

THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวในประเทศไทย

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

โครงการการรายงานและพยากรณ์
สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
และความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

โครงการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) และคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อคาดการณ์ และสะท้อนถึง สถานการณ์ท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต (รายไตรมาส) และเผยแพร่ ให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้ เพื่อที่จะได้เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ที่จะเกิดขึ้นได้ โดยการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วนได้แก่ • ภาพรวมสถานการณ์ ทัวไป • ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวธุรกิจการท่องเที่ยว • ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ • การท่องเที่ยว ช่วงเทศกาล • การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ • ข้อเสนอแนะ

การอ่านค่าดัชนี — ดัชนีความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0 — 200 โดย

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



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar of the Kingdom

ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ในไตรมาสที่ 1/2561 เท่ากับ 101 อยู่ในระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ ในไตรมาสที่ 2/2561 เท่ากับ 100 ใกล้เคียงกับ การคาดการณ์ในไตรมาสก่อน

ไตรมาส 2/2561 คาดว่าจะมี นักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.10 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.93 จากปีก่อน

คาดว่าในปี 2561 จะมี นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 38.63 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.16 จากปีก่อน และมีรายได้ อยู่ที่ 2.14 ล้านล้านบาท

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2561 เท่ากับ 101 เท่ากับในไตรมาสก่อน ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 2/2561 เท่ากับ 100 เป็นการคาดการณ์ในระดับปกติ
- ผู้ประกอบการร้อยละ 43 มีการปรับเพิ่มเป้าหมายผลประกอบการในไตรมาสหน้า (เทียบกับในไตรมาสก่อนๆ ที่ประมาณร้อยละ 20-30) และบางส่วนวางแผนที่จะปรับเพิ่มราคาสินค้าไปพร้อมๆ กับเพิ่มการจ้างงานและการลงทุน
- ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวบางส่วนระบุว่าจะได้รับผลกระทบจากประกาศปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำที่จะมีผลบังคับใช้ ในช่วงไตรมาสหน้าทำให้ธุรกิจแยลง (ร้อยละ 36) ขณะที่นักท่องเที่ยวมีความกังวลต่อราคาสินค้าที่อาจปรับสูงขึ้นจากนโยบายดังกล่าว และอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่รู้จักนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง แต่ยังไม่ทราบวิธีหรือไม่สามารถออกไปกำกับภาษีได้ (ร้อยละ 26) และอีกส่วนหนึ่งประเมินว่าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 18)
- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนจะทำให้ธุรกิจของตนเองดีขึ้น (ร้อยละ 41) จากการทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น และนักท่องเที่ยวใช้เวลาเที่ยวในพื้นที่นานขึ้น
- ในไตรมาสที่ 2/2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.10 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.93 จากปี 2560 และคาดว่าในปี 2561 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 38.63 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.16 จากปีก่อน

1 ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไป

เศรษฐกิจโลกขยายตัวต่อเนื่อง นำโดยสหรัฐฯ และกลุ่มประเทศยุโรปที่ฟื้นตัวอย่างชัดเจน ส่งผลให้การส่งออกของเอเชียปรับตัวดีขึ้นตาม

ตลาดการเงินมีความผันผวน จากเศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่ฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งและอัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มสูงขึ้น คาดว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ จะปรับอัตราดอกเบี้ยขึ้นในปี 3-4 ครั้ง ซึ่งจะส่งผลให้ตลาดการเงินและเงินทุนเคลื่อนย้ายและมีความผันผวน

เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง ในไตรมาส 4/2560 เศรษฐกิจไทยขยายตัวร้อยละ 4.0 โดยมีแรงส่งมาจากการส่งออกสินค้าและภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัวสอดคล้องกับเศรษฐกิจโลก และเริ่มส่งผลดีต่อการจ้างงาน สะท้อนจากการบริโภคภาคเอกชนที่ขยายตัวดีขึ้นเป็นลำดับ และในปี 2561 คาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวเร่งขึ้นตามการลงทุนในโครงการ EEC ที่มีความชัดเจนมากขึ้น รวมถึงรายได้จากภาคการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่อง

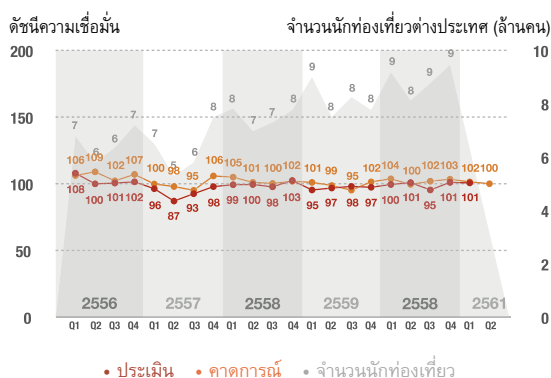
อัตราแลกเปลี่ยนมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น โดยปรับแข็งค่าขึ้นเร็วในเดือนมกราคม เนื่องจากนักลงทุนมีความกังวลต่อสกุลเงินดอลลาร์ สรอ. ในช่วงที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดการปิดหน่วยราชการ (Government shutdown) อย่างไรก็ดี อัตราแลกเปลี่ยนเริ่มกลับมาทรงตัวหลังตลาดคาดการณ์ว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ อาจปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยในปีเร็วขึ้น

การบังคับใช้อัตราค่าจ้างขั้นต่ำที่ปรับเพิ่มขึ้น ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2561 โดยมีอัตราแตกต่างกันไปในแต่ละจังหวัด ทั้งนี้ จังหวัดท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับการปรับเพิ่มขึ้นเป็น 320-325 บาท และมี 3 จังหวัดที่ปรับขึ้นอัตราค่าจ้างขั้นต่ำเป็น 330 บาท/วัน ได้แก่ กู๋เกี๋ย ชลบุรี ระยอง

2 ผลการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 600 ราย พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2561 อยู่ที่ 101 เท่ากับในไตรมาสก่อน (101) และใกล้เคียงกับที่คาดการณ์ไว้ในไตรมาสก่อน (102) สะท้อนสถานการณ์ท่องเที่ยวที่ค่อนข้างทรงตัว

ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2556-2561



ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวดีขึ้นในไตรมาสนี้มาจาก ปัจจัยด้านการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วและง่ายขึ้น (ร้อยละ 26) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ทำได้ดีขึ้นและมีการพัฒนาไปทางที่ดีขึ้น (ร้อยละ 18) และการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวและกิจกรรมใหม่ๆ ที่น่าสนใจ (ร้อยละ 18) รวมถึงการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ทำได้ง่ายขึ้น

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการบางส่วนประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวแย่กว่าปกติ เนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ทั้งความกังวลต่อสภาพเศรษฐกิจไทย (ร้อยละ 27) และต้นทุนธุรกิจที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 16) และความกังวลเกี่ยวกับปัญหาจากแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม (ร้อยละ 23) ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 18) โดยผู้ประกอบการในภาคใต้จะมีความกังวลในด้านความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด สะท้อนสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ภาคใต้

ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 2/2561 เท่ากับ 100 เป็นการคาดการณ์ในระดับปกติ และใกล้เคียงกับในไตรมาสก่อน โดยยังมีปัจจัยส่งเสริมและปัจจัยที่สร้างความกังวลคล้ายกับในไตรมาส 1/2561

สถานการณ์การท่องเที่ยวที่เติบโตต่อเนื่องเริ่มส่งผลดีต่อผู้ประกอบการมากขึ้น โดยมีผู้ประกอบการถึงร้อยละ 43 ที่มีการปรับเพิ่มเป้าหมายผลประกอบการในไตรมาสนี้ (เปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนในไตรมาสก่อน) อยู่ที่ระดับร้อยละ 20-30 มาโดยตลอด) และบางส่วนวางแผนปรับเพิ่มราคาสินค้าควบคู่ไปกับการเพิ่มการจ้างงานและการลงทุน สำหรับธุรกิจที่ยังไม่ลงทุนหรือจ้างงานเพิ่มขึ้น มักดำเนินกลยุทธ์ในด้านของการตลาดออนไลน์และการใช้ social media มากขึ้น

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวบางส่วน (ร้อยละ 36) ระบุว่า การขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำที่จะมีผลบังคับใช้ในชว่ไตรมาสหน้าจะทำให้ธุรกิจแยกลง โดยธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มและธุรกิจร้านขายของที่ระลึกเป็นกลุ่มที่ระบุว่าได้รับผลกระทบมากที่สุด ทั้งนี้ ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบส่วนใหญ่จะมีการปรับตัวด้วยการลดจำนวนแรงงานหรือชั่วโมงที่จ้าง (ร้อยละ 42) หรือเพิ่มราคาสินค้า (ร้อยละ 31) และเสนอให้ภาครัฐออกมาตรการที่จะลดผลกระทบด้วยการลดหย่อนภาษีผู้ประกอบการท่องเที่ยว (ร้อยละ 33) หรือการกระตุ้นการท่องเที่ยวด้วยการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 28) และสนับสนุนการยกระดับฝีมือแรงงานให้สอดคล้องกับค่าจ้างขั้นต่ำ (ร้อยละ 27)

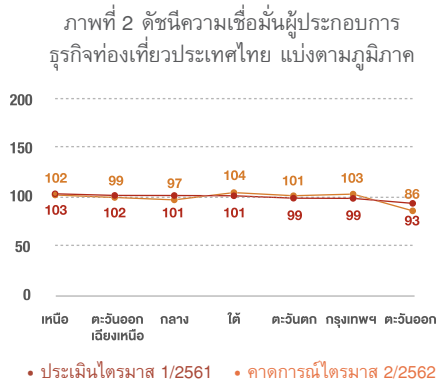
ผู้ประกอบการส่วนใหญ่รู้จักนโยบายหักลดหย่อนภาษีการท่องเที่ยวในจังหวัดเป้าหมายที่เป็นเมืองรอง แต่ประเมินว่าไม่ได้ประโยชน์มากนักเนื่องจากไม่ทราบวิธีหรือไม่สามารถออกไปกำกับภาษีได้ (ร้อยละ 26) และอีกส่วนหนึ่งประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่ได้สนใจเข้าร่วมมาตรการดังกล่าว (ร้อยละ 18) ภาครัฐจึงควรให้ความรู้และสนับสนุนผู้ประกอบการให้สามารถออกไปกำกับภาษีได้ รวมถึงประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวต่อนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น

สำหรับนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ผู้ประกอบการประเมินว่าเป็นนโยบายที่ดีและจะทำให้ธุรกิจตนเองดีขึ้น (ร้อยละ 41) เนื่องจากทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้นและช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เที่ยวในพื้นที่มากขึ้น อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการบางส่วนมีความกังวลว่าธุรกิจตนเองจะแยกลง (ร้อยละ 19) เนื่องจากธุรกิจตนเองไม่ได้มีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน

2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามภูมิภาค

ไตรมาสที่ 1/2561 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินสถานการณ์ใกล้เคียงปกติ โดยผู้ประกอบการในภาคเหนือเป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ดีที่สุด รองลงมาได้แก่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง ในขณะที่ผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเป็นกลุ่มเดียวที่ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ

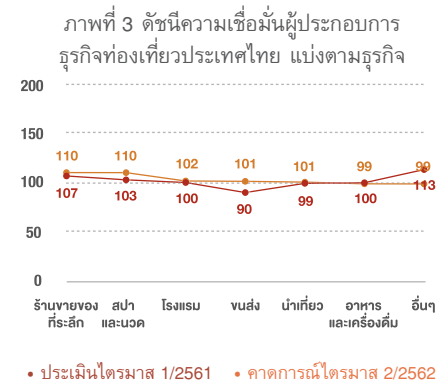
ในไตรมาสที่ 2/2561 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่คาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าหรือใกล้เคียงปกติ ยกเว้นผู้ประกอบการในภาคตะวันออกที่คาดการณ์สถานการณ์ต่ำกว่าปกติต่อเนื่องจากในไตรมาสที่ 1



2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ไตรมาสที่ 1/2561 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวใกล้เคียงหรือดีกว่าปกติ โดยเฉพาะร้านขายของที่ระลึกและร้านนวดและสปาที่ประเมินสถานการณ์ดีกว่าปกติค่อนข้างมาก

ในไตรมาส 2/2561 ผู้ประกอบการเกือบทุกกลุ่มคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าปกติ โดยเฉพาะผู้ประกอบการกลุ่มอื่นๆ ที่คาดการณ์ดีกว่าปกติค่อนข้างมาก ขณะที่กลุ่มธุรกิจขนส่งเป็นกลุ่มเดียวที่ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติ



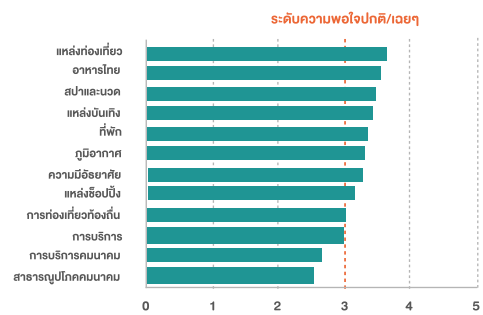
3 ผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

3.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่ 1/2561 จำนวน 350 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนไทยซ้ำ (repeat visitor) สัดส่วนร้อยละ 57 ซึ่งมีแนวโน้มลดลงจากปีก่อนๆ โดยส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน (ร้อยละ 31) และคู่สามี/ภรรยา (ร้อยละ 23) กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ ได้แก่ การเยี่ยมชมธรรมชาติ (ร้อยละ 50) การเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 47) และการนวดสปา (ร้อยละ 39)

นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 75 ได้รับความพึงพอใจจากการมาเที่ยวประเทศไทย ในไตรมาสนี้ คิดเป็นคะแนนความพอใจรวม 3.99 (คะแนนเต็ม 5) โดยนักท่องเที่ยวพอใจในหลายด้าน ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว อาหารไทย สปาและนวด แหล่งบันเทิง และด้านอื่นๆ แต่ด้านการคมนาคมยังคงไม่เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งด้านสาธารณูปโภคคมนาคม (ถนน รถไฟ) และด้านคุณภาพการบริการ (แท็กซี่)

ภาพที่ 4 คะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตรมาส 1/2561



นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าระบบคมนาคมของไทยควรมีการปรับปรุงในหลายพื้นที่ เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา และหัวหิน โดยควรเน้นการปรับปรุงถนนและการเชื่อมต่อระหว่างระบบขนส่ง เพื่อเพิ่มความปลอดภัยและลดระยะเวลาในการเดินทาง

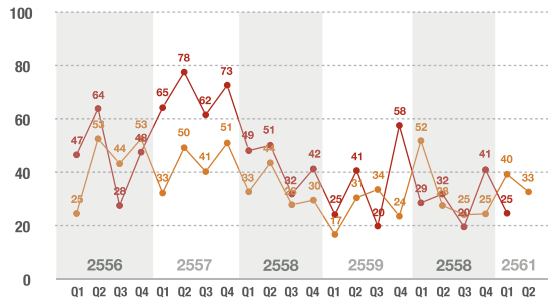
นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการท่าเรือที่จังหวัดภูเก็ต พัทยา และกระบี่ เห็นว่าควรมีการปรับปรุงด้วยการเพิ่มจำนวนท่าเรือและจำนวนผู้ให้บริการให้มากขึ้นเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว พัฒนาการเชื่อมต่อบริษัทคมนาคมให้เข้าถึงท่าเรือ รวมไปถึงการเพิ่มดูแลความปลอดภัยในการเดินทางทางน้ำ

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่านโยบาย/การปรับปรุงที่จะช่วยสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวของไทยได้ดีที่สุด ได้แก่ การเพิ่มความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 33) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยวไทย (ร้อยละ 31) และการสร้างมาตรฐานการให้บริการในการท่องเที่ยว (ร้อยละ 30)

3.2 นักท่องเที่ยวไทย

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 350 รายทั่วประเทศพบว่า นักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาสที่ 1/2561 ประมาณร้อยละ 25 ต่ำกว่าระยะเดียวกันปีก่อนและต่ำกว่าที่คาดการณ์จากไตรมาสก่อน ขณะที่ในไตรมาส 2/2561 มีนักท่องเที่ยวไทยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศร้อยละ 33 ซึ่งสูงกว่าในไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยส่วนใหญ่ยังคงวางแผนประมาณที่จะใช้ในการท่องเที่ยวในไตรมาสนี้ใกล้เคียงกับไตรมาสนี้ (ร้อยละ 45)

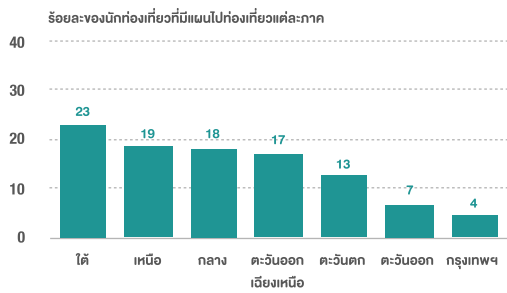
ภาพที่ 5 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทาง และมีแผนในการเดินทางในประเทศ



• มีการเดินทางในไตรมาสนั้น • มีแผนการเดินทางในไตรมาสถัดไป

นักท่องเที่ยวที่มีแผนเดินทางในไตรมาสหน้าส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่ห่างไกล ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางหรือต้องเดินทางทางอากาศ (ร้อยละ 37) มีเป็นส่วนน้อยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง (ร้อยละ 22) หรือท่องเที่ยวภายในจังหวัด (ร้อยละ 10) จุดหมายที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไตรมาสที่ 2/2561 ได้แก่ ภาคใต้ (ร้อยละ 23) ภาคเหนือ (ร้อยละ 19) และภาคกลาง (ร้อยละ 18)

ภาพที่ 6 จุดหมายนักท่องเที่ยวไทยไตรมาสที่ 2/2561



เมื่อถามถึงสภาพเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันว่าส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวยังมีความกังวลต่อเศรษฐกิจและมีส่วนทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวลดลง ทั้งในด้านของจำนวนครั้งที่ท่องเที่ยว ระยะเวลาและค่าใช้จ่ายต่อทริป โดยมีเป็นส่วนน้อยที่ระบุว่าเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นและออกไปท่องเที่ยวมากขึ้น

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความกังวลต่อนโยบายการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำว่า อาจทำให้ราคาสินค้าเพิ่มขึ้น โดยมีนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 60 ที่ประเมินว่า อาจลดการท่องเที่ยวลง ขณะที่อีกส่วนหนึ่งมีความกังวลว่านโยบายดังกล่าว อาจทำให้เศรษฐกิจไทยแย่ลงและอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งประเมินว่าจะใช้ประโยชน์จากนโยบายลดหย่อนภาษีจากการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยการไปท่องเที่ยวเมืองรองควบคู่ไปกับเมืองหลัก (ร้อยละ 45) และบางส่วนที่วางแผนไปท่องเที่ยวเมืองรองโดยเฉพาะ (ร้อยละ 11) โดยเมืองรองที่ได้รับความนิยม ได้แก่ เชียงราย ลำพูน

นอกจากนี้ เมื่อถามถึงนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่รู้จักรู้จักหรือไม่ทราบรายละเอียดนโยบายดังกล่าว (ร้อยละ 75) โดยคาดว่า หากได้ไปท่องเที่ยวชุมชน จะมีการใช้จ่ายในลักษณะของการใช้บริการนำเที่ยวของชุมชน และการพักอาศัยที่พักของชุมชน ทั้งในรูปแบบโรงแรมและ home stay

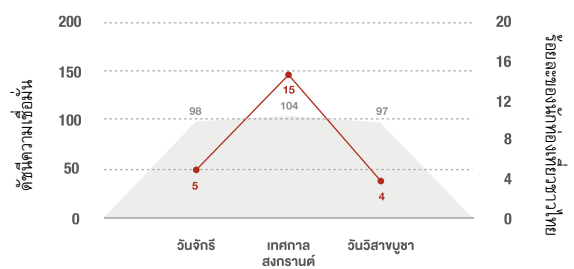
สำหรับความเห็นต่อแนวทางการพัฒนาท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไทยมีความเห็นสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวต่างชาติว่าควรเพิ่มจำนวนท่าเรือและจำนวนผู้ให้บริการให้เพียงพอ รวมไปถึงการเพิ่มการกำกับดูแลความปลอดภัยในการเดินทางทางน้ำ

ในไตรมาสที่ 1/2561 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 13 มีการท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน (ร้อยละ 4.3) ส่วนในไตรมาส 2/2561 นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 14 มีการวางแผนท่องเที่ยวต่างประเทศ เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนเช่นเดียวกัน (ร้อยละ 9) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการออกไปท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล

4 การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 1/2561

ไตรมาส 2/2561 มีวันหยุดเทศกาลสำคัญ ได้แก่ วันจักรี เทศกาลสงกรานต์ และวันวิสาขบูชา โดยสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนออกมาท่องเที่ยวใกล้เคียงกับระยะเดียวกันปีก่อนในทุกเทศกาล ขณะที่ผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ดีกว่าปกติ และประเมินสถานการณ์ในช่วงวันหยุดเทศกาลอื่นๆ ต่ำกว่าปกติเล็กน้อย

ภาพที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 2/2561



• ดัชนีความเชื่อมั่น • ร้อยละนักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวไทยที่มีแผนท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ส่วนใหญ่วางแผนออกเดินทางวันที่ 12 (ร้อยละ 36) หรือก่อนวันที่ 12 (ร้อยละ 33) และจะเดินทางกลับในช่วงวันที่ 16-18 (ร้อยละ 76) โดยนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 49) และรถสาธารณะ (ร้อยละ 27) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรมีการปรับปรุงเรื่องของการอำนวยความสะดวกการเดินทาง (ร้อยละ 30) และการป้องกันอุบัติเหตุ (ร้อยละ 24)

5 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติไตรมาสที่ 2/2561

จากข้อมูลเบื้องต้นของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (5 มี.ค. 2561) พบว่าในเดือนมกราคม 2561 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 3.54 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.87 และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.89 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.59 จากช่วงเดียวกันของปี 2560 คาดว่าในไตรมาสที่ 1/2561 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.84 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.07 จากไตรมาสที่ 1/2560

ในไตรมาสที่ 2/2561 ถ้าไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.10 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.93 จากไตรมาส 2/2560 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียน 2.66 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.37 นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก (รวมจีน) 3.74 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.48 และนักท่องเที่ยวจากยุโรป 1.25 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.62 จากไตรมาส 2/2560

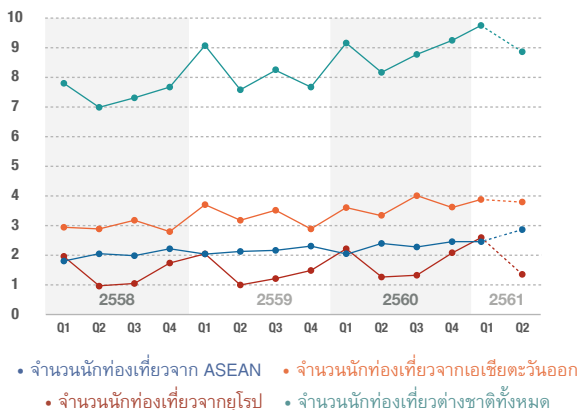
คาดว่าในปี 2561 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 38.63 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.16 จากปี 2560 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.14 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 17.37

ตารางที่ 1 การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ รายไตรมาส ปี 2559 – 2561

ไตรมาส	นักท่องเที่ยว 2560 (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว 2561 ^p (ล้านคน)	อัตราการเติบโต ปี 2561 (ร้อยละ)	รายได้จากการท่องเที่ยว 2561 ^p (ล้านบาท)
1	9.19	9.84	7.07	545,356
2	8.13	9.10	11.93	504,343
3	8.78	9.58	9.11	530,946
4	9.29	10.11	8.83	560,320
รวม	35.39	38.63	9.16	2,140,965

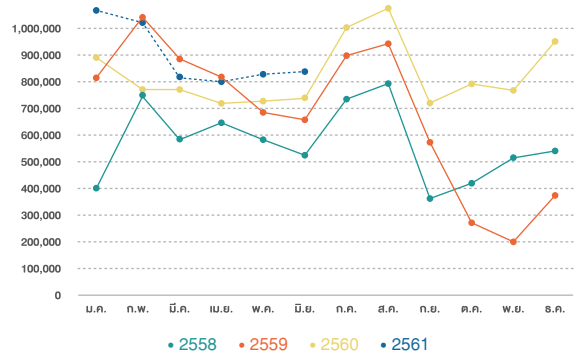
หมายเหตุ: - p แทนค่าคาดการณ์จากแบบจำลองโดยผู้วิจัยโดยใช้ค่าเฉลี่ยจากการคาดการณ์เป็นช่วง
 - ข้อมูลสถิติล่าสุดถึงเดือนมกราคม 2561 จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
 - รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติคำนวณมาจากค่าใช้จ่ายต่อหัวของแต่ละภูมิภาคในปี 2561 ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยของแต่ละภูมิภาคในปี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

ภาพที่ 8 จำนวนนักท่องเที่ยวรวม และรายภูมิภาครายไตรมาส ปี 2558 – 2561



สำหรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวจีน ในเดือนมกราคมปี 2561 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจีนประมาณ 970,000 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.84 จากช่วงเดียวกันของปี 2560 คาดว่าในไตรมาส 1/2561 คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวจีน 2.72 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.48 จากไตรมาสที่ 1/2560 ส่วนในไตรมาสที่ 2/2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจีน 2.46 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.24 จากไตรมาสที่ 2/2560

ภาพที่ 9 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนรายเดือน ปี 2558-2561



6 สรุปและข้อเสนอแนะ

สถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1/2561 คาดว่ายังอยู่ในระดับปกติอย่างต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ปัจจัยบวกที่สำคัญคือการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วและง่ายขึ้นและแนวโน้มสภาพเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศที่ฟื้นตัวดีขึ้น

6.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1. วางระบบการพัฒนาการคมนาคมขนส่งให้มีมาตรฐานและเชื่อมต่อระบบการเดินทางต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน
 - สนับสนุนให้เกิดการพัฒนามาตรฐานด้านความปลอดภัยในการเดินทางทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ และมีการกำกับดูแลมาตรฐานด้านความปลอดภัยอย่างจริงจังทั้งในแง่ของการเกิดอุบัติเหตุและการก่ออาชญากรรม
 - ควรมีการปรับปรุงระบบการคมนาคมขนส่ง และการเชื่อมต่อระหว่างระบบต่างๆ เพื่อลดระยะเวลาในการเดินทางโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา หัวหิน
 - ควรมีการปรับปรุงมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการการเดินทางทางน้ำ ให้มีจำนวนเพียงพอทั้งท่าเรือและผู้ให้บริการ มีมาตรฐานความปลอดภัยในการให้บริการ และเชื่อมต่อระบบการคมนาคมให้เข้าถึงท่าเรือ
 - เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการระบบการขนส่งสาธารณะในพื้นที่ต่างๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างทางเลือกและก่อให้เกิดการแข่งขันด้านคุณภาพและการให้บริการ
2. ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพสถานที่ท่องเที่ยว และสถานประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยว ให้เป็นไปตามมาตรฐานสอดคล้องกับความสามารถในการรองรับของพื้นที่
 - มีการศึกษาถึงสภาพปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเสื่อมโทรมและความสามารถในการรองรับ (Carrying capacity) ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้รองรับการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน และแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

- ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชน เพื่อกำหนดทิศทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบมาตรฐานการและการจัดการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่
- ประชาสัมพันธ์ และดำเนินมาตรการเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีความรู้ และความเข้าใจในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่ถูกต้องตามกฎหมาย และจัดให้มีสิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้อง

3 ออกแบบการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้นโยบายที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงทุกพื้นที่

- ตรวจสอบรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบรายละเอียดนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน

6.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

1 พัฒนาคูณภาพสินค้า และการให้บริการให้อยู่ในมาตรฐานสากล โดยเฉพาะด้านความสะดวก ความปลอดภัย และด้านราคา เพื่อสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

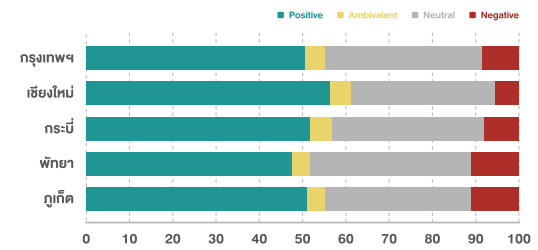
2 มีการทำงานร่วมกันในพื้นที่ระหว่างภาคส่วนต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านคมนาคม หรือความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว และวางระบบในการตรวจสอบร่วมกันเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวในพื้นที่

3 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการ ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการให้บริการ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการได้อย่างมีคุณภาพ

7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์

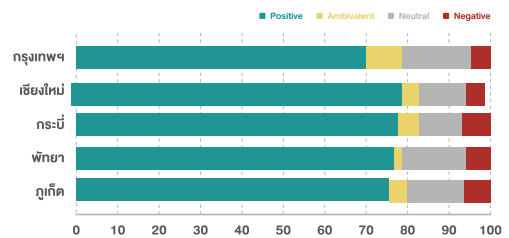
รายงานสรุปสถานการณ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลที่ได้นำมาใช้ผ่านระบบการจัดการข้อมูล “Big Data” ดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ (Social Media) โดยเป็นข้อมูลที่ได้มีการโพสต์หรือมีการแพร่กระจาย (Share) เป็นภาษาอังกฤษโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ “AI” ในการประมวลผลดัชนีความพึงพอใจสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยว โดยทางสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับบริษัท ไมนด์ทรี ได้ทำการพัฒนาโมเดลและระบบปัญญาประดิษฐ์ให้สอดคล้องกับดัชนี World Economic Forum Travel & Tourism Competitiveness Index จากการประมวลผลข้อมูล ในไตรมาส 1 ปี 2561 พบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่มีการพูดถึง 3 เมืองหลัก คือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต และเชียงใหม่ (หากเทียบในช่วงไตรมาส 4 เห็นว่าข้อมูลส่วนใหญ่จะมาจาก กรุงเทพ พัทยา และภูเก็ต) ทางโครงการได้แบ่งการวิเคราะห์ทัศนคติเป็น 4 ระดับ คือ Positive (สีเขียว), Negative (สีแดง), Ambivalent (สีเหลือง) และ Neutral (สีเทา) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ไตรมาส 1 ปี 2561 นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อเมืองเชียงใหม่เป็นบวกมากที่สุด ร้อยละ 56 และมีทัศนคติเป็นบวกเพิ่มขึ้นสูงสุดจากทุกเมืองหลักเมื่อเทียบจากไตรมาส 4 ปี 2560 ส่วนพัทยาและภูเก็ตเป็นสองเมืองที่นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเป็นบวกน้อยสุด ร้อยละ 46 และ ร้อยละ 50 ตามลำดับ ทั้งนี้จังหวัดกระบี่เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเป็นลบเพิ่มขึ้นสูงเมื่อเทียบจากไตรมาส 4 ปี 2560

ภาพที่ 10 ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อเมืองท่องเที่ยวหลัก



ในการวิเคราะห์ความเห็นนักท่องเที่ยวต่อโครงสร้างพื้นฐาน สนามบิน และการเชื่อมต่อทางอากาศ ได้ข้อสรุปว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นบวกต่อสายการบิน Qatar Airways ที่ได้ประกาศเปิดเที่ยวบินใหม่ เชื่อมต่อสู่สนามบินอู่ตะเภา บินตรงจากเมืองโดฮา (Doha) เพื่อเป็นศูนย์กลาง (Hub) ในการเดินทางท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวพัทลุง ส่วนทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่ออาหารและร้านอาหารของประเทศไทยในไตรมาส 1 ปี 2561 พบว่ากระแสของ “ข้าวซอย” เป็นที่น่าสนใจมาก เนื่องจากทำให้ทัศนคติของนักท่องเที่ยวเป็นบวกต่ออาหารไทย โดยเฉพาะที่จังหวัดเชียงใหม่ เกิดจากผู้กำกับชื่อดัง (Phil Rosenthal) ได้เปิดตัวรายการสารคดีอาหาร (Somebody Feed Phil) ผ่าน Netflix ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่ผู้ชม โดยออกอากาศตอนแรกในเดือนมกราคม 2561 รายการถ่ายทำที่กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ เน้นเรื่อง อาหารการกิน ว่าจะกินอะไร? โดยนำเสนออาหารขึ้นชื่อทางภาคเหนือ ได้แก่ “ข้าวซอย” เกิดเป็นกระแสให้คนอเมริกันมีการเข้าไปค้นหาข้อมูลจาก Google เพิ่มเติมและสูตรการทำข้าวซอยเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ภาพที่ 11 ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไทยในเมืองท่องเที่ยวหลัก



- | ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยคำนวณจากผลสำรวจตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนรวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการสำรวจรายไตรมาสและรายปี เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้วางแผนนโยบาย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยยังแยกได้ตามภูมิภาคและประเภทธุรกิจ
- | การคำนวณดัชนีนี้กระทำโดยการถามคำถามผู้ประกอบการเอกชน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกไตรมาส โดยใช้คำถามหลัก ตามแนวทางของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่
 - ท่านประเมินผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
 - ท่านคิดว่าผลของการประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้จะถึงนี้จะเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการท่องเที่ยวปกติที่ท่านคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในช่วงนี้ของปี
- | ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้จาก: ลดลงมาก (0), ลดลง (50), เหมือนเดิม (100), ดีขึ้น (150), หรือ ดีขึ้นมาก (200) จากนั้นจึงนำผลที่ได้ไปหาค่าเฉลี่ย โดยด้านที่มีผลดัชนีมากกว่า 100 แสดงว่าผู้ประกอบการประเมินว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวจะดีกว่าปีก่อนๆ นอกจากนี้ยังมีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลอีกด้วย

- | สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 1 ปี 2561 นี้ ดำเนินการสำรวจในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ มีตัวแทนผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวรวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องตอบแบบสอบถามทั้งหมด 600 ราย ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 350 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 350 ราย
- | ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 1/2559 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนผู้ประกอบการที่ใช้ในการสำรวจ เพื่อให้สามารถสะท้อนสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศที่เกิดขึ้นจริงมากยิ่งขึ้น โดยจัดการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) ออก และเพิ่มสัดส่วนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและนำเที่ยว (Domestic และ Inbound) และมีการปรับสัดส่วนผู้ประกอบการในแต่ละภูมิภาคให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ดังนั้น ดัชนีความเชื่อมั่นที่ได้จากการสำรวจในไตรมาสที่ 1/2559 อาจจะไม่ต่อเนื่องกับดัชนีที่ได้มีการสำรวจก่อนหน้านี้

ติดตามข่าวสารโครงการได้ที่

WWW.THAILANDTOURISMOUNCIL.ORG

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)

INFO@THAILANDTOURISMOUNCIL.ORG



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
Pillar of the Kingdom