2017/4 | ไตรมาสที่ 4 ปี 2560

# THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย

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

**โครงการการรายงานและพยากรณ์สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย**

**โครงการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) และคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย** โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อคาดการณ์ และสะท้อนถึงสถานการณ์ท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต (รายไตรมาส) และเผยแพร่ให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้ เพื่อที่จะได้เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ โดยการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วนได้แก่ • ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป • ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวธุรกิจการท่องเที่ยว • ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ • การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล • การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ • ข้อเสนอแนะ

**การอ่านค่าดัชนี — ดัชนีความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0 — 200 โดย**

- ค่าดัชนีสูงกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์ดีกว่าระดับปกติ
- ค่าดัชนีเท่ากับ 100 หมายความว่าสถานการณ์เท่ากับระดับปกติ
- ค่าดัชนีต่ำกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์แย่กว่าระดับปกติ

TOURISM COUNCIL OF THAILAND
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

TOURISM AUTHORITY OF THAILAND

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar of the Kingdom

## ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ในไตรมาสที่ 4/2560 เท่ากับ 101 อยู่ในระดับปกติ

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4/2560 เท่ากับ 101 ซึ่งเป็นการปรับดีขึ้นจากไตรมาสก่อนมาอยู่ในระดับปกติ

## ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 1/2561 เท่ากับ 102 เป็นการคาดการณ์ในภาวะปกติใกล้เคียงการคาดการณ์ในไตรมาสก่อน

- ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 1/2561 เท่ากับ 102 เป็นการคาดการณ์ในระดับใกล้เคียงปกติต่อเนื่องมาตั้งแต่ต้นปี เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ

- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ปรับเป้าธุรกิจในไตรมาสหน้า (ร้อยละ 42) และไม่ได้มีการลงทุนเพิ่มเติมเป็นพิเศษหรือจ้างแรงงานเพิ่มเติม (ร้อยละ 50) แต่มีแผนจะปรับขึ้นราคาสินค้า (ร้อยละ 40) ในช่วงไตรมาสหน้า

- นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 59 ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในไตรมาสนี้ หรือคิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 3.73 จากคะแนนเต็ม 5 โดยนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านคมนาคม

## ไตรมาส 1/2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.65 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีก่อน

- นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 19 มีแผนออกไปท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลปีใหม่ ส่วนใหญ่วางแผนออกเดินทางตั้งแต่วันที่ 28 ธ.ค. 60 (ร้อยละ 38) และจะเดินทางกลับหลังวันพุธที่ 3 ม.ค. 61 (ร้อยละ 29) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรมีการดูแลและปรับปรุงเรื่องของอุบัติเหตุ (ร้อยละ 33) อาชญากรรม (ร้อยละ 21) และการควบคุมดูแลราคาสินค้าและบริการ (ร้อยละ 18)

## คาดว่าในปี 2561 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 37.18 – 37.92 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.06 – 7.15 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 2.12 – 2.16 ล้านล้านบาท

- การปรับปรุงด้านการคมนาคม ยังเป็นประเด็นสำคัญที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน โดยเห็นว่าควรเน้นการปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น กรุงเทพ เชียงใหม่ เชียงราย พัทยา

- การพัฒนาด้านการคมนาคมที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการปรับปรุงเรื่องของสนามบิน และการเดินทางเชื่อมต่อจากสนามบินไปยังแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ กระบี่ และภูเก็ต

- ในไตรมาสที่ 1/2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.65 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปี 2560

- ในปี 2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 37.18 - 37.92 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.06 - 7.15 จากปี 2560 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยว 2.12 - 2.16 ล้านบาท

## 1 ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป

**เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง** โดยในไตรมาส 3/2560 มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 4.3 และดัชนีอื่นๆ ยังสะท้อนแนวโน้มขยายตัวดีต่อเนื่อง ขณะที่หน่วยงานเศรษฐกิจต่างๆ มีการปรับประมาณการเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น และคาดว่าในปีหน้าจะขยายตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของการลงทุนภาคเอกชนและโครงการลงทุนขนาดใหญ่ของรัฐบาลที่จะเริ่มต้นในปีหน้า รวมถึงรายได้จากภาคการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่อง

**เศรษฐกิจเอเชียมีแนวโน้มขยายตัวดีต่อเนื่อง** โดยเฉพาะจีนที่แม้อัตราขยายตัวจะชะลอลงจากไตรมาสก่อน แต่เป็นระดับที่ดีกว่าที่ตลาดคาดการณ์ รวมถึงปัญหาเสถียรภาพการเงินที่ผ่อนคลายลง คาดว่ารัฐบาลจีนจะมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นในอนาคต

**อัตราแลกเปลี่ยนเคลื่อนไหวในกรอบแคบ** โดยมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากการที่ตลาดคาดว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ อาจเลื่อนการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบาย

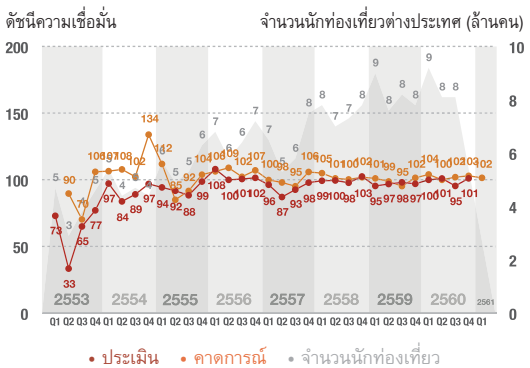
**ราคาน้ำมันดิบปรับเพิ่มขึ้น** หลังประเทศกลุ่ม OPEC และ Non-OPEC ตกลงที่จะขยายระยะเวลาจำกัดปริมาณการผลิตตลอดปี 2561 จากเดิมที่จะสิ้นสุดลงในช่วงเดือนมีนาคม ส่งผลให้อุปทานน้ำมันดิบปรับลดลง

**อัตราเงินเฟ้อปรับเพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมันในตลาดโลก** แต่ยังอยู่ในระดับต่ำ และราคาอาหารสดทยอยปรับสูงขึ้น เนื่องจากผลผลิตบางส่วนได้รับความเสียหายจากฝนตกหนักและมีน้ำท่วมพื้นที่เพาะปลูกในหลายจุด

## 2 ผลการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 600 ราย พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4/2560 เท่ากับ 101 ปรับดีขึ้นกว่าไตรมาสก่อนมาอยู่ในระดับปกติ แต่ต่ำกว่าที่ได้คาดการณ์ไว้ในไตรมาสก่อนเล็กน้อยท่องเที่ยวไทยที่ยังไม่เข้มแข็งมากนัก

ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2553-2560




ในไตรมาส 4/2560 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวดีขึ้นในไตรมาสนี้ มาจากการเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่ดีขึ้นและง่ายขึ้น (ร้อยละ 21) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวและกิจกรรมใหม่ๆ ที่น่าสนใจจาก ททท. (ร้อยละ 17) ซึ่งช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของไทยได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำและต้นทุนการเดินทางอื่นๆ ที่ราคาถูกลงช่วยทำให้การเดินทางท่องเที่ยวง่ายขึ้น (ร้อยละ 17)

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการบางส่วนประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวต่ำกว่าปกติเนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจเป็นตัวฉุดรั้ง ทั้งความไม่มั่นใจต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทย (ร้อยละ 27) และต้นทุนธุรกิจที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 16) อันเป็นผลมาจากเงินเฟ้อ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางส่วนมีความกังวลเกี่ยวกับปัญหาจากแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเริ่มเสื่อมโทรม (ร้อยละ 21) มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ (ร้อยละ 15) ขาดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ (ร้อยละ 15) และกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวไม่น่าสนใจ (ร้อยละ 16)

**ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 1/2561 เท่ากับ 102** เป็นการคาดการณ์ในระดับดีกว่าปกติเล็กน้อยอย่างต่อเนื่อง และใกล้เคียงกับการคาดการณ์ไตรมาสก่อนๆ เนื่องจากคาดว่าจะยังมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย รวมถึงนโยบายการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวจาก ททท. จะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวของไทยให้ดีขึ้น ส่วนปัจจัยที่ผู้ประกอบการยังมีความกังวลในไตรมาสหน้า ได้แก่ ต้นทุนที่จะปรับเพิ่มขึ้น และสถานการณ์ทางการเมืองที่อาจแย่ลง

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ปรับเป้าธุรกิจในไตรมาสหน้า (ร้อยละ 42) และไม่ได้มีการลงทุนเพิ่มเติมเป็นพิเศษหรือจ้างแรงงานเพิ่มเติม (ร้อยละ 50) แต่มีการวางแผนดำเนินกลยุทธ์ใหม่ๆ บ้างเล็กน้อย (ร้อยละ 23) กลยุทธ์ที่นิยมใช้ยังเป็นการทำการตลาดผ่าน social network การใช้ระบบ IT เข้ามาช่วยให้ข้อมูลและประชาสัมพันธ์ และการทำโปรโมชั่นลดราคาพิเศษ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 40) มีแผนจะปรับขึ้นราคาสินค้าในช่วงไตรมาสหน้า

ในประเด็นเกี่ยวกับระบบคมนาคมด้านการท่องเที่ยวของไทย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินว่าระบบคมนาคมด้านการท่องเที่ยวของไทยยังอยู่ในเกณฑ์แย่ (ร้อยละ 37) พื้นที่ที่ควรได้รับการปรับปรุงมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพฯ (ร้อยละ 24) เชียงใหม่ กระบี่ และหัวหิน (ร้อยละ 22) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเห็นว่าควรเร่งปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะมากที่สุดในทุกจังหวัด โดยเห็นว่าควรเร่งปรับปรุงให้ระบบขนส่งมีความครอบคลุมพื้นที่ เพิ่มความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ และพัฒนาระบบข้อมูลให้ง่ายต่อการเข้าถึง ยกเว้นจังหวัดเชียงใหม่ กระบี่และภูเก็ตที่เห็นว่าควรปรับปรุงระบบการเดินทางทางอากาศและการเดินทางเชื่อมต่อจากสนามบินเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับปัญหาในเรื่องความหนาแน่นของผู้โดยสารในหลายสนามบิน และขีดจำกัดในการรองรับของสนามบินที่ได้มีการเปิดเผยก่อนหน้านี้

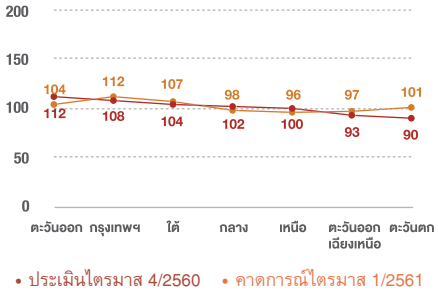
ผู้ประกอบการมีการนำระบบ IT มาใช้ในธุรกิจเพิ่มมากขึ้น โดยส่วนใหญ่จะใช้ในการบริการข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว ระบบการจองที่พักและบริการ และการติดต่อสื่อสารโดยตรงกับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้พบว่ายังมีปัญหาและอุปสรรคในด้านความรู้เรื่องการออกแบบเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของธุรกิจ และการออกแบบระบบรองรับที่เหมาะสม รวมไปถึงความรู้ความสามารถของบุคลากรที่ยังไม่เพียงพอ เพื่อแก้ไขปัญหาในจุดนี้ ผู้ประกอบการต้องการการสนับสนุนในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นระบบฐานข้อมูลจากภาครัฐ เช่น ระบบขนส่ง ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับที่พักหรือบริการ รวมไปถึงระบบการประชาสัมพันธ์และการตลาด และการติดต่อกับนักท่องเที่ยวโดยตรง

## 2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามภูมิภาค

ไตรมาสที่ 4/2560 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติ โดยผู้ประกอบการในภาคตะวันออก กรุงเทพฯ และภาคใต้ประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติค่อนข้างมาก ขณะที่ผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันตกประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติเล็กน้อย

สำหรับไตรมาสที่ 1/2561 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวคาดการณ์สถานการณ์ธุรกิจแตกต่างกันไป โดยในภาคตะวันออก กรุงเทพฯ และภาคใต้ประเมินสถานการณ์ดีต่อเนื่องจากไตรมาส 4/2560 ขณะที่ผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติเล็กน้อย

ภาพที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ
ธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค

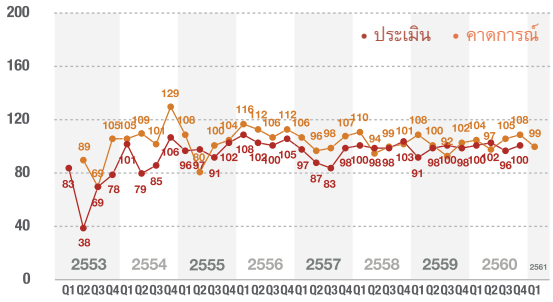



## 2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทธุรกิจ

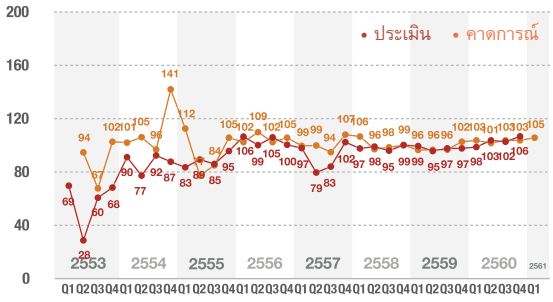
ไตรมาสที่ 4/2560 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวแตกต่างกันไป โดยธุรกิจนำเที่ยวประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติค่อนข้างมาก ทั้งธุรกิจนำเที่ยวขาเข้า (108) และธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (104) ขณะที่ธุรกิจขนส่งและธุรกิจร้านขายของที่ระลึกเป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ ส่วนธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร สปาและนวด และธุรกิจอื่นๆ ประเมินสถานการณ์ใกล้เคียงปกติ

**สำหรับการคาดการณ์ในไตรมาส 1/2561 ผู้ประกอบการเกือบทุกกลุ่มคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าปกติ ยกเว้นกลุ่มธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจสปา ซึ่งเป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ**

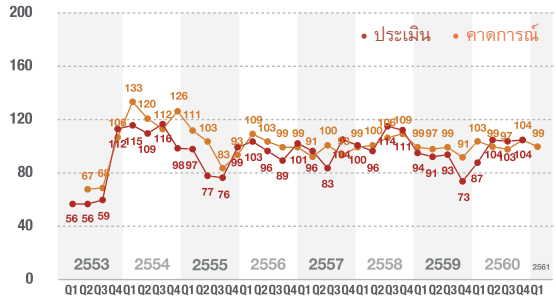
ภาพที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจโรงแรม



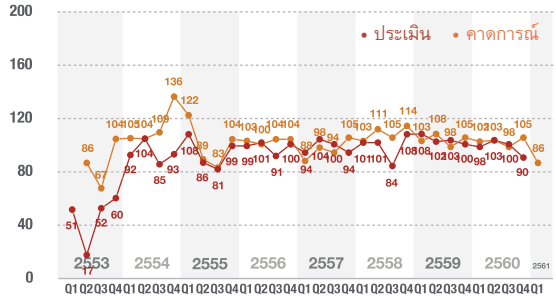

ภาพที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจนำเที่ยว



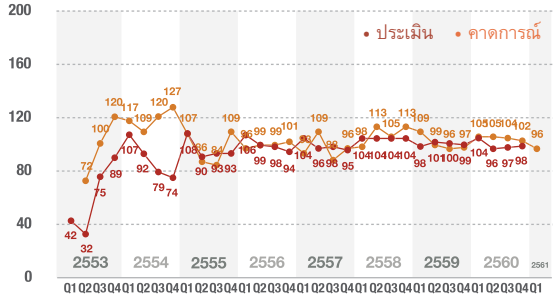

ภาพที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจขนส่ง



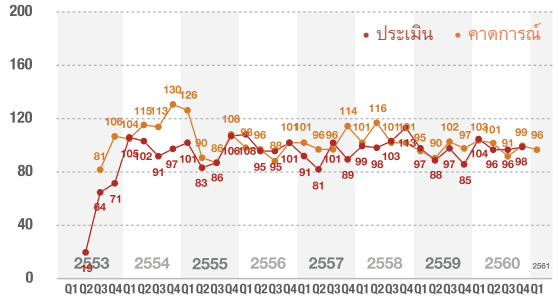

ภาพที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และร้านค้าทั่วไป



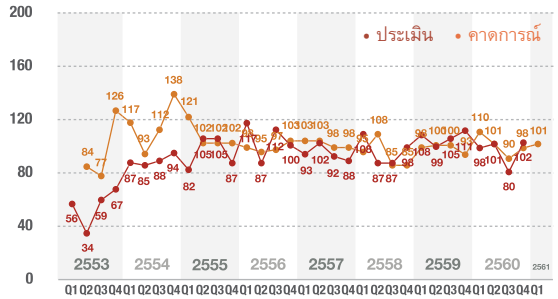
ภาพที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหาร และเครื่องดื่ม




ภาพที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจสปาและนวด




ภาพที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง




## 3 ผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

### 3.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

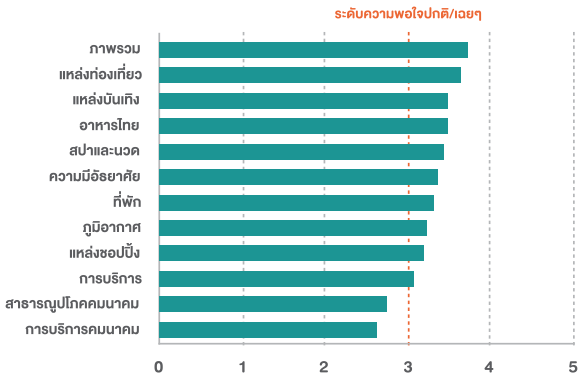
จากการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 4/2560 จำนวน 350 ราย พบว่าส่วนใหญ่ (ร้อยละ 53) มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศล่วงหน้าที่สั้นกว่า 3 เดือน แบ่งเป็นการวางแผนในช่วง 1-3 เดือน (ร้อยละ 23) 2 อาทิตย์ถึง 1 เดือน (ร้อยละ 19) และน้อยกว่า 2 อาทิตย์ (ร้อยละ 11) การมาเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นการเยี่ยมเยือนไทยซ้ำ (repeat visitor สัดส่วนร้อยละ 57) และเป็นการมากับกรุปทัวร์หรือผ่านตัวแทนท่องเที่ยว (ร้อยละ 71) ส่วนใหญ่ใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 1 อาทิตย์ (ร้อยละ 53)

เป้าหมายหลักในการมาเที่ยวไทยคือเพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 37) ส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน (ร้อยละ 30) และคู่สามี/ภรรยา (ร้อยละ 23) แหล่งข้อมูลที่นิยมใช้ในการหาข้อมูลท่องเที่ยว ได้แก่ อินเตอร์เน็ต (ร้อยละ 27) และตัวแทนท่องเที่ยว (ร้อยละ 20) กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ ได้แก่ การเยี่ยมชมธรรมชาติ (ร้อยละ 51) นวดและสปา (ร้อยละ 41) และการเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 41)

**ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย คือ ราคาที่คุ้มค่า (ร้อยละ 36)** อาหารไทย (ร้อยละ 35) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 34) และวัฒนธรรมไทยและศาสนา (ร้อยละ 31)

**นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 59 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทยในไตรมาสนี้ หรือคิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 3.73** (คะแนนเต็ม 5) ลดลงจากไตรมาสที่แล้ว โดยนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในเกือบทุกด้าน เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (คะแนน 3.65) แหล่งบันเทิง (คะแนน 3.48) อาหารไทย (คะแนน 3.47) สปาและนวด (คะแนน 3.43) และด้านอื่นๆ ยกเว้นด้านการคมนาคมที่ยังไม่เป็นที่พึงพอใจ ทั้งด้านสาธารณูปโภคคมนาคม (ถนน รถไฟ) และด้านคุณภาพการบริการ (แท็กซี่) ซึ่งเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่พอใจมาโดยตลอด

ภาพที่ 10 คะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตรมาส 4/2560

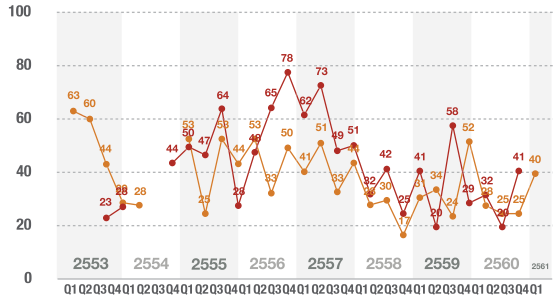



ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าระบบคมนาคมควรมีการปรับปรุงในหลายพื้นที่ ทั้งในกรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย พัทยา โดยควรเน้นการปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะทางบก (รถไฟ รถประจำทาง) ด้วยการเพิ่มความปลอดภัย และความสะดวกสบายในการเดินทาง นอกจากนี้ เมื่อถามถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศด้านการคมนาคม นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่ายังควรมีการปรับปรุงอีกมาก ทั้งระบบการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลวิธีการเดินทาง และระบบการจองการเดินทางผ่านระบบออนไลน์

### 3.2 นักท่องเที่ยวไทย

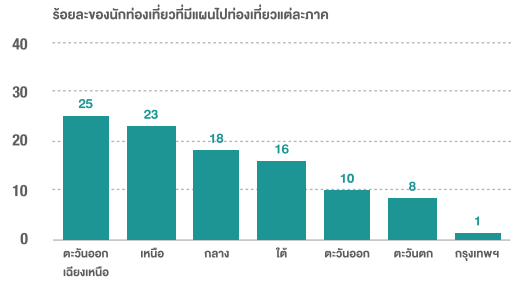
จากการสำรวจนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 350 รายทั่วประเทศพบว่า **นักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ 4/2560 ประมาณร้อยละ 41** สูงกว่าที่วางแผนจากไตรมาสก่อน แต่ยังคงต่ำกว่าสัดส่วนในระยะเดียวกันของปีก่อนค่อนข้างมาก **ขณะที่ในไตรมาส 1/2561 นักท่องเที่ยวไทยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศร้อยละ 41** ต่ำกว่าในไตรมาสเดียวกันปีก่อนเช่นกัน สะท้อนแนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่ยังไม่กลับสู่ระดับปรกติ โดยส่วนใหญ่ยังคงวางงบประมาณที่จะใช้ในการท่องเที่ยวในไตรมาสหน้าใกล้เคียงกับไตรมาสนี้ (ร้อยละ 58)

ภาพที่ 11 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางและมีแผนในการเดินทางในประเทศ




ไตรมาสหน้า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่วางแผนเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่ห่างไกลต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางหรือการเดินทางทางอากาศ (ร้อยละ 47) จุดหมายที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไตรมาสที่ 1/2561 ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 25) ภาคเหนือ (ร้อยละ 23) และภาคกลาง (ร้อยละ 18)

ภาพที่ 12 จุดหมายนักท่องเที่ยวไทยไตรมาสที่ 1/2561




**ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม (ร้อยละ 48)** ความปลอดภัย (ร้อยละ 47) ที่พักที่น่าสนใจ (ร้อยละ 42) และราคาสินค้าที่ไม่แพง (ร้อยละ 41) แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดยังคงเป็นอินเตอร์เน็ต (ร้อยละ 70) และครอบครัว (ร้อยละ 45)

**นักท่องเที่ยวไทยมีความเห็นสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวต่างชาติว่าควรมีการปรับปรุงระบบคมนาคมในพื้นที่ท่องเที่ยวหลายจังหวัด ทั้งในกรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย พัทยา** โดยเห็นว่าควรเน้นการปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะทางบก (รถไฟ รถประจำทาง) เช่นเดียวกัน

ด้านการใช้แอปพลิเคชันและระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว **นักท่องเที่ยวไทยเห็นว่าแอปพลิเคชันที่จะมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ แอปพลิเคชันด้านข้อมูลการเดินทาง ข้อมูลที่พักและสถานที่ท่องเที่ยว** แต่ที่ผ่านมายังประสบปัญหาและยังไม่พึงพอใจกับระบบสารสนเทศในการค้นหาข้อมูลในด้านดังกล่าว และต้องการให้ผู้ประกอบการปรับปรุง

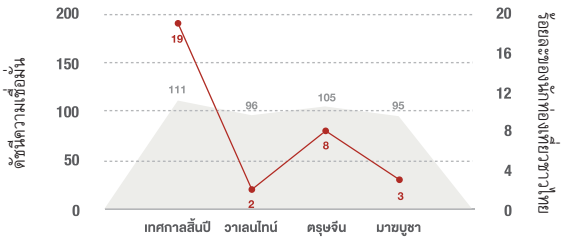
นอกจากระบบการค้นหาข้อมูลที่สะดวกแล้ว **นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข้อมูลในระบบที่ควรมีการอัพเดทอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน** เพื่อความถูกต้องของข้อมูล ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการดูแลอัพเดทข้อมูลอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือไปจากการพัฒนาระบบให้มีความสะดวกและเข้าถึงง่าย

ในไตรมาสที่ 4/2560 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 16 มีการท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่อยู่ที่ร้อยละ 9 สอดคล้องกับการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ ส่วนในไตรมาส 1/2561 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 20 มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการออกไปท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล

## 4 การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 1/2561

ไตรมาส 1/2561 เป็นช่วงที่มีวันหยุดเทศกาลจำนวนมาก ได้แก่ เทศกาลปีใหม่ วันมาฆบูชา วันวาเลนไทน์ และวันตรุษจีน โดยสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนออกมาท่องเที่ยวในช่วงวันปีใหม่ปรับลดลงจากปีก่อน อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวปีใหม่จะดีกว่าปกติ ขณะที่ช่วงเทศกาลอื่นๆ ในไตรมาส 1/2561 มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนออกมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนเล็กน้อย

ภาพที่ 13 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 1/2561




นักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลปีใหม่ ส่วนใหญ่วางแผนออกเดินทางตั้งแต่วันที่ 28 ธ.ค. 60 (ร้อยละ 38) และจะเดินทางกลับหลังวันพุธที่ 3 ม.ค. 61 (ร้อยละ 29) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 48) และเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ (ร้อยละ 21) ลักษณะการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวกับครอบครัว (ร้อยละ 38) และกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 22) โดยมักจะเลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 38) และเครื่องบิน (ร้อยละ 33) กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่เป็นการช็อปปิ้ง (ร้อยละ 43) เที่ยวทะเล (ร้อยละ 38) และการผจญภัย (ร้อยละ 36) และมักจะเลือกพักบ้านคนรู้จัก (ร้อยละ 26) รีสอร์ทและโรงแรม (ร้อยละ 24) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรมีการดูแลและปรับปรุงเรื่องของอุบัติเหตุ (ร้อยละ 33) อาชญากรรม (ร้อยละ 21) และการควบคุมดูแลราคาสินค้าและบริการ (ร้อยละ 18)

## 5 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติไตรมาสที่ 1/2561

**ในปี 2560 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 35.39 ล้านคน** เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.59 จากปี 2559 (มากกว่าที่คาดการณ์ไว้ในช่วงต้นปีประมาณ 9 หมื่นคน) และ**มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.84 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.49 จากปี 2559** (น้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ในช่วงต้นปีประมาณ 2 หมื่นล้านบาท)

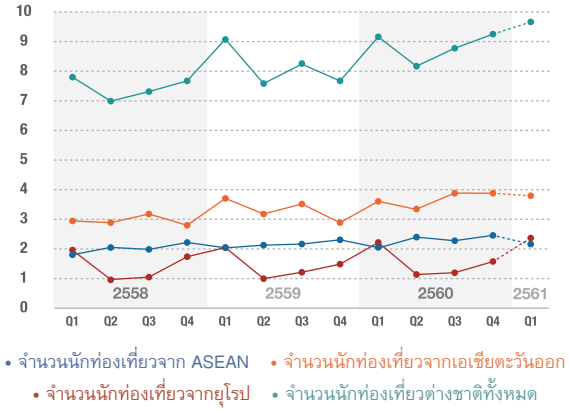
ตารางที่ 1 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ
รายไตรมาส ปี 2559 - 2561

| 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 | 9.65 | 5.00 | 550,070 |
| 2 | 7.55 | 8.13 | 8.90 | 9.47 | 507,320 |
| 3 | 8.23 | 8.78 | 9.43 | 7.40 | 537,530 |
| 4 | 7.77 | 9.29 | 9.57 | 3.01 | 545,510 |
| รวม | 32.59 | 35.39 | 37.55 | 6.10 | 2,140,430 |

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

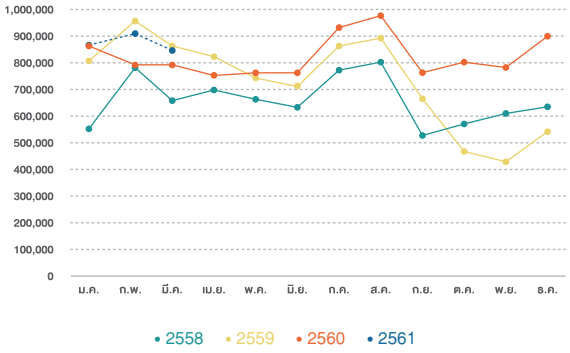
**จากสถานการณ์ในปัจจุบัน คาดว่าในไตรมาสที่ 1/2561 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.65 ล้านคน** เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากไตรมาส 1/2560 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากอาเซียน 2.15 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.86 นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก (รวมจีน) 3.83 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.18 และนักท่องเที่ยวจากยุโรปจะอยู่ที่ 2.35 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.57 จากไตรมาส 1/2560

ภาพที่ 14 จำนวนนักท่องเที่ยวรวมและรายภูมิภาค
รายไตรมาส ปี 2558 — 2561




สำหรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวจีนนั้น ในไตรมาสที่ 3/2560 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจีน 2.68 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.03 จากไตรมาสที่ 3/2559 แต่ในเดือนตุลาคมมีนักท่องเที่ยวจีน 805,574 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 69.83 จากช่วงเดียวกันของปี 2559 และคาดว่าในไตรมาส 4/2560 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนรวมทั้งสิ้น 2.43 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 68.75 จากไตรมาสที่ 4/2559 ทำให้คาดว่าในปี 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนทั้งสิ้น 9.88 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.79 จากปี 2559 และในไตรมาสที่ 1/2561 นั้น คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจีน 2.62 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.58 จากไตรมาสที่ 1/2560

ภาพที่ 15 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนรายเดือน ปี 2558-2561



## 6 สรุปและข้อเสนอแนะ

สถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2561 คาดว่ายังอยู่ในระดับปกติอย่างต่อเนื่อง และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ปัจจัยบวกที่สำคัญคือสภาพเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศที่เริ่มฟื้นตัว จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังเพิ่มขึ้น และการเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่สำคัญ

### 6.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1 **พัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งในแง่ของการครอบคลุมและคุณภาพของการให้บริการ** โดยเฉพาะในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ปรับปรุงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน หรือระบบราง ให้ปลอดภัยในการใช้งาน โดยเฉพาะในพื้นที่การท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพ เชียงใหม่ และพัทยา
- พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน ครอบคลุมทั้งการเดินทางภายในและระหว่างแหล่งท่องเที่ยว
- พัฒนาสนามบินและการเชื่อมต่อระหว่างสนามบินและแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวก และเพียงพอต่อปริมาณผู้โดยสาร โดยเฉพาะในพื้นที่ เชียงใหม่ กระบี่ และภูเก็ต
- สร้างแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ที่สามารถจองหรือตรวจสอบข้อมูลการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้โดยง่ายและมีความชัดเจน
- กำกับดูแลคุณภาพและบริการของผู้ควบคุมยานพาหนะประเภทต่างๆ ให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การควบคุมดูแลจัดระเบียบรถสาธารณะที่มีอยู่เดิม และสนับสนุนให้ท้องถิ่นและภาคเอกชนมีการดำเนินการในการบริการรถสาธารณะ
- พัฒนาการระบบการเดินทางทางน้ำ และท่าเทียบเรือให้ได้มาตรฐานและความปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน

2 **พัฒนาระบบฐานข้อมูล และระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว** เพื่อตอบสนองต่อการใช้งานด้านเทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

- พัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ให้มีรายละเอียดที่ถูกต้องครอบคลุม และมีการอัพเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาการเข้าถึงข้อมูลด้านการเดินทาง ที่พัก แหล่งท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ทั้งแอปพลิเคชันบนมือถือ เว็บไซต์ หรือตู้ให้บริการข้อมูล
- ส่งเสริมภาคเอกชนและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบฐานข้อมูลธุรกิจการท่องเที่ยว
- ส่งเสริมช่องทางให้ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาต่อไป
- ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ ความเข้าใจและสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในธุรกิจของตนเองอย่างเหมาะสม

3 **ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพสถานที่ท่องเที่ยว และสถานประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยว มีการกำหนดมาตรฐานและติดตามการปฏิบัติตามมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ**

- การพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับพื้นที่ และพัฒนากลไกในการตรวจสอบและติดตามมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว
- ดำเนินมาตรการเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการโรงแรม มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้องสะดวกต่อการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐาน และจัดให้มีสิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้อง

### 6.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

1 **มีการพัฒนาระบบฐานข้อมูล และอัพเดตข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการให้ทันสมัย** และเปิดช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

2 **พัฒนาคุณภาพการให้บริการของตนเองให้อยู่ในมาตรฐานสากล** โดยเฉพาะด้านความสะอาด ความปลอดภัย และด้านราคา เพื่อสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

3 ควรมีการพัฒนาสินค้า และบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างจุดขายของตนเองให้มากยิ่งขึ้น และช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของตนเองให้ได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ให้เกิดประโยชน์

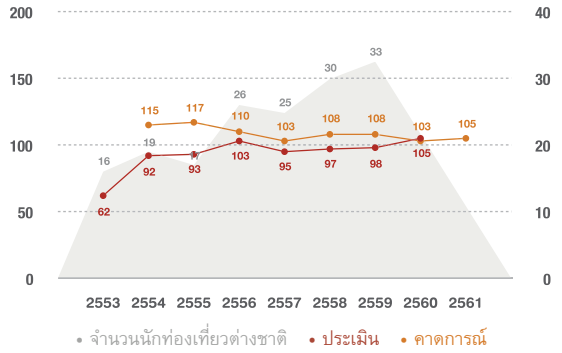
## 7 สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2560 และคาดการณ์ปี 2561

### 7.1 ผู้ประกอบการ

สถานการณ์ในภาพรวมปี 2560 ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติเล็กน้อย (105) ปรับดีขึ้นจากปีก่อน (98) ที่มีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวไทย เช่น การจัดระเบียบทัวร์ผิดกฎหมายในช่วงปลายปี 2559 ซึ่งเหตุการณ์ต่างๆ ค่อยๆ คลี่คลายลงในในปี 2560 ประกอบกับมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญมาจากการมีสายการบินราคาถูกช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ร้อยละ 17) เศรษฐกิจไทยที่ฟื้นตัวดีขึ้นบางจากปีก่อน (ร้อยละ 17) ส่งผลให้ปี 2560 เป็นปีที่ภาคการท่องเที่ยวขยายตัวได้ดี

สำหรับในปี 2561 ผู้ประกอบการคาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวดีกว่าปกติเล็กน้อย (105) สะท้อนมุมมองผู้ประกอบการที่ประเมินว่าภาคการท่องเที่ยวจะดีขึ้นต่อเนื่อง โดยยังมีปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวมาจากการขยายตัวต่อเนื่องของสายการบินต้นทุนต่ำ (ร้อยละ 18) รวมถึงเศรษฐกิจที่คาดว่าจะฟื้นตัวชัดเจนขึ้น ทั้งเศรษฐกิจไทย (ร้อยละ 18) และเศรษฐกิจโลก (ร้อยละ 16)

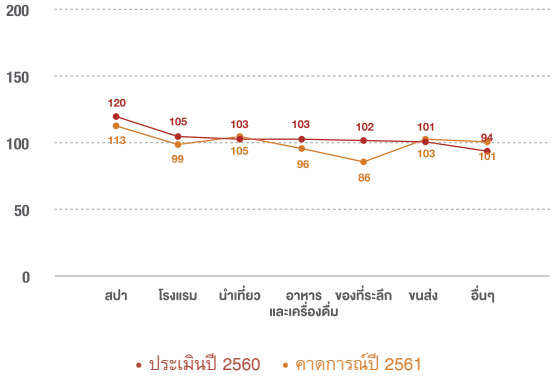
ภาพที่ 16 ดัชนีความเชื่อมั่นการท่องเที่ยวประเทศไทยปี 2553-2561



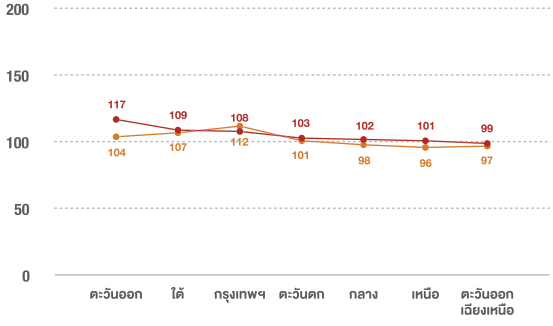

เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทธุรกิจพบว่า ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ปี 2560 ดีกว่าปกติในทุกธุรกิจ ยกเว้น ผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ (สวนสนุก ธีมปาร์ค) ที่ประเมินสถานการณ์ปี 2560 ต่ำกว่าปกติ (94) โดยหากพิจารณาเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมพบว่า โรมแรมระดับบน (ราคาห้องพักมากกว่า 3 พันบาท) จะประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติ (112) ดีกว่ากลุ่มโรมแรมระดับกลาง-ล่าง (103) ในขณะที่ในปี 2561 ผู้ประกอบการธุรกิจคาดการณ์สถานการณ์แตกต่างกันไปตามแต่ธุรกิจ โดยธุรกิจสปาและธุรกิจนำเที่ยวเป็นกลุ่มที่คาดการณ์สถานการณ์ดีที่สุด

ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในปี 2560 ดีกว่าหรือใกล้เคียงปกติในทุกภูมิภาค โดยภาคตะวันออก ภาคใต้และกรุงเทพฯ เป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติค่อนข้างมาก สำหรับในปี 2561 ผู้ประกอบการคาดการณ์สถานการณ์แตกต่างกันไปในแต่ละภาคเช่นกัน โดยผู้ประกอบการณ์ที่คาดการณ์สถานการณ์ปี 2561 ต่ำกว่าภาวะปกติจะกระจุกตัวอยู่ในภาคกลาง ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขณะที่ผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ เป็นกลุ่มที่คาดการณ์สถานการณ์ปีหน้าดีที่สุด (112)

ภาพที่ 17 ดัชนีความเชื่อมั่นการท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2560 และ 2561 แบ่งตามประเภทธุรกิจ




ภาพที่ 18 ดัชนีความเชื่อมั่นการท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2560 และ 2561 แบ่งตามภูมิภาค

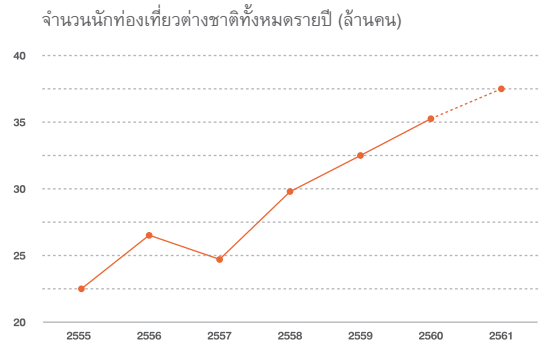


### 7.1 จำนวนนักท่องเที่ยว

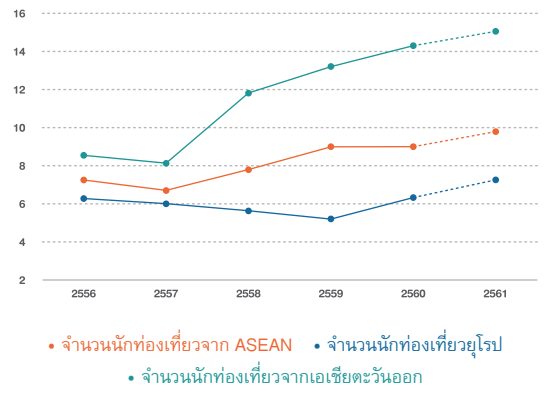
จำนวนนักท่องเที่ยวจากสถิติของกรมการท่องเที่ยว ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2560 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 28.82 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.69 จากช่วงเดียวกันของปี 2559 โดยนักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาคมีอัตราที่เพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.25 **โดยในปี 2560 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมทั้งปี 35.39 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.59 จากปี 2559** และจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.84 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.49 จากปี 2559

**โดยคาดว่าในปี 2561 หากไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติใดๆ จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 37.18 — 37.92 ล้านคน** (ค่าเฉลี่ย 37.55 ล้านคน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.06 — 7.15 จากปี 2560 (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 6.10) และจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.12 — 2.16 ล้านล้านบาท (ค่าเฉลี่ย 2.14 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.21 — 17.39 จากปี 2560 (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 16.30)

ภาพที่ 19 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2555 — 2561 (ล้านคน)




ภาพที่ 20 จำนวนนักท่องเที่ยวรายภูมิภาค ปี 2555 — 2561 (ล้านคน)




ค่าคาดการณ์ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมในปี 2561 สูงขึ้นค่อนข้างมากเป็น 57,002.13 บาทต่อหัว ซึ่งทำให้ค่าคาดการณ์การเติบโตของรายได้รวมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดสูงมากกว่าการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด

ตารางที่ 2 คาดการณ์ค่าใช้จ่ายและรายได้
จากนักท่องเที่ยวต่างชาติรายภูมิภาค ปี 2561

| ภูมิภาค | ค่าใช้จ่ายต่อหัว (บาท) | จำนวนนักท่องเที่ยว[p] (ล้านคน) | รายได้รวม[p] (ล้านบาท) |
|---|---|---|---|
| เอเชียตะวันออก (ไม่รวมจีน) | 47,515.19 | 4.66 | 266,770 |
| จีน | 55,326.65 | 10.45 | 594,532 |
| อาเซียน | 33,285.70 | 9.84 | 560,901 |
| ยุโรป | 84,789.95 | 7.23 | 412,125 |
| อื่นๆ | 74,569.78 | 5.37 | 306,101 |
| รวม | 57,002.14 | 37.55 | 2,140,430 |

หมายเหตุ: - p แทนค่าคาดการณ์จากแบบจำลองโดยผู้วิจัยโดยใช้ค่าเฉลี่ยจากการคาดการณ์เป็นช่วง
- ค่าใช้จ่ายต่อหัวของแต่ละภูมิภาคในปี 2561 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยของแต่ละภูมิภาคในปี 2560
- ค่าใช้จ่ายต่อหัวรวม คำนวณจากค่าใช้จ่ายต่อหัวในแต่ละภูมิภาคเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักด้วยสัดส่วนนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

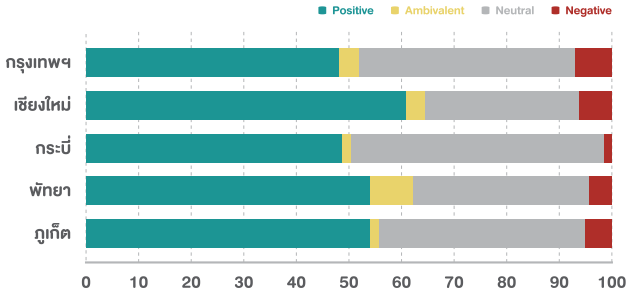
## 8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์

รายงานสรุปสถานการณ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลที่ได้นำมาใช้ผ่านระบบการจัดการข้อมูล “Big Data”ดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ (Social Media) โดยเป็นข้อมูลที่ได้มีการโพสต์หรือแชร์ เป็นภาษาอังกฤษโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ “AI” ในการประมวลผลดัชนีความพึงพอใจสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยว โดยทางสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยแห่งประเทศไทยร่วมกับบริษัท ไมนด์ทรี ได้ทำการพัฒนาโมเดลและระบบปัญญาประดิษฐ์ให้สอดคล้องกับดัชนี World Economic Forum Travel & Tourism Competitiveness Index จากการประมวลผลข้อมูล ในไตรมาส 4 ปี 2560 พบว่าข้อมูลส่วนใหญ่มีการพูดถึง 3 เมืองหลัก คือ กรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต (หากเทียบในช่วงไตรมาส 3 เห็นว่าข้อมูลส่วนใหญ่จะมาจาก กรุงเทพฯ ภูเก็ต และกระบี่) โดย ธีมหลักที่นักท่องเที่ยวพูดถึงเป็นเรื่องของ “อาหาร” ซึ่งตรงกับแนวทางการตลาดทางด้าน Gastronomy และ Street Food ที่ทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เน้นเป็นอย่างมากในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2560 สืบเนื่องจากผลจากการวิเคราะห์ในไตรมาสที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวที่วางแผนจะมาไทยมักจะเปรียบเทียบประเทศไทยกับบาหลี จึงได้มีการปรับแก้โมเดลโดยดึงข้อมูลเพิ่มเติมคือ “บาหลี” ในการวิเคราะห์ไตรมาสนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่พูดถึงบาหลีจะเน้นการพูดถึงเรื่องการปิดสนามบินเนื่องจากเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ภูเขาไฟที่บาหลีระเบิด และยังมีผลกระทบไปถึงการยกเลิกเที่ยวบินและยกเลิกการจองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาเยือนประเทศไทยในไตรมาส 4 นั้น ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย

ตารางที่ 3 ข้อมูลจากไตรมาสที่ 3 ปี 2560

| | Positive Sentiment (ร้อยละ) | Negative Sentiment (ร้อยละ) |
|---|---|---|
| กรุงเทพ | 81 | 19 |
| พัทยา | 76 | 24 |
| เชียงใหม่ | 85 | 15 |
| ภูเก็ต | 93 | 7 |
| กระบี่ | 96 | 4 |

ภาพที่ 21




ในไตรมาส 4 นี้ทางโครงการได้พัฒนาโมเดลและระบบให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ที่ละเอียดขึ้นโดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์ทัศนคติเป็น 4 ระดับ คือ Positive (สีเขียว) Negative (สีแดง) Ambivalent (สีเหลือง) และ Neutral (สีเทา) จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ในไตรมาส 4 ปี 2560 นักท่องเที่ยวพูดถึงภูเก็ต และกระบี่ในทัศนคติเป็นบวกมากสุดโดยเฉพาะในมุมมองของโรงแรมและการบริการ ในส่วนกรุงเทพกลับมีคนพูดถึงในเชิงบวกลดลง ผลอาจจะมาจากการกระจายตัวของกลุ่ม Segment นักท่องเที่ยวต่างๆ ที่ต่างกันจึงมีความเห็นที่ต่างกัน โดยในการศึกษาวิเคราะห์ในไตรมาสนี้ได้นำข้อมูลบาหลีมาวิเคราะห์เพิ่ม และมีข้อสรุปจากการประเมินว่า บาหลีมีดัชนีวัดความพึงพอใจต่ำหากเทียบกับจังหวัดท่องเที่ยวในเมืองไทย (เหตุจากภูเขาไฟระเบิด)

ตัวอย่างของเนื้อหาที่เป็นที่นิยมและมีการพูดถึงเป็นจำนวนมาก ได้แก่ คาเฟ่หมา Huskies คาเฟ่ Unicorn ซึ่งมีการแชร์ เป็นจำนวนมากในเฟซบุ๊คผ่านเพจของ Yahoo! จนต่างชาติมองว่าเป็นเรื่องน่าสนใจและเป็นการเปิดอีกมุมมองของเมืองกรุงเทพ ส่วนตัวอย่างของโพสต์ที่มีการแชร์ กันในเชิงลบได้แก่ ข่าวการเจองูเหลือมในห้องน้ำที่กรุงเทพ จนทำให้หลายคนมองว่ากรุงเทพเป็นเมืองที่อันตรายไม่น่าไปเยือน (การแชร์ข่าวของสำนักงานข่าว New York Times) นอกเหนือจากนั้น กระแสของการพูดถึงเรื่อง Street Food อาหารเจที่ภูเก็ต การเปรียบเทียบประเทศไทยและบาหลี รวมไปถึงข่าวอื้อฉาวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเปลือยกายท่อนล่างถ่ายภาพหน้าวัด (ซึ่งเป็นข่าวใหญ่ไปทั่วโลก จนกระทั่งโดนลบบัญชี Instagram) เป็นต้น นอกเหนือจากนั้นวีดีโอทางสื่อ Youtube ถือเป็นข้อดีสำหรับการเกษียณในประเทศไทย โดยวีดีโอที่แนะนำการใช้ชีวิตในประเทศไทยสำหรับชาวต่างชาติ วีดีโอเชิญชวนคนอินเดียให้มาท่องเที่ยวเมืองไทย และวีดีโออาหาร (เฝอชามยักษ์) และอาหารใต้ โดยทั้งสองวีดีโอนั้นดำเนินรายการชิมโดยชาวต่างชาติ แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนผ่านการทำเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ดีขึ้น และเป็นการส่งเสริม User Generated Content (UGC) ที่จะเป็นประโยชน์มากต่อการท่องเที่ยวไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยค่านวณจากผลการสำรวจตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนรวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการส่ารวจรายไตรมาสและรายปี เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้วางแผนนโยบาย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยยังแยกได้ตามภูมิภาคและประเภทธุรกิจ

การค่านวณดัชนีกระท่าโดยการถามค่าถามผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกๆไตรมาส โดยใช้ค่าถามหลัก ตามแนวทางของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่

- ท่านประเมินผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรจะเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
- ท่านคิดว่าผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสที่จะถึงนี้จะเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าควรจะเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี

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

สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 4 ปี 2560 นี้ ดำเนินการสำรวจในช่วงเดือนพฤศจิกายน มีตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวรวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องตอบแบบสอบถามทั้งหมด 600 ราย ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวมีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 350 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 350 ราย

ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 1/2559 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนผู้ประกอบการที่ใช้ในการสำรวจ เพื่อให้สามารถสะท้อนสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศที่เกิดขึ้นจริงมากยิ่งขึ้น โดยตัดการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) ออก และเพิ่มสัดส่วนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและนำเที่ยว (Domestic และ Inbound) และมีการปรับสัดส่วนผู้ประกอบการในแต่ละภูมิภาคให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ดังนั้น ดัชนีความเชื่อมั่นที่ได้จากการสำรวจในไตรมาสที่ 1/2559 อาจจะไม่ต่อเนื่องกับดัชนีที่ได้มีการสำรวจก่อนหน้า


**ติดตามข่าวสารโครงการได้ที่**

**WWW.THAILANDTOURISMCOUNCIL.ORG**

**สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)**

**INFO@THAILANDTOURISMCOUNCIL.ORG**



TOURISM COUNCIL OF THAILAND
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

TOURISM AUTHORITY OF THAILAND

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar of the Kingdom