

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



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 3/2561 เท่ากับ 96 อยู่ในระดับ ต่ำกว่าปกติเล็กน้อย

ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ ในไตรมาสที่ 4/2561 เท่ากับ 103 สูงกว่าปกติเล็กน้อย และปรับเพิ่มขึ้นจากการ คาดการณ์ในไตรมาสก่อน

**ไตรมาส 4/2561 คาดว่าจะมี
นักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.81
ล้านคน ลดลงร้อยละ 5.17
และในปี 2561 คาดว่าจะมี
นักท่องเที่ยวต่างชาติ 37.19
ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.08
มีรายได้จากนักท่องเที่ยว
ต่างชาติ 1.97 ล้านล้านบาท
เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.16 จากปี 2560**

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 3/2561 เท่ากับ 96 สูงกว่าไตรมาสก่อนเล็กน้อย แต่ยังต่ำกว่าปกติ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 4/2561 เท่ากับ 103 เป็นการคาดการณ์ในระดับดีกว่าปกติ โดยมีปัจจัยส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวจากฤดูกาลท่องเที่ยว และการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วขึ้น
- ผู้ประกอบการในเกือบทุกจังหวัดและนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าควรมีการพัฒนากระบวนการและขั้นตอนในแต่ละจังหวัดเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวก
- ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเห็นว่าควรมีการปรับปรุงมาตรฐานด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (ร้อยละ 22) โดยควรเพิ่มศักยภาพบุคลากรในการดูแลด้านความปลอดภัย (ร้อยละ 35) และปรับปรุงเรื่องป้ายแจ้งข้อมูลและคำเตือน (ร้อยละ 33)
- นักท่องเที่ยวชาวไทยมีสัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ 3/2561 และสัดส่วนการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ 4/2561 เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนเล็กน้อย
- นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 63 ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในไตรมาสนี้ หรือคิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 3.88 จากคะแนนเต็ม 5 โดยนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านคมนาคม ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานและการบริการ
- ในไตรมาสที่ 4/2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.81 ล้านคน ลดลงร้อยละ 5.17 จากไตรมาส 4/2560 และในปี 2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทย 37.19 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.08 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.97 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.16 จากปี 2560

1 ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป

เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 2/2561 ขยายตัวถึงร้อยละ 4.6 อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีแรงส่งมาจากการส่งออกสินค้าที่ขยายตัวตามเศรษฐกิจโลก และการบริโภคที่ขยายตัวเร่งขึ้นตามภาคการเกษตรที่เริ่มขยายตัวดีและภาวะผ่อนปรนลดจากมาตรการรถคันแรกที่ทยอยหมดลง คาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวต่อเนื่องตามการลงทุนในโครงการ EEC ที่มีความชัดเจนมากขึ้น รวมถึงรายได้จากภาคการท่องเที่ยวที่ยังคาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่อง

เศรษฐกิจโลกมีความผันผวน แม้ในไตรมาส 2/2561 เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวดี แต่มีปัจจัยกดดันจากนโยบายการค้าสหรัฐ ซึ่งอาจทำให้การค้าโลกชะลอลงและทำให้เกิดความผันผวนในการเคลื่อนย้ายเงินทุน

อัตราแลกเปลี่ยนมีแนวโน้มอ่อนค่า ตามการไหลกลับของเงินทุนไปยังสหรัฐ ซึ่งเป็นช่วงดอกเบี้ยขาขึ้น ประกอบกับความเชื่อมั่นสกุลเงินของประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่ลดลงจากปัจจัยวิกฤตเศรษฐกิจของตุรกี ซึ่งยังเป็นประเด็นที่ต้องติดตามต่อไปอย่างใกล้ชิด

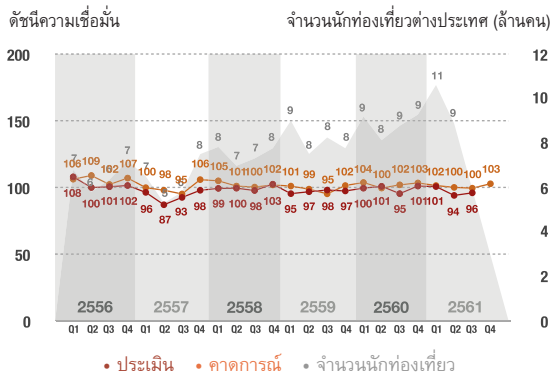
ราคาน้ำมันดิบปรับเพิ่มขึ้น จากการที่สหรัฐ ระบุว่าตรฮีหร่านส่งผลให้อุปทานน้ำมันในตลาดโลกขาดแคลน โดยราคาน้ำมันดิบเบรนท์ ณ วันที่ 31 ส.ค. อยู่ที่ 29.59 บาท/ลิตร จากต้นปีที่ 27.19 บาท/ลิตร

2 ผลการสำรวจความเชื่อมั่น

ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 600 ราย พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 3/2561 เท่ากับ 96 ปรับเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนเล็กน้อย (94) แต่ยังคงต่ำกว่าระดับปกติ สะท้อนความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการต่อสถานการณ์ท่องเที่ยวที่ปรับดีขึ้นแต่ยังคงมีปัจจัยที่ทำให้สถานการณ์ต่ำกว่าปกติ

ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2556-2561



ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการยังคงกังวล ได้แก่ แข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่รุนแรงขึ้น (ร้อยละ 26) การเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ร้อยละ 21) และภาวะเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัว (ร้อยละ 20)

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการบางส่วนประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาส 3/2561 ดีขึ้น โดยมีสาเหตุจากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดีขึ้น (ร้อยละ 21) การเดินทางสะดวกรวดเร็วและง่ายขึ้น (ร้อยละ 20) และการประชาสัมพันธ์ที่ดีขึ้น (ร้อยละ 18) นอกจากนี้ การจัดการกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. มีส่วนช่วยสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน (ร้อยละ 14)

ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 4/2561 เท่ากับ 103 เป็นการคาดการณ์ในระดับดีกว่าปกติและเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนเล็กน้อย สะท้อนมุมมองผู้ประกอบการที่คาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวที่ดีขึ้นเป็นลำดับ เนื่องจากเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำและการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังมีความกังวลในเรื่องของภาวะเศรษฐกิจไทยที่อาจฟื้นตัวช้า การแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวที่รุนแรงขึ้น และต้นทุนธุรกิจที่สูงขึ้น

ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน ประเมินสถานการณ์ในไตรมาส 3/2561 เท่ากับ 90 ต่ำกว่าระดับปกติ โดยส่วนหนึ่งน่าจะได้รับผลกระทบจากอุบัติเหตุเรือโดยสารที่จ.ภูเก็ต อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการกลุ่มนี้คาดการณ์สถานการณ์ในไตรมาส 4/2561 ที่ 105 ดีกว่าระดับปกติเล็กน้อย แสดงให้เห็นความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการว่าสถานการณ์จะกลับสู่ภาวะปกติได้ในไตรมาสที่ 4

ผู้ประกอบการระบุว่าในไตรมาสหน้ามีแผนจะปรับเป้าหมายการดำเนินงาน (ร้อยละ 41) โดยพบว่ากลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นกลุ่มที่ระบุว่า จะปรับเพิ่มเป้าหมายในสัดส่วนที่สูง (ร้อยละ 67) สอดคล้องกับที่ประเมินและคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าปกติต่อเนื่องมาตั้งแต่ไตรมาส 2/2561 นอกจากนี้ ธุรกิจส่วนใหญ่ยังคงเลือกที่จะลงทุนในด้านการศึกษาสัมพันธภาพ การตลาดออนไลน์และการใช้ social network ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เน้นหนักมากขึ้นต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่มีการสำรวจ

ในด้านกลยุทธ์การตั้งราคา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจนำเที่ยวบางส่วนระบุว่าจะปรับเพิ่มราคาสินค้า โดยเฉพาะในช่วงไตรมาส 4 ที่เป็นฤดูกาลท่องเที่ยว และหากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ภาคตะวันออกและภาคตะวันตกมีสัดส่วนผู้ประกอบการที่วางแผนจะขึ้นราคามากกว่าภาคอื่นๆ ในขณะที่กลุ่มโรงแรมที่มีค่าห้องพักสูง (มากกว่า 3,000 บาท/คืน) มีผู้ประกอบการที่วางแผนจะขึ้นราคาในสัดส่วนที่สูง (ประมาณร้อยละ 45) ในขณะที่กลุ่มโรงแรมที่มีค่าห้องพักต่ำ (ต่ำกว่า 3,000 บาท/คืน) มีผู้ประกอบการเพียงประมาณร้อยละ 30 ที่วางแผนจะขึ้นราคา ทั้งนี้เนื่องจากมาจากการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจห้องพักที่มีค่าห้องต่ำ

การดำเนินงานของภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่ผ่านมา ผู้ประกอบการที่ระบุว่าได้รับผลดีจากแนวนโยบายดังกล่าว (ร้อยละ 26) มาจากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น และใช้เวลาท่องเที่ยวภายในพื้นที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเห็นว่าควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน ควรประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่เป็นที่รู้จักมากขึ้น และส่งเสริมผู้ประกอบการให้เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนมากขึ้น

เมื่อถามถึงนโยบายที่กีดกีดหน้าอาชีพการท่องเที่ยวเมืองรอง พบว่าผู้ประกอบการได้รับผลกระทบแตกต่างกันไป โดยผู้ประกอบการที่อยู่ในจังหวัดเป้าหมายส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63) ตอบว่าตนเองได้รับผลดี จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่มากขึ้นและนานขึ้น หรือมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น แต่ผู้ประกอบการที่ไม่อยู่ในพื้นที่เป้าหมายโดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63) ตอบว่าตนเองได้รับผลเสีย เนื่องจากทำให้นักท่องเที่ยวลดการท่องเที่ยวในพื้นที่ตนเองและเปลี่ยนไปท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงเสนอแนะให้ภาครัฐประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองควบคู่เมืองหลักผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ เมื่อถามถึงมาตรฐานด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ควรมีการปรับปรุงความปลอดภัยมากที่สุด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (ภูเขา น้ำตก) (ร้อยละ 32) และทะเล (ร้อยละ 30) โดยเห็นว่าควรเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในการดูแลด้านความปลอดภัย (ร้อยละ 36) เพิ่มการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง (ร้อยละ 34) และปรับปรุงป้ายแจ้งข้อมูลและคำเตือน (ร้อยละ 34)

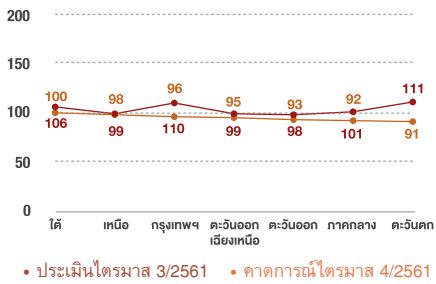
ในด้านการพัฒนาการคมนาคม ผู้ประกอบการในเกือบทุกจังหวัดรวมทั้งกรุงเทพฯ เห็นพ้องกันว่าควรพัฒนาระบบรถสาธารณะในจังหวัดเป็นหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก โดยควรมีข้อมูลเส้นทาง การเดินทาง ความปลอดภัย และมาตรฐานราคาที่พักที่ชัดเจน

2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามภูมิภาค

ไตรมาสที่ 3/2561 ผู้ประกอบการทุกภูมิภาคประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ โดยผู้ประกอบการในภาคตะวันตกเป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ต่ำที่สุด (91) รองลงมาได้แก่ผู้ประกอบการในภาคกลางและภาคตะวันออก

ในไตรมาสที่ 4/2561 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่คาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวใกล้เคียงหรือดีกว่าปกติ โดยผู้ประกอบการในภาคตะวันออกและกรุงเทพฯ เป็นกลุ่มที่คาดการณ์ดีที่สุดใน

ภาพที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค

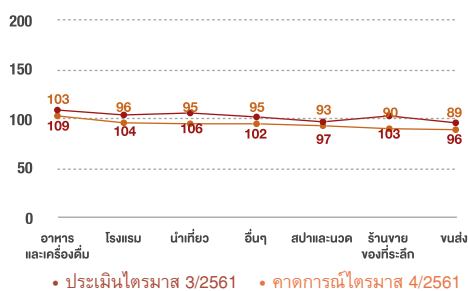


2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ไตรมาสที่ 3/2561 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเกือบทุกธุรกิจประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ โดยเฉพาะธุรกิจ ธุรกิจขนส่งและธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึกที่ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติค่อนข้างมาก มีเพียงผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าปกติ

สำหรับการคาดการณ์ในไตรมาส 4/2561 ผู้ประกอบการเกือบทุกกลุ่มคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าปกติ โดยเฉพาะธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจนำเที่ยว ทั้งนี้หากจำแนกอย่างละเอียดพบว่ากลุ่มธุรกิจนำเที่ยวที่คาดการณ์ดีมาจากกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวขาเข้า (108) ขณะที่กลุ่มธุรกิจขนส่งและธุรกิจสปาและนวดเป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ

ภาพที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามธุรกิจ



3 ผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

3.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

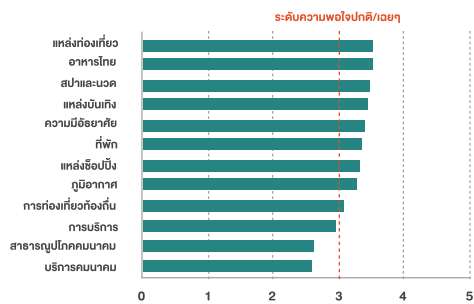
จากการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 3/2561 จำนวน 350 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมใกล้เคียงกับที่สำรวจในไตรมาสก่อน โดยนิยมเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำ (ร้อยละ 59) ท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 1 ครั้งต่อปี) โดยส่วนใหญ่มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศล่วงหน้าไม่เกิน 3 เดือน (ร้อยละ 74) แต่เริ่มเห็นแนวโน้มการวางแผนล่วงหน้าที่สูงขึ้น โดยมีนักท่องเที่ยวที่วางแผนล่วงหน้าไม่เกิน 1 เดือนสูงถึงร้อยละ 54 เทียบกับระยะเดียวกันปีก่อนที่อยู่ร้อยละ 32

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่ากลับมาเที่ยวครั้งนี้เป็นการเยี่ยมเยือนไทยซ้ำ (ร้อยละ 55) วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวไทยคือเพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 36) และหาประสบการณ์ใหม่ๆ (ร้อยละ 21) ส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน (ร้อยละ 21) และครอบครัว (ร้อยละ 21) แหล่งข้อมูลที่นิยมใช้ในการหาข้อมูลท่องเที่ยว ได้แก่ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 25) และหนังสือนำเที่ยว (ร้อยละ 16) กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ ได้แก่ การเยี่ยมชมธรรมชาติ (ร้อยละ 51) และการเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 34)

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ได้แก่ กรุงเทพฯ (ร้อยละ 43) พัทยา (ร้อยละ 29) เชียงใหม่และเชียงใหม่ (ร้อยละ 23) ทั้งนี้ หากพิจารณาความประทับใจในแต่ละพื้นที่จากการกลับมาเยี่ยมเยือนซ้ำในแต่ละพื้นที่ พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 29) ภูเก็ต (ร้อยละ 28)

นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 63 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทย ในไตรมาสนี้ หรือคิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 3.88 (คะแนนเต็ม 5) โดยนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในเกือบทุกด้าน เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (คะแนน 3.54) อาหารไทย (คะแนน 3.53) สปาและนวด (คะแนน 3.47) แหล่งบันเทิง (คะแนน 3.45) และด้านอื่นๆ ยกเว้นด้านการคมนาคมที่ยังคงไม่เป็นที่พึงพอใจ ทั้งด้านสาธารณูปโภคคมนาคม (ถนน รถไฟ) และด้านคุณภาพการบริการ (แท็กซี่) ซึ่งเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่พอใจมาโดยตลอด

ภาพที่ 4 คะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตรมาส 3/2561



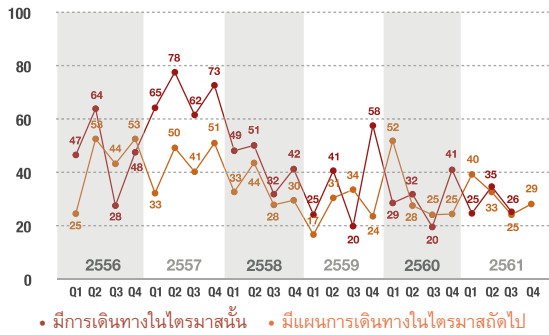
ด้านมาตรฐานความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าควรปรับปรุงมาตรฐานด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (ร้อยละ 24) และการท่องเที่ยวในเมือง (ร้อยละ 21) โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวสำคัญ อาทิ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ อยุธยา โดยเห็นว่าควรปรับปรุงด้วยการบังคับใช้กฎหมาย (ร้อยละ 32) การเพิ่มป้ายและสัญญาณเตือน (ร้อยละ 30) และการจัดระเบียบทรัพย์สินกฎหมาย (ร้อยละ 28)

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57) รู้จักหรือเคยได้ยินการท่องเที่ยวชุมชนผ่านทางอินเทอร์เน็ตและหนังสือนำเที่ยว (ร้อยละ 17) ทั้งนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติบางส่วนมีแผนท่องเที่ยวชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวในครั้งนี้ และเสนอแนะว่าควรนำระบบสารสนเทศมาช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนในด้านของฐานข้อมูลการเดินทางและการบริหารจัดการของธุรกิจ

3.2 นักท่องเที่ยวไทย

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 350 รายทั่วประเทศพบว่า นักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ 3/2561 ประมาณร้อยละ 26 สูงกว่าไตรมาส 3/2560 เล็กน้อย ขณะที่ในไตรมาส 4/2561 มีนักท่องเที่ยวไทยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศร้อยละ 29 สูงกว่าในไตรมาสที่ 4/2560 สะท้อนแนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศที่ค่อยๆ ปรับดีขึ้น อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวที่มีแผนการท่องเที่ยวแล้วยังคงวางแผนที่จะใช้การท่องเที่ยวในไตรมาสหน้าใกล้เคียงกับไตรมาสนี้ (ร้อยละ 48)

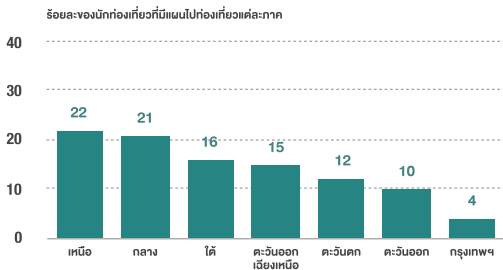
ภาพที่ 5 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและมีแผนในการเดินทางในประเทศ



• มีการเดินทางในไตรมาสนั้น • มีแผนการเดินทางในไตรมาสถัดไป

นักท่องเที่ยวที่มีแผนเดินทางในไตรมาสนี้ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่ห่างไกล ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางหรือต้องเดินทางทางอากาศ (ร้อยละ 48) จุดหมายที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไตรมาสที่ 4/2561 ได้แก่ ภาคเหนือ (ร้อยละ 24)

ภาพที่ 6 จุดหมายนักท่องเที่ยวไทยไตรมาสที่ 4/2561



ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวตามภูมิภาค

ด้านนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยได้ยินแต่ไม่ทราบรายละเอียด (ร้อยละ 40) มีเป็นส่วนน้อยที่ทราบและรู้จักเป็นอย่างดี (ร้อยละ 10) นอกจากนี้ส่วนใหญ่ไม่ได้มีแผนในปีนี้อะไรหรือไม่แน่ใจว่าจะไปท่องเที่ยวชุมชนหรือไม่ (ร้อยละ 53) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวคาดว่าจะเมื่อไปท่องเที่ยวเชิงชุมชนจะมีการใช้บริการร้านอาหารที่ดำเนินการโดยชุมชน (ร้อยละ 50) ใช้บริการนำเที่ยวของชุมชน (ร้อยละ 50) หรือมีการพักอาศัยในโรงแรมที่ตั้งอยู่ในชุมชน (ร้อยละ 47) และนักท่องเที่ยวเห็นว่าภาครัฐควรสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนผ่านการประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ช่วยชุมชนพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น และธุรกิจควรนำระบบสารสนเทศมาช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจองที่พักและบริการอื่นๆ

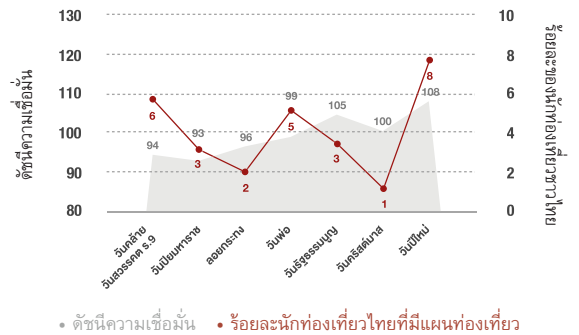
เมื่อถามถึงมาตรฐานความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พบว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าควรปรับปรุงมาตรฐานด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (ร้อยละ 22) สอดคล้องกับผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเห็นว่าควรมีการปรับปรุงด้วยการเพิ่มศักยภาพบุคลากรในการดูแลด้านความปลอดภัย (ร้อยละ 35) และปรับปรุงเรื่องป้ายแจ้งข้อมูลและคำเตือน (ร้อยละ 33)

ในไตรมาสที่ 3/2561 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 8.0 มีการท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนในไตรมาส 4/2561 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 9.7 มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการออกไปท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล โดยเฉพาะช่วงเทศกาลปีใหม่

4 การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 4/2561

ไตรมาส 4/2561 เป็นช่วงที่มีวันหยุดเทศกาลหลายช่วง ได้แก่ วันคล้ายวันสวรรคต ร.9 วันปิยมหาราช เทศกาลลอยกระทง วันพ่อแห่งชาติ(วันชาติ) วันรัฐธรรมนูญ วันคริสต์มาส และเทศกาลปีใหม่ โดยสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนออกมามีนักท่องเที่ยวช่วงเทศกาลไตรมาส 4/2561 ปรับเพิ่มขึ้นจากปีก่อนในทุกเทศกาล ยกเว้นช่วงเทศกาลปีใหม่ที่ลดลงจากปีก่อน (ร้อยละ 7.7 จากปีก่อนที่ร้อยละ 9.4) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวช่วงเทศกาลต่ำกว่าปกติ ยกเว้นช่วงเทศกาลปีใหม่ และช่วงวันรัฐธรรมนูญที่เป็นวันหยุดยาว (8-10 ธ.ค.)

ภาพที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 4/2561



• ดัชนีความเชื่อมั่น • ร้อยละนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนท่องเที่ยว

5 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติไตรมาสที่ 4/2561

จากข้อมูลเบื้องต้นของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (3 ก.ย. 61) พบว่าใน 7 เดือนแรกของปี 2561 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 22.66 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 1.18 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.44 จากช่วงเดียวกันของปี 2560 และคาดว่าในไตรมาสที่ 3/2561 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.90 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.37 จากไตรมาสที่ 3/2560

ในไตรมาสที่ 4/2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.81 ล้านคน ลดลงร้อยละ 5.17 จากไตรมาส 4/2560 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียน 2.43 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.40 นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก 2.95 ล้านคน ลดลงร้อยละ 16.19 และนักท่องเที่ยวจากยุโรป 1.95 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.56 จากไตรมาส 4/2560

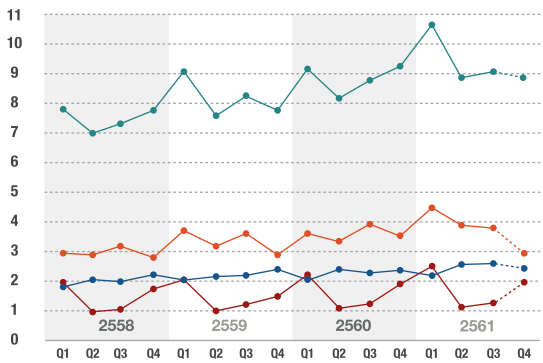
คาดว่าในปี 2561 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 37.19 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.08 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.97 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.16 จากปี 2560

ตารางที่ 1 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรายไตรมาส ปี 2559-2561

ไตรมาส	นักท่องเที่ยว 2559 (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว 2560 ^p (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว 2561 ^p (ล้านคน)	อัตราการเติบโต ปี 2561 (ร้อยละ)	รายได้จากการท่องเที่ยว 2561 ^p (ล้านบาท)
1	9.04	9.19	10.61	15.45	573,312
2	7.55	8.13	8.87	9.10	442,581
3	8.23	8.78	8.90	1.37	480,912
4	7.77	9.29	8.81	-5.17	476,049
รวม	32.59	35.39	37.19	5.08	1,972,854

หมายเหตุ: - p แทนค่าคาดการณ์จากแบบจำลองโดยผู้วิจัยโดยใช้ค่าเฉลี่ยจากการคาดการณ์เป็นช่วง
 - ข้อมูลสถิติล่าสุดถึงเดือนกันยายน 2561 จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
 - รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติคำนวณมาจากค่าใช้จ่ายต่อหัวของแต่ละภูมิภาคในปี 2561 ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยของแต่ละภูมิภาคในปี 2560

ภาพที่ 8 จำนวนนักท่องเที่ยวรวมและรายภูมิภาครายไตรมาส ปี 2558-2561

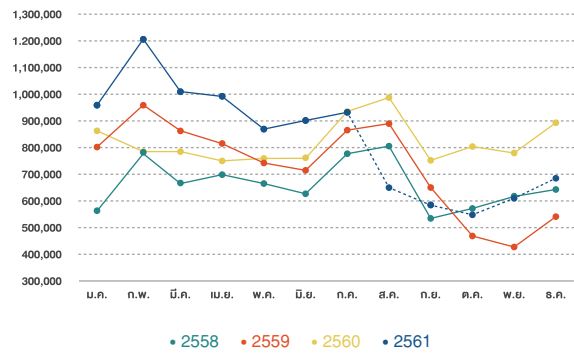


• จำนวนนักท่องเที่ยวจาก ASEAN • จำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
 • จำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรป • จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด

สำหรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวจีน ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนรวมทั้งสิ้น 6.86 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.44 จากช่วงเดียวกันของปี 2560 อย่างไรก็ตาม ในเดือนกรกฎาคมมีนักท่องเที่ยวจีนประมาณ 930,000 คน ลดลงร้อยละ 0.87 ส่วนหนึ่งเป็นผลจากอุบัติเหตุเรือโดยสารที่จ.ภูเก็ต แต่คาดว่าจะสถานการณ์จะกลับสู่ภาวะปกติได้ในปลายไตรมาสที่ 4 หรือต้นปี 2562

ทั้งนี้ คาดว่าในไตรมาส 3/2561 มีนักท่องเที่ยวจีน 2.21 ล้านคน ลดลงร้อยละ 17.61 จากไตรมาสที่ 3/2560 ส่วนในไตรมาสที่ 4/2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจีน 1.85 ล้านคน ลดลงร้อยละ 25.64 จากไตรมาสที่ 4/2560 และคาดว่าในปี 2561 จะมีนักท่องเที่ยวจีนประมาณ 9.9 ล้านคน

ภาพที่ 9 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนรายเดือน ปี 2558-2561



6 สรุปและข้อเสนอแนะ

สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยทั่วไปในช่วงปลายปี 2561 ในมุมมองของผู้ประกอบการมีแนวโน้มดีขึ้น ในภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยยังคงค้ำยันอยู่ในระดับใกล้เคียงปกติอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยบวกที่สำคัญคือการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วและง่ายขึ้นและแนวโน้มสภาพเศรษฐกิจในประเทศที่ฟื้นตัวดีขึ้น แต่ยังคงต้องระวังผลกระทบจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการปรับตัวขึ้นของราคาน้ำมัน รวมทั้งติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวชาวจีน

6.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1 พัฒนาการคมนาคมขนส่งให้มีมาตรฐานและเชื่อมโยงการเดินทางผ่านระบบต่างๆ โดยเฉพาะระบบรถสาธารณะ

- พัฒนาระบบรถขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดให้มีความสะดวก ครอบคลุมและมีราคาที่มีมาตรฐานในทุกจังหวัด
- สนับสนุนให้ภาครัฐ ภาคเอกชน และท้องถิ่น พัฒนาระบบรถขนส่งสาธารณะร่วมกัน

2 พัฒนามาตรฐานความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว

- ปรับปรุงป้ายหรือระบบสัญญาณต่างๆ เพื่อให้การให้ข้อมูลและการแจ้งเตือนความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว
- ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพบุคลากรในระดับต่างๆ ในการมีส่วนร่วมดูแลความปลอดภัย เช่น เจ้าหน้าที่รัฐ อาสาสมัครภาคประชาชน และภาคเอกชน
- ยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยจากตามความสมัครใจให้เป็นการบังคับใช้และสร้างแรงจูงใจให้มีการทำตามมาตรฐานมากขึ้น

3 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่และการบูรณาการความร่วมมือระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการ

- ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการทั้งในและนอกพื้นที่เป้าหมายภาครัฐ และชุมชนในการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกัน
- ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนการบริการข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ระบบการจอง การจัดการฐานข้อมูลการเดินทางในพื้นที่ รวมถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน

6.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

1 พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ให้อยู่ในมาตรฐานสากลร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและชุมชน โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการ เพื่อสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

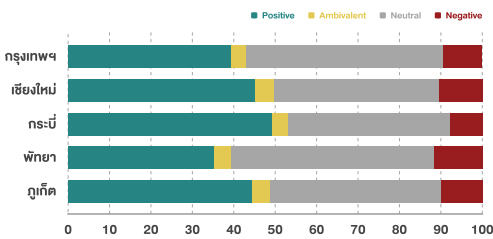
2 เครื่องคิดและรับมิตชอบต่อมาตรฐานความปลอดภัยทั้งต่อนักท่องเที่ยวและต่อสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง และสร้างเครือข่ายหรือระบบที่จะช่วยการสอดส่องดูแลความปลอดภัยในด้านต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว

- 3 พัฒนาและปรับตัวเพื่อสร้างความเชื่อมโยงของธุรกิจตนเองให้สอดคล้องกับนโยบายที่ภาครัฐส่งเสริมในแต่ละพื้นที่ เช่น การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างเมืองหลักและเมืองรอง เป็นต้น
- 4 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการ โดยเฉพาะในด้านภาษา ความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการให้บริการ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการได้อย่างมีคุณภาพ

7 วิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากแหล่งข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Big Data)

รายงานสรุปสถานการณ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลที่ได้นำมาใช้ผ่านระบบการจัดการข้อมูล "Big Data" ดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ (Social Media) โดยเป็นข้อมูลที่ได้มีการโพสต์หรือมีการแพร่กระจาย (Share) เป็นภาษาอังกฤษโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ "AI" ในการประมวลผลดัชนีความพึงพอใจสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยว โดยทางสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับบริษัท ไมนด์ทรี ได้ทำการพัฒนาโมเดลและระบบปัญญาประดิษฐ์ให้สอดคล้องกับดัชนี World Economic Forum Travel & Tourism Competitiveness Index ซึ่งสามารถบ่งบอกได้ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ในช่วงของการวางแผนเดินทาง จนกระทั่งไปถึงการท่องเที่ยวและการรีวิว หรือที่เรียกว่า Customer Journey จากการประมวลผลข้อมูลในไตรมาส 3 ปี 2561 ได้มีการจัดแบ่งข้อมูลเป็นรายจังหวัด และแบ่งตามหมวดของห่วงโซ่คุณค่า หรือ Tourism Value Chain รวมไปถึงการประเมินตัวชี้วัดของ World Economic Forum จากข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ ทางโครงการได้แบ่งการวิเคราะห์ทัศนคติเป็น 4 ระดับ Positive (สีเขียว มีทัศนคติเป็นบวก), Negative (สีแดง มีทัศนคติเป็นลบ), Ambivalent (สีเหลือง มีทัศนคติเป็นบวกและลบในการออกความเห็น) และ Neutral (สีเทา มีทัศนคติเป็นกลาง) การวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าในไตรมาส 3 ปี 2561 จังหวัดกระบี่กลับมาเป็นอันดับ 1 ในด้านของความพึงพอใจ โดยจะเห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่เป็นบวกต่อกระบี่มากที่สุด และทัศนคติที่เป็นลบต่อจังหวัดกระบี่น้อยที่สุด ส่วนเมืองท่องเที่ยวที่มีทัศนคติที่เป็นลบเยอะที่สุดได้แก่ พัทยา โดยมีทัศนคติเป็นบวกน้อยสุดและทัศนคติเป็นลบมากที่สุด ในส่วนของทัศนคติที่เป็นบวกเพิ่มขึ้นของพัทยาคือเรื่องความปลอดภัยในการขับซักรถจักรยานยนต์หลังจากมีมาตรการการปรับ 5,000 บาท หากพบว่านักท่องเที่ยวไม่มีใบขับขี่และไม่สวมหมวกนิรภัยรวมไปถึงผู้เช่าก็จะได้รับโทษด้วยเช่นกัน ในขณะที่เหตุการณ์เรือล่มในจังหวัดภูเก็ตยังส่งผลกระทบต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งทัศนคติด้านบวกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดภูเก็ตยังมีประมาณ 40% และทัศนคติที่เป็นด้านลบ 10%

ภาพที่ 10 ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อเมืองท่องเที่ยวของประเทศไทย



ภาพที่ 11 ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการเปรียบเทียบอาหารไทยกับอาหารอินเดีย

Compares Thai Food to Indian Food Equivalent

Kanti Yadav 1 month ago
Delicious food mam I really love it mouth watering 🍴👍 and the corero pancakes was really out standing really chocolately I love it very tasty 🍴👍👍👍👍

Anhar Noori 1 month ago
Hi like you I also like pakora I always go in outside first I will take pakora! it is so yummy 🍴👍👍

Vivek Manwar 1 month ago
bangkok: ...rice 🍴👍

rocker girl 1 month ago
Thank u di for sharing this video with us because I never visited Bangkok but after this I want to visit here This is your best video 🍴👍👍

ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจากผลการสำรวจ พบว่าในช่วงกลางปี จะสังเกตได้ว่ามีนักท่องเที่ยวชาวอินเดียเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่วงวันหยุดยาว รวมถึงจำนวนเที่ยวบินจากเมืองหลักๆ ของประเทศอินเดีย ที่มากขึ้นจากผลที่ทางด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการตลาดไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ในประเทศอินเดีย ส่วนทางด้านของการบริโภค Content ของคอนเทนต์ก็เพิ่มจำนวนมากขึ้นโดยเฉพาะในเมืองที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย อาทิเช่น เมืองเดลี ที่จะมีการพูดภาษาฮินดีสลับกับภาษาอังกฤษเป็นหลัก สิ่งที่พบได้อย่างชัดเจนก็คือในช่วงกลางปี จะมี Content หรือเนื้อหาที่เป็นวิดีโอค่อนข้างเยอะและมีจำนวนการเข้าชมและติดตามค่อนข้างสูง โดยเฉพาะเรื่องของการช้อปปิ้งและอาหารในกรุงเทพฯ เนื่องจากปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดียก็คืออาหารอินเดียในประเทศไทย โดยวิดีโอที่ได้รับความนิยมค่อนข้างสูง คือการพาชิมอาหารไทย หรือ Street Food โดย influencer ชาวอินเดีย และทำการเปรียบเทียบอาหารไทยกับอาหารอินเดียว่าคล้ายกันอย่างไร ทำให้นักอินเดียนิยมเข้าไปดู ตัวอย่างเช่น การเปรียบเทียบขนมที่สำเร็จรูปมาแล้ว กับขนมที่สำเร็จรูปยี่ห้อแม่ไก่ของประเทศไทย โดยจำนวนผู้เข้าชมส่วนใหญ่มีการกล่าวถึงกรุงเทพฯ ในเชิงบวก และบอกว่าวิดีโอนี้ทำให้ต้องการเดินทางมาเที่ยวกรุงเทพฯ รวมถึงมีการพูดถึงคนไทยว่าเป็นคนที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวและมีบริการตัวอย่างต่างๆ เช่น การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวต่างชาติและความมีน้ำใจ

ภาพที่ 12 ข้อมูลทัศนคติของ Digital Nomad ต่อการเปรียบเทียบระหว่างกรุงเทพฯกับเมืองกัวลาลัมเปอร์

Drew Binsky - Digital Nomad living in BKK (1M+ Followers) Bangkok vs. Kuala Lumpur, and the winner is...

Bangkok vs. Kuala Lumpur (Which is Better?)

Drew Binsky (@drewbinsky)
The Drew Binsky I make daily travel videos helping people to step out of it. See More

ในขณะเดียวกัน Content วิดีโอที่มีคนกล่าวถึงและเป็นที่นิยมอีก 1 อัน ได้แก่ วิดีโอการเปรียบเทียบระหว่างกรุงเทพฯกับเมืองกัวลาลัมเปอร์ โดยเป็นการให้ความคิดเห็นส่วนตัวของ influencer และวิดีโอ Blogger ที่มีคนติดตามเกิน 1 ล้านคน ที่ได้ทำการเปรียบเทียบระหว่างกรุงเทพฯ และกัวลาลัมเปอร์ในมุมมองของคนที่เป็น Digital Nomad ซึ่งในขณะนี้ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่มุมมองคนที่เป็นฟรีแลนซ์ จากทั่วโลก โดยทางเจ้าของวิดีโอเน้นการเปรียบเทียบทั้งหมด 5 หมวด ได้แก่ อาหาร กิจกรรม ผู้คน lifestyle และ night life โดยเสียงส่วนใหญ่จะบอกว่ากัวลาลัมเปอร์นั้นเหนือกว่ากรุงเทพฯ ในด้านของอาหาร ภาษา ความสะอาด และความปลอดภัย แต่กรุงเทพฯมีความได้เปรียบในเรื่องของกิจกรรมที่หลากหลายกว่า แต่สิ่งที่น่าแปลกใจคือคนไทยเองก็มีความคิดเห็นว่ากัวลาลัมเปอร์นั้นดีกว่ากรุงเทพฯ ซึ่งในมุมมองข้างต้นนั้นเป็นเพียงทัศนคติของคนที่เป็น Digital Nomad ที่ต้องการพำนักระยะยาว และทำงานไปด้วยในเวลาเดียวกันเท่านั้น เหนือกว่าที่ใช้ในการประเมินจึงออกมาเป็นสำหรับ Digital Nomad ไม่ใช่คนท่องเที่ยวทั่วไป โดยในไตรมาสที่ 3 ปี 2561 ภาครัฐและเอกชนควรติดตามในเรื่องของทัศนคติเกี่ยวกับความปลอดภัยในพัทยา หลังจากมีมาตรการการปรับ 5,000 บาท หากไม่มีใบขับขี่และทำความเข้าใจกับกลุ่ม Digital Nomad ที่เข้ามาพำนักระยะยาวและทำงานในเมืองไทยว่ามีความคาดหวังอะไรบ้าง รวมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ในการทำตลาดเพื่อส่งเสริมกลุ่ม Digital Nomad หากมีศักยภาพในการใช้จ่ายและความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย รวมไปถึงการร่วมกันส่งเสริมการตลาดกับ Influencer ชาวอินเดียต่อไป

- | ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยคำนวณจากผลการสำรวจตัวแทนผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการสำรวจรายไตรมาส และรายปี เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้วางแผนนโยบาย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยยังแยกได้ตามภูมิภาค และประเภทธุรกิจ
- | การคำนวณดัชนีนี้กระทำโดยการถามคำถามผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องในทุกไตรมาส โดยใช้คำถามหลักตามแนวทางของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่
 - ท่านประเมินผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้ อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
 - ท่านคิดว่าผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้จะถึงนี้ จะเป็นอย่างไรรวมเมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
- | ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้จาก: ลดลงมาก (0), ลดลง (50), เหมือนเดิม (100), ดีขึ้น (150), หรือ ดีขึ้นมาก (200) จากนั้นจึงนำผลที่ได้ไปหาค่าเฉลี่ย โดยด้านที่มีผลดัชนีมากกว่า 100 แสดงว่าผู้ประกอบการประเมินว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวจะดีกว่าปีก่อนๆ นอกจากนี้ยังมีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลอีกด้วย

- | สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 3 ปี 2561 นี้ ดำเนินการสำรวจในช่วงเดือนสิงหาคม มีตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวรวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องตอบแบบสอบถามทั้งหมด 600 ราย ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 350 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 350 ราย
- | ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 1/2559 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนผู้ประกอบการที่ใช้ในการสำรวจเพื่อให้สามารถสะท้อนสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศที่เกิดขึ้นจริงมากยิ่งขึ้น โดยตัดการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) ออก และเพิ่มสัดส่วนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและนำเที่ยว (Domestic และ Inbound) และมีการปรับสัดส่วนผู้ประกอบการในแต่ละภูมิภาคให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ดังนั้น ดัชนีความเชื่อมั่นที่ได้จากการสำรวจในไตรมาสที่ 1/2559 อาจจะไม่ต่อเนื่องกับดัชนีที่ได้มีการสำรวจก่อนหน้านี้

ติดตามข่าวสารโครงการได้ที่

WWW.THAILANDTOURISM-COUNCIL.ORG

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)

INFO@THAILANDTOURISM-COUNCIL.ORG



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar of the Kingdom