาพที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจโรงแรม



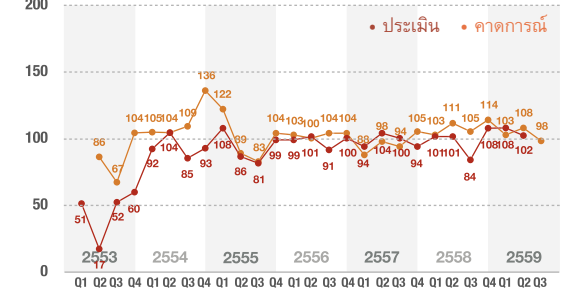
ภาพที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจนำเที่ยว



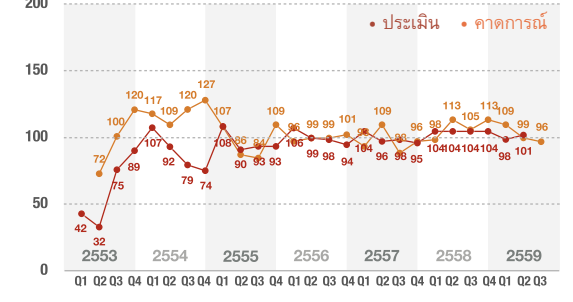
ภาพที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจขนส่ง



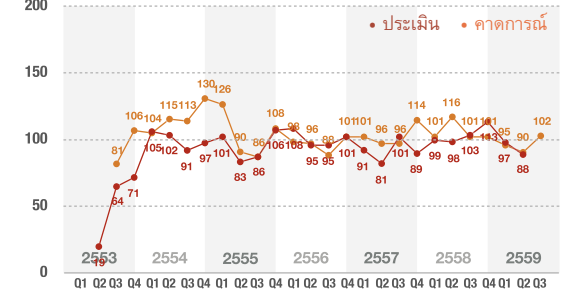
ภาพที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม



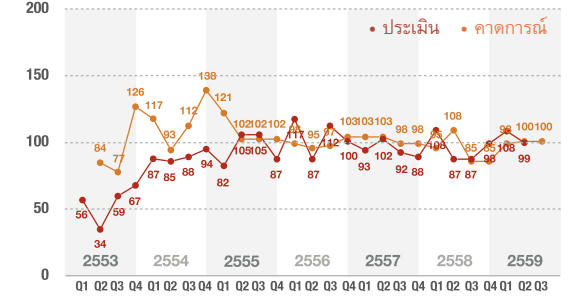
ภาพที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจสปาและนวด



ภาพที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจสปาและนวด



ภาพที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง





# 3 ผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

## 3.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

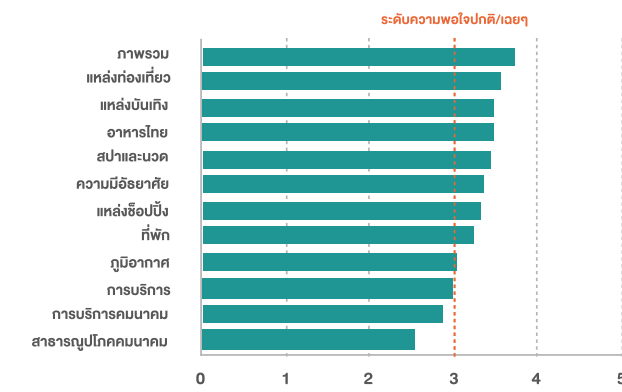
จากการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 2/2559 จำนวน 350 ราย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวไทยในไตรมาสนี้มีการเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำอยู่แล้ว (ร้อยละ 73 ท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 1 ครั้งต่อปี) และการมาเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นการเยี่ยมเยือนไทยซ้ำ (ร้อยละ 59 เป็น repeat visitor) โดยส่วนใหญ่มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศล่วงหน้าในช่วง 3 เดือน (ร้อยละ 61) แบ่งเป็นการวางแผนในช่วง 1-3 เดือน (ร้อยละ 21) 2 อาทิตย์-1เดือน (ร้อยละ 22) และน้อยกว่า 2 อาทิตย์ (ร้อยละ 17)

นักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสนี้ส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน (ร้อยละ 32) และครอบครัว (ร้อยละ 20) มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 33) และเพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ (ร้อยละ 26) โดยกิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ ได้แก่ การเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 53) และการเยี่ยมชมธรรมชาติ (ร้อยละ 51) และส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่อยู่ที่ท่องเที่ยวในไทย 7-20 วัน (ร้อยละ 35) และไม่เกิน 7 วัน (ร้อยละ 27) โดยแหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ยังคงเป็นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 25) และหนังสือนำเที่ยว (ร้อยละ 18)

**ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย** คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 39) วัฒนธรรมไทยและศาสนา (ร้อยละ 33) อาหารไทย (ร้อยละ 33) และราคาที่คุ้มค่า (ร้อยละ 33)

**นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 69 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทยในไตรมาส 2/2559** คิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 3.75 (คะแนนเต็ม 5) ซึ่งเป็นระดับที่ลดลงจากไตรมาสก่อน (4.14) โดยมีสาเหตุมาจากความพอใจด้านการคมนาคมที่ปรับลดลงมากทั้งในด้านคุณภาพการให้บริการคมนาคม (แท็กซี่ รถประจำทาง) (2.85 ลดลงจาก 2.97 ในไตรมาสก่อน) และด้านโครงสร้างพื้นฐาน (ถนน รถไฟ) (2.55 ลดลงจาก 2.77 ในไตรมาสก่อน) ขณะที่ด้านอื่นๆ ยังคงได้รับความพึงพอใจในระดับดี โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยว (3.57) แหล่งบันเทิง (3.50) อาหารไทย (3.49) การนวดสปา (3.46) และความมีอัธยาศัย (3.36) สะท้อนความจำเป็นของ การพัฒนาระบบคมนาคมเพื่อยกระดับภาคการท่องเที่ยวของไทย

ภาพที่ 11 คะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละด้านจากการเที่ยวประเทศไทย ไตรมาส 2/2559



นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความเห็นว่า แนวทางการพัฒนาการคมนาคมของไทยที่เป็นประโยชน์มากที่สุดคือ การลดราคาของการบริการคมนาคม (ร้อยละ 30) เพิ่มจำนวนเที่ยวบินในประเทศให้มากขึ้น (ร้อยละ 29) พัฒนาระบบการเดินทางเสริมอื่นๆ เช่น เรือ (ร้อยละ 28) และพัฒนาระบบขนส่งในท้องถิ่น (ร้อยละ 28)

ร้อยละ 27 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความเห็นว่า ประเทศไทยจะเป็นสถานที่แรกที่จะเลือกในการท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งถัดไป (First place in your mind) สะท้อนถึงความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยประเทศที่ถือว่าเป็นคู่แข่งของไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ ลาว ฮองกง และมาเลเซีย ซึ่งประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน

**นโยบายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประเมินว่าจะมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของไทยมากที่สุด ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 30) การสร้างมาตรฐานการให้บริการ (ร้อยละ 28) สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย (ร้อยละ 28) และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยวไทย (ร้อยละ 26)**

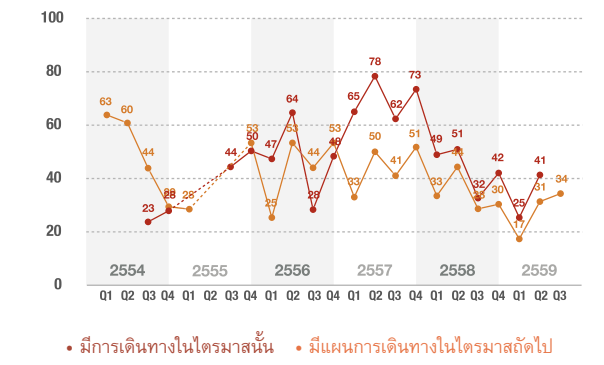
## 3.2 นักท่องเที่ยวไทย

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 350 รายทั่วประเทศพบว่า ร้อยละ 41 ของนักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ 2/2559 ซึ่งยังคงต่ำกว่าสัดส่วนในไตรมาส 2/2558 (ร้อยละ 51) แต่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อน ขณะที่ในไตรมาส 3/2559 มีนักท่องเที่ยวไทยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศร้อยละ 34 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าในไตรมาสที่ 3/2558 (ร้อยละ 28) และเป็นการปรับตัวขึ้นต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนหลังจากที่มีแนวโน้มลดลงจากในปี 2557

แนวโน้มที่ดีขึ้นของการท่องเที่ยวในประเทศส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการที่รัฐบาลประกาศวันหยุดเพิ่มเติมในช่วงวันอาสาฬหบูชา ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 43 ระบุว่าทำให้ตัดสินใจวางแผนเที่ยวในประเทศจากเดิมที่ไม่มีแผนการท่องเที่ยว ขณะที่อีกร้อยละ 18 ระบุว่าให้ตัดสินใจวางแผนเที่ยวต่างประเทศ และมีอีกร้อยละ 7 ที่ระบุว่าวันหยุดที่ยาวขึ้นทำให้ตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศจากเดิมที่มีแผนท่องเที่ยวในประเทศ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47) ระบุว่าจะลดงบประมาณในการท่องเที่ยวในไตรมาสนี้ ซึ่งคาดว่าเป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ขณะที่ส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 40) ระบุว่าจะใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในระดับเดิม โดยมีเพียงส่วนน้อยที่เพิ่มงบประมาณการท่องเที่ยวขึ้น

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวในประเทศล่วงหน้าก่อนการเดินทางเพียง 2-4 อาทิตย์ (ร้อยละ 39) ในขณะที่การเที่ยวต่างประเทศจะมีการวางแผนล่วงหน้าประมาณ 1-3 เดือน (ร้อยละ 35) และ 3-6 เดือน (ร้อยละ 31) ดังนั้นหากรัฐบาลต้องการประกาศวันหยุดเพิ่มเติมเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ ควรประกาศล่วงหน้าในช่วงไม่เกิน 1-3 เดือน เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีเวลาพอที่จะวางแผนการเดินทางในประเทศและลดโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศแทน

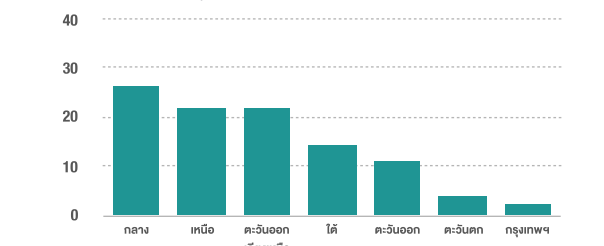
ภาพที่ 12 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและมีแผนในการเดินทางในประเทศ



- มีการเดินทางในไตรมาสนั้น
- มีแผนการเดินทางในไตรมาสถัดไป

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไตรมาสที่ 3/2559 ได้แก่ ภาคกลาง (ร้อยละ 26) ภาคเหนือ (ร้อยละ 22) และภาคตะวันออก (ร้อยละ 22)

ภาพที่ 13 จุดหมายนักท่องเที่ยวไทยไตรมาสที่ 3/2559



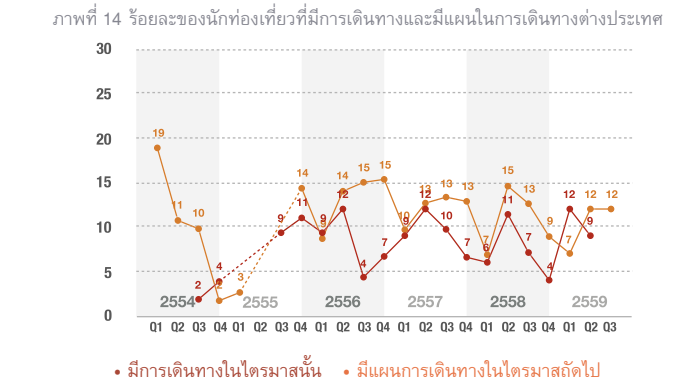
**ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ราคา (ร้อยละ 48) ความปลอดภัย (ร้อยละ 46) และความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 35)** โดยปัจจัยด้านราคาได้เพิ่มความสำคัญขึ้นมากในไตรมาสที่ 2 นี้ แสดงให้เห็นถึงผลกระทบจากเศรษฐกิจและการเข้าสู่ช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการมีการแข่งขันด้านราคาสูงขึ้น แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดคืออินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 43) และหนังสือนำเที่ยว (ร้อยละ 35)

สิ่งที่นักท่องเที่ยวไทยอยากให้มีการพัฒนาปรับปรุงได้แก่ การปรับปรุงในด้านความสะอาด (ร้อยละ 49) และคุณภาพการบริการ (ร้อยละ 33) ส่วนนโยบายที่ภาครัฐควรเพิ่มการสนับสนุนมากที่สุด คือ การเพิ่มความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 51) สร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในประเทศ (ร้อยละ 43) และจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว (ร้อยละ 38)

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังให้ความเห็นว่ายังควรมีการปรับปรุงด้านการคมนาคมขนส่งอีกมาก โดยแนวทางการพัฒนาที่จะช่วยสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวได้มากที่สุด ได้แก่ การพัฒนาถนนให้มีคุณภาพดีขึ้น (ร้อยละ 35) การเพิ่มเที่ยวบินภูมิภาคในจังหวัดต่างๆ (ร้อยละ 34) และการลดราคาการเดินทาง (ร้อยละ 33)

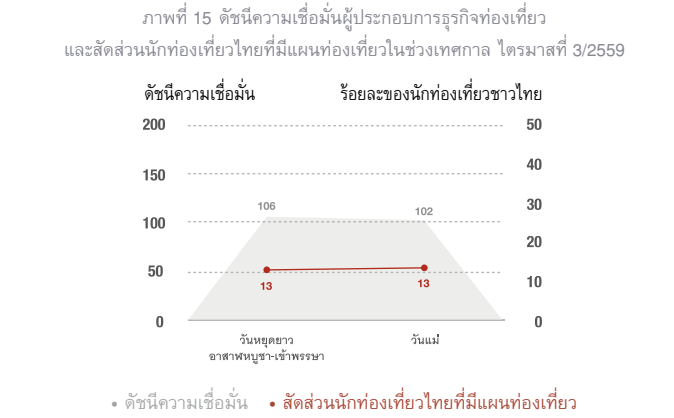
ในไตรมาสที่ 2/2559 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 9 มีการท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งลดลงจากระยะเดียวกันปีก่อน จุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวได้แก่ เกาหลี และลาว โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ ความสวยงามของเมือง (ร้อยละ 24) และและการประชาสัมพันธ์จากสื่อ (ร้อยละ 20)

สำหรับการวางแผนล่วงหน้า มีนักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 12 ที่มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศในไตรมาส 3/2559 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับในปี 2557-58 โดยครึ่งหนึ่งเป็นการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลซึ่งเป็นวันหยุดยาวและเป็นการเดินทางด้วยตนเอง



## 4 การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 3/2559

ไตรมาส 3/2559 เป็นช่วงที่มีวันหยุดเทศกาลท่องเที่ยวเพียง 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงวันอาสาฬหบูชา (16-20 ก.ค.) และช่วงวันเฉลิมพระสมเด็จพระบรมราชินีนาถหรือวันแม่ (12-14 ส.ค.) แต่ก็ในวันหยุดยาวทั้ง 2 ช่วง โดยเฉพาะช่วงวันอาสาฬหบูชาที่รัฐบาลประกาศวันหยุดเพิ่มเติมให้เป็นวันหยุดยาว 5 วัน โดยสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนออกมาท่องเที่ยวในช่วงวันดังกล่าวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนในทุกเทศกาล สอดคล้องกับที่ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาลท่องเที่ยวในไตรมาส 3/2559 ดีกว่าปกติ



ทั้งนี้ วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวในช่วงวันอาสาฬหบูชาส่วนใหญ่เป็นการกลับบ้านและเพื่อพักผ่อน โดยจุดหมายที่ได้รับความนิยมอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง และมีงบประมาณส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 3,000-4,000 บาท

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีการเตรียมความพร้อมหรือกลยุทธ์ในช่วงวันหยุดเทศกาลต่างๆ โดยเน้นการเพิ่มการประชาสัมพันธ์และเสนอสินค้าใหม่ๆ

## 5 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตรมาสที่ 3/2559

ข้อมูลเบื้องต้นของกรมการท่องเที่ยว (7 มิ.ย. 59) พบว่าในเดือนเมษายน 2559 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 2.64 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.79 จากช่วงเดียวกันของปี 2558 และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 129,994.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.50 และคาดว่าในไตรมาสที่ 2/2559 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 7.58 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.60 จากไตรมาสที่ 2/2558

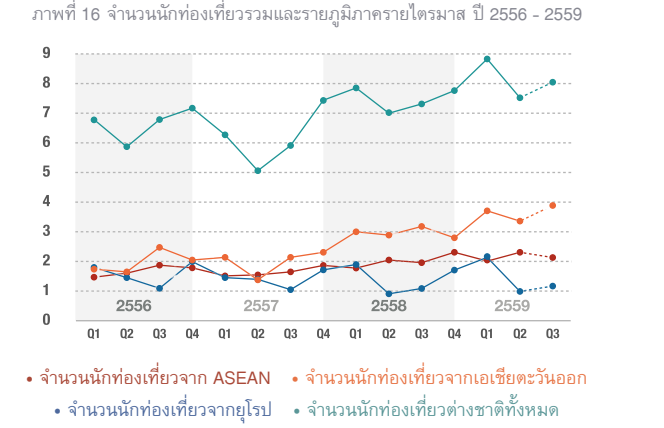
ในไตรมาสที่ 3/2559 หากไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติใดๆ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.15 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.49 จากไตรมาส 3/2558 โดยแบ่งเป็น

- นักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียน 2.09 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7
- นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก 3.97 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.92 และ
- นักท่องเที่ยวจากยุโรปจะอยู่ที่ 1.11 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.40 จากไตรมาส 3/2558

ตารางที่ 1 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

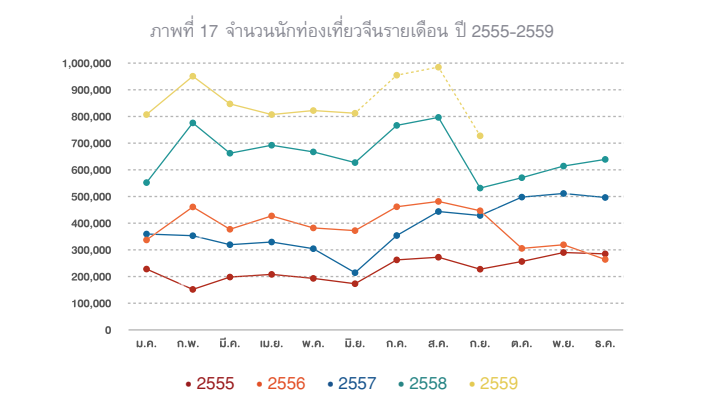
ไตรมาส	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)			อัตราการเติบโตปี 2559 (%)	รายได้จากการท่องเที่ยว 2559 (ล้านบาท)
	2557	2558	2559 <sup>ป</sup>		
1	6.37	7.83	9.04	15.45	463,708
2	5.10	6.98	7.58	8.60	378,578
3	5.85	7.31	8.15	11.49	399,235
4	7.46	7.76	9.10	17.27	463,653
รวม	24.78	29.88	33.87	13.35	1,705,175

หมายเหตุ: <sup>ป</sup> แทนค่าคาดการณ์จากแบบจำลองโดยผู้วิจัย  
 • ข้อมูลสถิติล่าสุดถึงเดือนเมษายน 2559 จากกรมการท่องเที่ยว  
 • รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติมาจากคำนวณมาจากค่าใช้จ่ายต่อหัวของแต่ละภูมิภาคในปี 2559 ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยของแต่ละภูมิภาคในปี 2558



ในปี 2559 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยทั้งหมด 33.87 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.35 จากปี 2558 และจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.71 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.83 จากปี 2558

สำหรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวจีนนั้น ในไตรมาสที่ 1/2559 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจีน 2.63 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.18 จากไตรมาสที่ 1/2558 และคาดว่าในไตรมาส 2/2559 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนรวมทั้งสิ้น 2.46 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.09 จากไตรมาสที่ 2/2558 ส่วนในไตรมาสที่ 3/2559 นั้น หากไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติเกิดขึ้น คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจีน 2.68 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.09 จากไตรมาสที่ 3/2558 ทั้งนี้ จากข้อมูลการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในช่วงต้นปี ทำให้คาดว่าในปี 2559 น่าจะมียอดรวมนักท่องเที่ยวจีนสูงเกิน 10 ล้านคนเป็นปีแรก



## 6 สรุปและข้อเสนอแนะ

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2559 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยอยู่ในระดับปกติ โดยมีปัจจัยบวกที่สำคัญคือการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ต้นปี รวมทั้งนโยบายรัฐที่พยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศมาโดยตลอด

อย่างไรก็ตาม ปัญหาความไม่มั่นใจในเศรษฐกิจไทยยังเป็นปัจจัยลบที่สำคัญที่ส่งผลต่อทั้งความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการและการตัดสินใจใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนี้ไตรมาสที่ 3/2559 ยังเป็นช่วงเวลานอกฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางราคาระหว่างผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นมาก

### 6.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1. **ด้านการประชาสัมพันธ์** โดยเสนอมาตรการในการ

- จัดงานเทศกาลในแหล่งท่องเที่ยว ให้เหมาะสมตามฤดูกาล เทศกาล พื้นที่ ลักษณะกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้
- กระตุ้นการใช้จ่ายประมาณในการเดินทางของหน่วยงานรัฐในช่วงปลายปีงบประมาณ โดยให้มีเงื่อนไขการใช้จ่ายในประเทศกำกับอย่างเหมาะสม
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยให้มีวันหยุดกระจายไปในช่วงต่างๆ เพื่อกระจายการท่องเที่ยวให้ไม่กระจุกและหนาแน่นในช่วงใดช่วงหนึ่ง ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการมากขึ้น
- ประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มความสนใจใหม่ๆ ที่มีการใช้จ่ายสูง เช่น Sport tourism, Medical tourism และ MICE โดยให้ดำเนินการอย่างบูรณาการร่วมกับภาคเอกชนและประชาชน
- ทำการตลาดเพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะกลุ่มที่เดินทางเที่ยวเอง กลุ่มที่มีกิจกรรมและความสนใจเฉพาะทาง เช่น การแพทย์ การประชุม

2. **ด้านการดูแลคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก**

- กำหนดมาตรการดูแลคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้พร้อมต่อการเติบโตของนักท่องเที่ยว
- พัฒนาการคมนาคม โดยการพัฒนาศักยภาพการให้บริการของสนามบินภูมิภาค สนับสนุนภาคเอกชนให้เพิ่มเส้นทางการบินภูมิภาค พัฒนาการขนส่งสาธารณะและกำกับดูแลมาตรฐานการบริการรถรับจ้างในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และดูแลความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว
- พัฒนาการจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ สามารถเข้าถึงและใช้ได้ง่ายขึ้น เช่น การทำ Mobile Application ให้ตอบรับกับการใช้งานของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มต่างๆ

### 6.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

1. **พัฒนามาตรฐานการให้บริการของตนเองให้ได้ระดับสากล** โดยเฉพาะการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และการรักษาคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ

2. **พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเองอย่างสม่ำเสมอ** นำเสนอสินค้าและบริการและกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นทางเลือกใหม่ที่เหมาะสมกับช่วงฤดูกาล ใช้จ่ายเด่นของพื้นที่และฐานวัฒนธรรมของพื้นที่ในการต่อยอดสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น รวมทั้งการเตรียมสินค้าและบริการสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวที่มาทำกิจกรรมเฉพาะ เช่น การประชุม สุขภาพ กีฬา เป็นต้น

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

### โครงการการรายงานและพยากรณ์สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยคำนวณจากผลการสำรวจตัวแทนผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการสำรวจรายไตรมาส และรายปี เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้วางแผนนโยบาย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยยังแยกได้ตามภูมิภาค และประเภทธุรกิจ

การคำนวณดัชนีนี้กระทำโดยการถามคำถามผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกๆ ไตรมาส โดยใช้คำถามหลักตามแนวทางของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่

- ท่านประเมินผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่านในไตรมาสนี้ อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรจะเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
- ท่านคิดว่าผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่านในไตรมาสถัดจะถึงนี้ จะเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรจะเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี

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

สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 2 ปี 2559 นี้ ดำเนินการสำรวจในช่วงปลายเดือนพฤษภาคม มีตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องตอบแบบสอบถามทั้งหมด 600 ราย ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 350 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 350 ราย

ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 1/2559 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนผู้ประกอบการที่ใช้ในการสำรวจเพื่อให้สามารถสะท้อนสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศที่เกิดขึ้นจริงมากยิ่งขึ้น โดยคัดการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) ออก และเพิ่มสัดส่วนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและนำเที่ยว (Domestic และ Inbound) และมีการปรับสัดส่วนผู้ประกอบการในแต่ละภูมิภาคให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ดังนั้น ดัชนีความเชื่อมั่นที่ได้จากการสำรวจในไตรมาสที่ 1/2559 อาจจะไม่ต่อเนื่องกับดัชนีที่ได้มีการสำรวจก่อนหน้านี้

ติดตามข่าวสารโครงการได้ที่  
[WWW.THAILANDTOURISM-COUNCIL.ORG](http://WWW.THAILANDTOURISM-COUNCIL.ORG)

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)  
[INFO@THAILANDTOURISM-COUNCIL.ORG](mailto:INFO@THAILANDTOURISM-COUNCIL.ORG)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
Chulalongkorn University  
Pillar of the Kingdom