

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ  
การท่องเที่ยวในประเทศไทย

4 / 2562

# THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX



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

โครงการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสะท้อนสถานการณ์ท่องเที่ยวปัจจุบัน และคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต (รายไตรมาส) และเผยแพร่ให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้ เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการและภาครัฐเตรียมความพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจวางแผนด้านการลงทุน ด้านกำลังคน และด้านอื่นๆ ต่อไป

## การศึกษาแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ได้แก่

1. ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว
2. ผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และผลการวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวปัจจุบันในมุมมองของผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และนักวิชาการ
3. ผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
4. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ สถานการณ์อ่อนไหว หรือนโยบายของภาครัฐต่างๆ ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยว
5. การคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวช่วงเทศกาล
6. การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ
7. ข้อเสนอแนะ

## การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0 — 200 โดย

- ค่าดัชนีสูงกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวดีกว่าช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา
- ค่าดัชนีเท่ากับ 100 หมายความว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวเหมือนกับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา
- ค่าดัชนีต่ำกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวแย่กว่าช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา



“  
**เป็นเรื่องน่าภาคภูมิใจของคนไทย  
 ที่ชาวต่างชาติ  
 ยังคงมองเมืองไทยเป็นประเทศที่  
 น่าท่องเที่ยว**”

**สารจากประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
 นายชัยรัตน์ ไตรรัตนจรัสพร**

การท่องเที่ยวในปี 2563 มีปัจจัยลบเข้ามาหลายปัจจัย เช่น สงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกา ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอตัว ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น ความขัดแย้งตะวันออกกลาง และการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ปัญหาฝุ่นละอองซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสถานการณ์ท่องเที่ยวในปี 2563 อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็ยังมีทัศนคติความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวไทยในระดับที่สูง เป็นเรื่องน่าภาคภูมิใจของคนไทยที่ชาวต่างชาติยังคงมองเมืองไทยเป็นประเทศที่น่าท่องเที่ยว ทั้งนี้ความมีเสน่ห์ของประเทศไทยที่แตกต่างจากประเทศอื่นและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมี 3 อย่าง คือ (1)เรื่อง Gastronome อาหารของเราสดและเมื่อเทียบกับคู่แข่งเช่นประเทศข้างเคียง อาหารของเราจะมีคุณภาพและความสะอาดได้มาตรฐานเหมาะสมกับราคาที่นักท่องเที่ยวได้จ่ายไป (2)เรามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามสมบูรณ์และ (3)เรามีการบริการที่ดี มีมิตรไมตรี สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น เราต้องรักษาความมีเสน่ห์ที่เป็นเอกลักษณ์เหล่านี้เอาไว้

ผมคิดว่าถึงแม้เราจะมีปัจจัยลบเข้ามาในปี 2563 หลายอย่าง แต่ก็ยังเป็นผลกระทบเพียงชั่วคราว ไม่ได้เป็นเรื่องที่น่ากังวลแต่อย่างใด อาจมีผลต่ออัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จำนวนการเพิ่มไม่มากเท่ากับปีที่ผ่านมา แต่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยระยะยาวก็คือ การทำให้เอกลักษณ์ทั้ง 3 อย่างที่กล่าวข้างต้นเสื่อมเสีย หรือสูญหายไป ดังนั้นในฐานะที่พวกเราเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เราต้องช่วยกันในการดูแลรักษา ปกป้อง ความเป็นเอกลักษณ์เหล่านี้เอาไว้ ส่วนด้านที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เช่น ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มาตรฐานราคาเราก็ต้องช่วยกันดูแลเพื่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

ผมในฐานะประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการในการสื่อสารต่อภาครัฐเพื่อหาความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ตลอดจนหาแนวทางและความร่วมมือกับภาครัฐ ในการแก้ปัญหาที่ได้รับเสียสละก่อนจากผู้ประกอบการทุกภาคส่วน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวจะเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป

นายชัยรัตน์ ไตรรัตนจรัสพร  
 ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



## 1. ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไปทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มการขยายตัวชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากเศรษฐกิจทั่วโลกได้รับผลกระทบจากการค้าระหว่างประเทศที่ชะลอตัว อันเนื่องมาจากนโยบายกีดกันทางการค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลพวงของปัญหาสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่ยังคงยืดเยื้อ ส่งผลกระทบต่อการผลิต การส่งออก และการลงทุน นอกจากนี้การที่ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีมาตรการระงับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) กับประเทศไทย ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมลดลงต่ำสุดนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา ทั้งนี้เสถียรภาพระบบการเงินโลกมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นในระยะต่อไปจากภาวะอัตราดอกเบี้ยต่ำนาน (lower for longer) ขณะที่ธนาคารกลางของหลายประเทศได้ปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายและส่วนใหญ่มีทิศทางดำเนินนโยบายการเงินที่ผ่อนคลายเป็นพิเศษ (dovish) มากขึ้นเพื่อช่วยประคับประคองเศรษฐกิจ โดยธนาคารกลางสหรัฐฯ ประกาศลดดอกเบี้ยเป็นครั้งที่ 3 โดยปรับลดดอกเบี้ยลงมาอยู่ที่ระดับ 1.50-1.75% จากเดิม 1.75-2.00% และมีแนวโน้มจะปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายอีกในปี 2563

**เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอตัวเพิ่มขึ้น** เนื่องจากราคาสินค้าเกษตรลดลง หนี้สินครัวเรือนเพิ่มขึ้น การบริโภคภาคครัวเรือนชะลอตัว นอกจากนี้การลงทุนภาคเอกชนในหมวดเครื่องมือเครื่องจักรยังคงชะลอตัว ขณะที่การลงทุนในหมวดก่อสร้างส่งสัญญาณปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจมองว่าเศรษฐกิจไทยหดตัวในทุกธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจในภาคอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ขณะที่การค้าระหว่างประเทศชะลอตัว สะท้อนจากมูลค่าการส่งออกสินค้าที่หดตัวสูง แต่อย่างไรก็ดีเศรษฐกิจไทยยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากภาคการท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่ขยายตัวสูงสุดในรอบ 15 เดือน โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนขยายตัวในอัตราเร่ง ที่ร้อยละ 31.6 ต่อปี และยังมีนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นที่ขยายตัวดี อาทิ นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ลาว และญี่ปุ่น

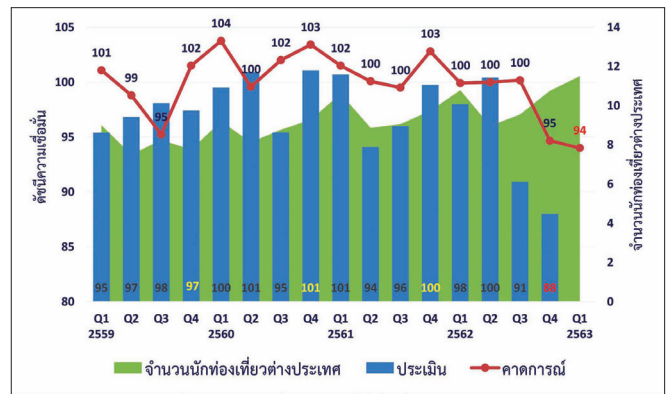
**ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง** และมีความผันผวนส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว การส่งออก การจ้างงาน และอุปสงค์ในประเทศ ค่าเงินบาทมีการเคลื่อนไหวอยู่ที่ 30.00-30.50 บาทต่อดอลลาร์ฯ ซึ่งส่งผลต่อการใช้จ่ายและ

การตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวต่างชาติแถบภูมิภาคยุโรปและอเมริกา แม้นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายในสกุลเงินประเทศตัวเองเท่าเดิม แต่การที่เงินบาทแข็งค่าขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวแลกเป็นเงินบาทไทยได้น้อยลง และมีผลทำให้นักท่องเที่ยวชะลอการวางแผนมาท่องเที่ยวในช่วงที่เงินบาทแข็งค่าได้

**นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจจากมาตรการ “ชิม ช้อป ใช้”** มีการคืนสิทธิให้แก่ผู้ถูกตัดสิทธิ์จากกรณีไม่ยืนยันตัวตน จากผู้ใช้สิทธิ์ทั้งหมด 3 เฟส เพื่อช่วยในการส่งเสริมการใช้จ่ายของประชาชนในช่วงเทศกาลวันหยุดยาวสิ้นปี

## 2. ผลการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

### 2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นไตรมาส 4/2562



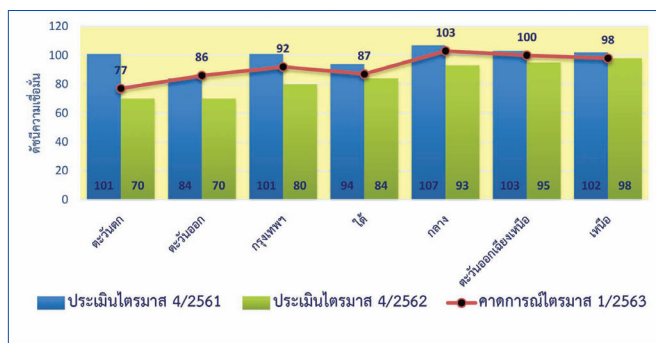
ภาพที่ 1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2559-2562

จากการสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวนกว่า 600 ราย พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4/2562 อยู่ที่ 88 ต่ำกว่าภาวะปกติที่ 100 ค่อนข้างมาก ลดลงต่ำกว่าช่วงเวลาเดียวกันของ 3 ปีที่ผ่านมา (ไตรมาสที่ 4/2561 อยู่ที่ 100 ไตรมาสที่ 4/2560 อยู่ที่ 101 และไตรมาสที่ 4/2559 อยู่ที่ 97) แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีผลประกอบการในไตรมาสนี้ต่ำกว่าช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาค่อนข้างมาก สะท้อนสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาสนี้ต่ำกว่าภาวะปกติค่อนข้างมาก โดยปัจจัยลบมาจากเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศที่อยู่ในช่วงชะลอตัว ส่งผลให้การบริโภคภาคครัวเรือนชะลอตัว และค่าเงินบาทที่แข็งตัวส่งผลให้การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ในรูปเงินบาทลดลง นอกจากนี้ระดับการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีการกระจายตัว การได้ข้อมูลข่าวสารที่สะดวกขึ้นส่งผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีการกระจายตัวไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ มากขึ้น

สำหรับผลการคาดการณ์ในอีก 3 เดือนข้างหน้าพบว่าดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาส 1/2563 อยู่ที่ 94 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาส 1/2563 จะดีขึ้นกว่าไตรมาสนี้ แต่ก็ยังคงอยู่ในภาวะที่ต่ำกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

### 2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามภูมิภาค



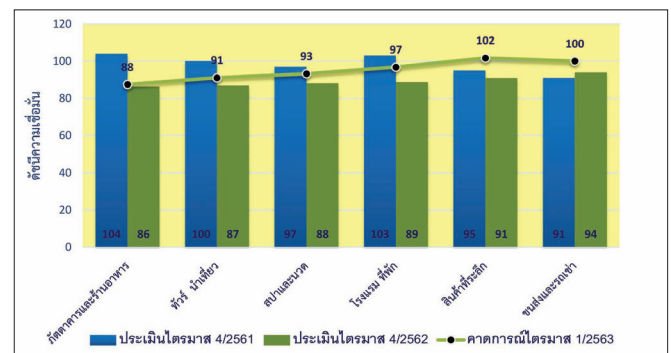
ภาพที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาค

ไตรมาส 4/2562 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าภาวะปกติทุกภาค โดยผู้ประกอบการในภาคตะวันออกและตะวันตกเป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ต่ำที่สุด (70) โดยอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติมาก รองลงมาได้แก่ กรุงเทพฯ (80) ภาคใต้ (84) ภาคกลาง (93) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (95) และภาคเหนือ (98) ตามลำดับ มีเพียงผู้ประกอบการในภาคเหนือเท่านั้นที่ประเมินสถานการณ์ใกล้เคียงปกติ

สำหรับผลการคาดการณ์ในอีก 3 เดือนข้างหน้าพบว่าดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาส 1/2563 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวในอีก 3 เดือนข้างหน้า อยู่ในระดับต่ำกว่าภาวะปกติ โดยเฉพาะผู้ประกอบการในภาคตะวันตก (77) ภาคตะวันออก (86) และภาคใต้ (87) ประเมินสถานการณ์

ท่องเที่ยวต่ำกว่าภาวะปกติค่อนข้างมาก ส่วนผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (100) ประเมินสถานการณ์อยู่ในระดับปกติ และภาคเหนือ (98) ประเมินสถานการณ์อยู่ในระดับต่ำกว่าปกติเล็กน้อย ขณะที่ผู้ประกอบการในภาคกลาง (103) คาดการณ์ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาส 1/2563 จะดีกว่าภาวะปกติในช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

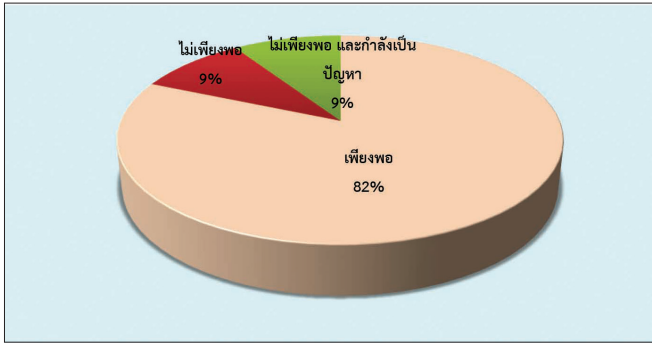
### 2.3 ดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทธุรกิจ



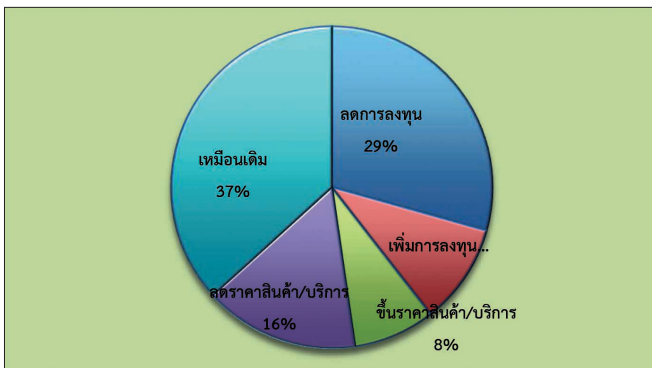
ภาพที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามประเภทธุรกิจ

ไตรมาส 4/2562 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวต่ำกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาค่อนข้างมาก โดยธุรกิจภัตตาคารร้านอาหารเป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ต่ำที่สุด (86) ตามด้วยธุรกิจทัวร์นำเที่ยว (87) ธุรกิจสปาและนวด (88) ธุรกิจโรงแรมที่พัก (89) และธุรกิจสินค้าที่ระลึก (91) ตามลำดับ ขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งและรถเช่าเป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์ดีที่สุด (94) แต่ก็ยังคงอยู่ในระดับต่ำกว่าภาวะปกติในช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

สำหรับผลการคาดการณ์ในอีก 3 เดือนข้างหน้าพบว่าดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาส 1/2563 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงเชื่อมั่นว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวต่ำกว่าปกติ โดยผู้ประกอบการภัตตาคารและร้านอาหารประเมินสถานการณ์ต่ำที่สุด (88) โดยประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าภาวะปกติค่อนข้างมาก ตามด้วยธุรกิจทัวร์นำเที่ยว (91) สปาและนวด (93) โรงแรมที่พัก (97) ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าภาวะปกติ ส่วนธุรกิจขนส่งและรถเช่า (100) ประเมินสถานการณ์อยู่ในระดับปกติ ในขณะที่ธุรกิจสินค้าที่ระลึก (102) ประเมินสถานการณ์ดีกว่าภาวะปกติเล็กน้อย



ภาพที่ 4 คักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว ในไตรมาส 4/2562

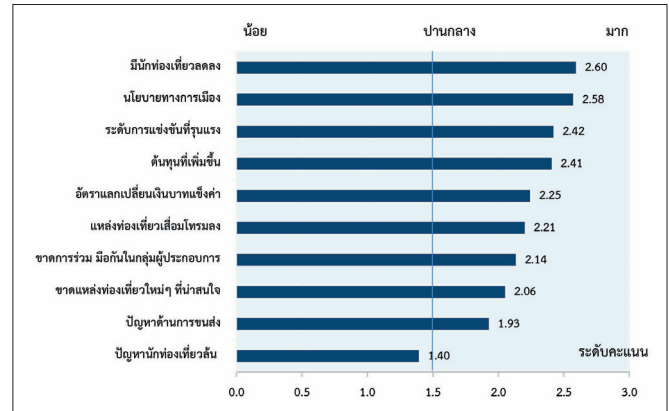


ภาพที่ 5 แผนการประกอบการในไตรมาส 1/2563

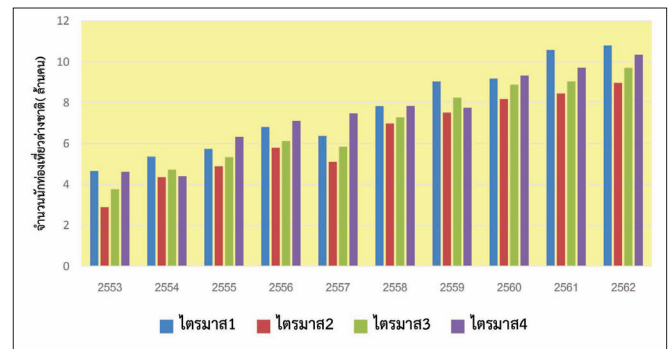
**ปริมาณสินค้าในการรองรับนักท่องเที่ยว** ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82) ประเมินปริมาณของสินค้าและจำนวนผู้ให้บริการในธุรกิจของตัวเองเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในไตรมาส 4/2562 อยู่ในระดับเพียงพอ (ไม่เกินศักยภาพ) และคาดว่าศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวในไตรมาส 1/2563 อยู่ในระดับเพียงพอเช่นเดียวกัน (ร้อยละ 76) เมื่อถามถึงแผนการประกอบการในไตรมาส 1/2563 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 37) ไม่มีแผนในการปรับเปลี่ยนธุรกิจแต่อย่างใด แต่มีผู้ประกอบการบางส่วน (ร้อยละ 29) มีแผนในการลดการลงทุน และผู้ประกอบการร้อยละ 16 มีแผนในการลดราคาสินค้าหรือบริการ

**ระดับความกังวลของผู้ประกอบการต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจ** พบว่าผู้ประกอบการมีความกังวลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมากที่สุด รองลงมากังวลเกี่ยวกับนโยบายทางการเมือง และระดับการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้นตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการคาดว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาส 1/2563 จะดีขึ้นจากปัจจุบัน เมื่อถามถึงปัจจัยบวกที่ช่วยส่งเสริมในธุรกิจไตรมาส 1/2563 ผู้ประกอบการยังคงเห็นว่าการขยายเวลามาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่า ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง (Visa on Arrival : VoA) ยังเป็นปัจจัยบวกที่ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้

ในไตรมาส 1/2563 เป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและมีวันหยุดเทศกาลที่สำคัญหลายเทศกาล ได้แก่ เทศกาลปีใหม่ซึ่งตรงกับช่วงวันหยุดยาว 5 วัน เทศกาลวันตรุษจีน เทศกาลวันวาเลนไทน์ ซึ่งคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นกว่าในไตรมาส 4/2562 อย่างแน่นอน



ภาพที่ 6 ระดับความกังวลของผู้ประกอบการต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจ ไตรมาส 4/2562



ภาพที่ 7 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รายไตรมาสปี 2553-2562

**จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาส 4/2562** พบว่าผู้ประกอบการรู้สึกกังวลถึงสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาส 4/2562 เป็นอย่างมาก เนื่องจากผลประกอบการลดลงจากภาวะปกติเป็นอย่างมาก และผู้ประกอบการมีความรู้สึกที่จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

เมื่อพิจารณาข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ภาพที่ 7) ไม่ได้ลดลงตามที่ผู้ประกอบการรู้สึกแต่กลับเพิ่มมากขึ้นทุกปี ดังนั้นปัญหาไม่ได้อยู่ที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง แต่ปัญหาที่แท้จริง คือ จำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยที่ออกมาเที่ยวภายในประเทศลดลงเนื่องจากปัญหาด้านเศรษฐกิจ



ที่ชะลอตัว ทำให้ลูกค้าของธุรกิจท่องเที่ยวบางประเภทลดค่าใช้จ่ายลง และพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เปลี่ยนไป มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ มากขึ้น นักท่องเที่ยวประเภท FIT มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการกระจายตัวไปเที่ยวท้องถิ่น ดังนั้นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว FIT จึงกระจายไปยังท้องถิ่นมากขึ้น ที่พักของการท่องเที่ยวชุมชน โฮมสเตย์ โฮสเทล และที่พักประเภท Airbnb ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่กระจายส่วนแบ่งรายได้ทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พักไป จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวรู้สึกว่าการแข่งขันที่รุนแรง นอกจากนี้ธุรกิจด้านการขนส่งและรถเช่าก็มีคู่แข่งที่เป็นผู้ประกอบการอิสระที่ใช้ Platform Ride Hailing ที่กระจายไปทั่วประเทศ ซึ่งกระจายส่วนแบ่งรายได้ทางการตลาดด้านธุรกิจขนส่งและรถเช่าไป เช่นเดียวกับ Platform Food Panda และร้านอาหารประเภท Street food ที่กระจายส่วนแบ่งรายได้ทางการตลาดธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารไปเช่นเดียวกัน

### 3. ผลการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

#### 3.1 ผลการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 รายทั่วประเทศ เกี่ยวกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบทำระหว่างท่องเที่ยว พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำมากที่สุด ได้แก่ ถ่ายรูป (ร้อยละ 68) รองลงมาคือมีการแวะไหว้พระขอพร นมัสการศาสนสถาน/บูรพาจารย์ (ร้อยละ 56) แวะชมวิวทิวทัศน์/ชมธรรมชาติ (ร้อยละ 48) และช้อปปิ้ง (ร้อยละ 42) ตามลำดับ ส่วนสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชอบไปมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น จุดชมวิว/ภูเขา/หาดทรายทะเล (ร้อยละ 65) รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวศาสนสถาน/อนุสาวรีย์บูรพาจารย์ (ร้อยละ 52) ถนนคนเดิน (ร้อยละ 38) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร/ร้านอาหารสวยๆ (ร้อยละ 27) ตามลำดับ จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 99 นิยมไปเที่ยวด้วยตัวเอง มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 1 ที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

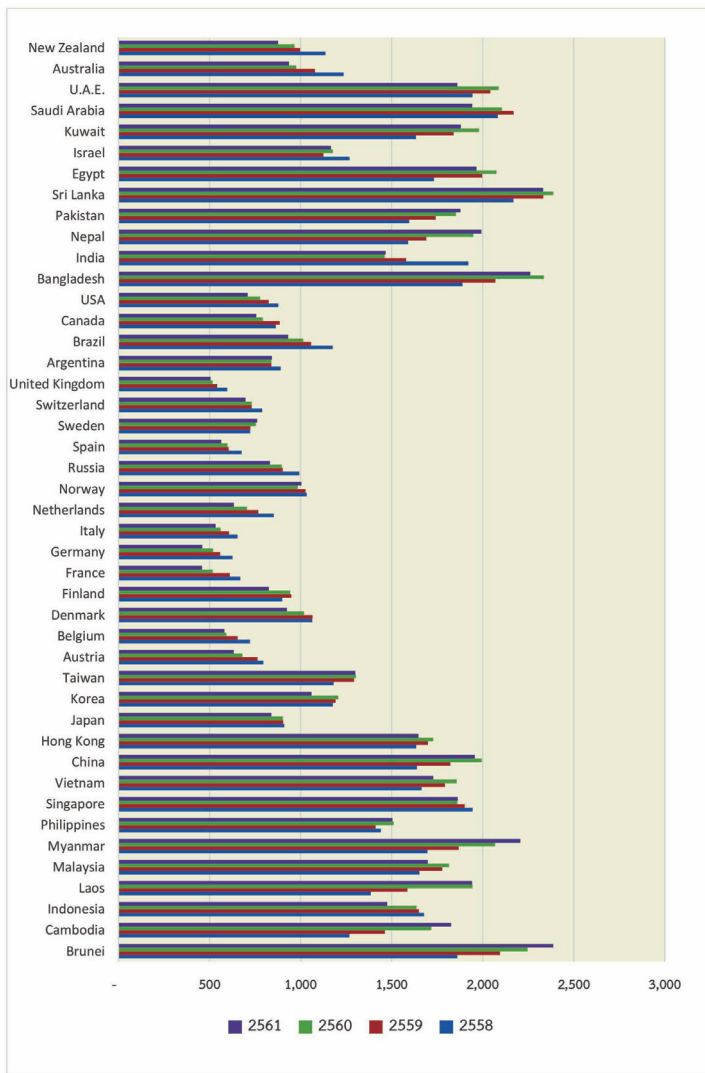
#### 3.2 ผลการวิเคราะห์การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินในการ shopping ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่างปี 2558-2561 จาก (ภาพที่ 8) พบว่าพฤติกรรมการใช้เงินในการ shopping ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มลดลง ส่วนประเทศที่มีค่าใช้จ่ายในการ shopping ต่อวันสูง ได้แก่ นักท่องเที่ยวจีน ฮองกง และนักท่องเที่ยวในกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชียใต้ และตะวันออกกลาง ส่วนนักท่องเที่ยวจีนซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่สุดในตลาดท่องเที่ยวของประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการ shopping ลดลงเล็กน้อยในปี 2561 และคาดว่าจะมีแนวโน้มลดลงในปีต่อไป เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่วนลูกค้าในภูมิภาคยุโรป อเมริกา และกลุ่มประเทศโอเชียเนีย มีแนวโน้มในการลดค่าใช้จ่ายในการ shopping ลงทุกปีอย่างเห็นได้ชัด

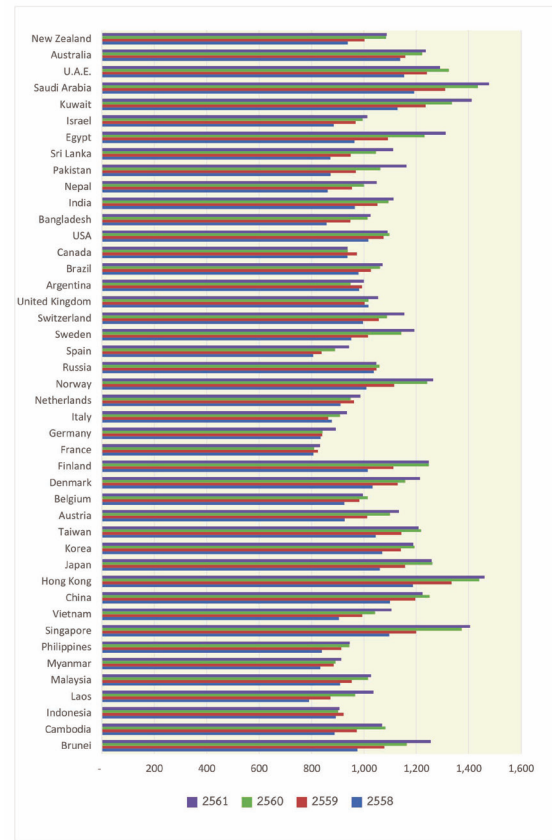
จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ภาพที่ 9) จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่างปี 2558-2561 พบว่าพฤติกรรมการใช้เงินด้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวเกือบทุกประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านอาหารและเครื่องดื่มต่อวันสูง ได้แก่ นักท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออกกลาง ฮองกง สิงคโปร์ บรูไน นอร์เวย์ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ส่วนนักท่องเที่ยวจีนซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่สุดมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านอาหารและเครื่องดื่มลดลงเล็กน้อยในปี 2561

ในการสำรวจครั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าธุรกิจประเภทอื่น อาจเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวทำให้ลูกค้าคนไทยทุกๆ ไป ลดค่าใช้จ่ายประจำวันลงโดยลดการรับประทานอาหารนอกบ้าน ประกอบกับลูกค้าชาวจีนที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักก็ลดค่าใช้จ่ายด้านอาหารลงเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มประหยัดในเรื่องการรับประทานอาหารมากขึ้น ดังนั้น คาดว่าร้านอาหารประเภท Street food จะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มขึ้น

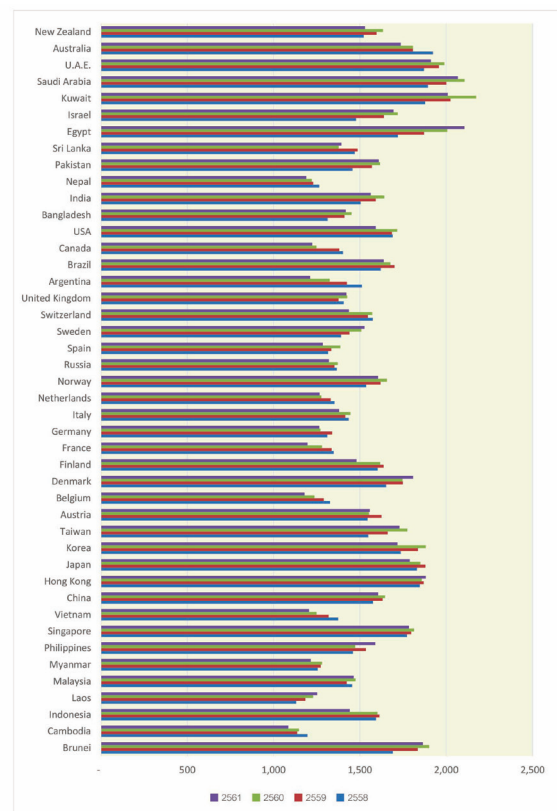
จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายด้านที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ภาพที่ 10) จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่างปี 2558-2561 พบว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินด้านที่พักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มลดลง แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายด้านที่พักของนักท่องเที่ยวมีการประหยัดในเรื่องค่าที่พักมากขึ้น ดังนั้น ในภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นคาดว่าที่พักโฮมสเตย์ โฮสเทล และที่พักประเภท Airbnb จะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาถูกกว่าและมีความยืดหยุ่นเรื่องกฎระเบียบมากกว่า



ภาพที่ 8 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันด้านการ Shopping ของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบปี 2558-2561



ภาพที่ 9 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันด้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบปี 2558-2561

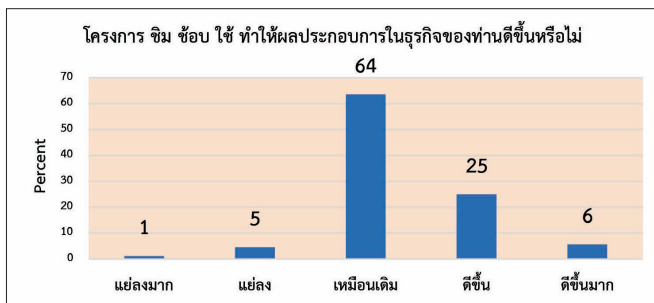


ภาพที่ 10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันด้านที่พักของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบปี 2558-2561



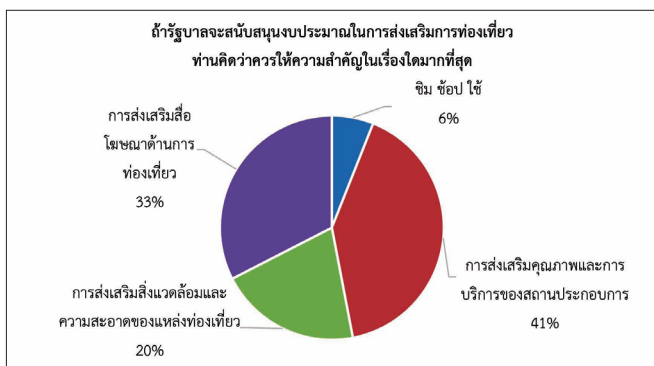
#### 4. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ สถานการณ์อ่อนไหว หรือนโยบายของภาครัฐต่าง ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยว

ไตรมาส 4/2562 มีนโยบายของภาครัฐที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยว คือ โครงการ “ชิม ช้อป ใช้”



ภาพที่ 11 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่อโครงการ “ชิม ช้อป ใช้”

เมื่อถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐในโครงการ “ชิม ช้อป ใช้” ทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวหรือส่งผลดีต่อสถานประกอบการหรือไม่ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่รู้สึกว่าการประกอบการไม่แตกต่างจากเดิม (ร้อยละ 64) แต่ก็มีผู้ประกอบการบางส่วนที่ตอบว่าทำให้ผลประกอบการดีขึ้นหรือดีขึ้นมาก (ร้อยละ 31) ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่เป็นธุรกิจโรงแรม

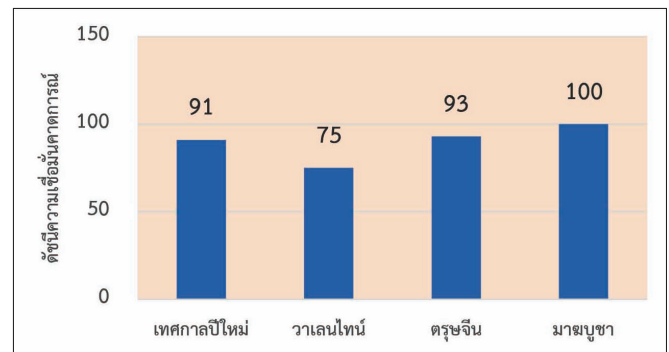


ภาพที่ 12 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่อโครงการ “ชิม ช้อป ใช้”

เมื่อถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวว่าถ้าหากรัฐบาลจะสนับสนุนงบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ท่านคิดว่าควรให้ความสำคัญในเรื่องใดมากที่สุด จากการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการส่งเสริมคุณภาพและการบริการของสถานประกอบการเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุด (ร้อยละ 41) รองลงมา คือ การส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 33) การส่งเสริมสิ่งแวดล้อมและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 20) ส่วนโครงการ “ชิม ช้อป ใช้” ผู้ประกอบการเห็นด้วยเพียงร้อยละ 6

#### 5. การคาดการณ์การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ไตรมาสที่ 1 ปี 2563

ไตรมาส 1/2563 เป็นช่วงที่มีวันหยุด ได้แก่ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลวาเลนไทน์ และวันมาฆบูชา

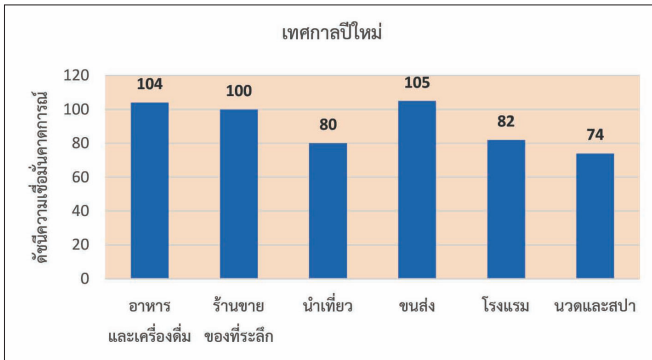


ภาพที่ 13 ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ไตรมาส 1/2563

ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ในไตรมาส 1/2563 ผู้ประกอบการคาดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล ในไตรมาส 1/2563 ส่วนใหญ่อยู่ในภาวะต่ำกว่าปกติ โดยเฉพาะเทศกาลวันวาเลนไทน์ ผู้ประกอบการประเมินว่าจะลดลงกว่าในภาวะปกติมากที่สุด รวมทั้งเทศกาลปีใหม่ และวันตรุษจีน ผู้ประกอบการประเมินว่าการท่องเที่ยวจะต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ส่วนวันมาฆบูชาผู้ประกอบการประเมินสถานการณ์อยู่ในภาวะปกติ

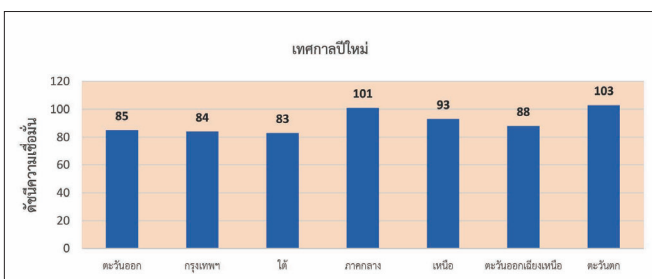
## เทศกาลปีใหม่

**เทศกาลปีใหม่** ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในภาวะต่ำกว่าปกติ (ดัชนีความเชื่อมั่นอยู่ที่ 91)



ภาพที่ 14 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการเทศกาลปีใหม่จำแนกตามประเภทธุรกิจ

**จำแนกผู้ประกอบการรายธุรกิจ** พบว่าธุรกิจนวดและสปาเป็นธุรกิจที่ประเมินสถานการณ์ต่ำที่สุด (74) รองลงมาคือ โดยธุรกิจนำเที่ยว (80) และธุรกิจโรงแรม (82) ตามลำดับ โดยอยู่ในระดับต่ำกว่าภาวะปกติค่อนข้างมาก ส่วนธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มและธุรกิจขนส่งประเมินสถานการณ์อยู่ในระดับดีกว่าปกติ (104)

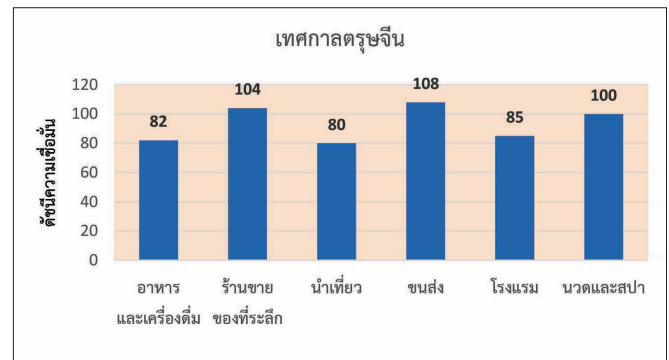


ภาพที่ 15 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการเทศกาลปีใหม่จำแนกตามภูมิภาค

**จำแนกผู้ประกอบการเป็นรายภาค** พบว่าผู้ประกอบการในภาคกลาง (101) และภาคตะวันตก (103) เป็นกลุ่มที่ประเมินสถานการณ์อยู่ในระดับดีกว่าปกติ ขณะที่ภาคเหนือ (93) ประเมินสถานการณ์อยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (88) ภาคตะวันออก (85) กรุงเทพฯ (84) และภาคใต้ (83) ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติค่อนข้างมาก

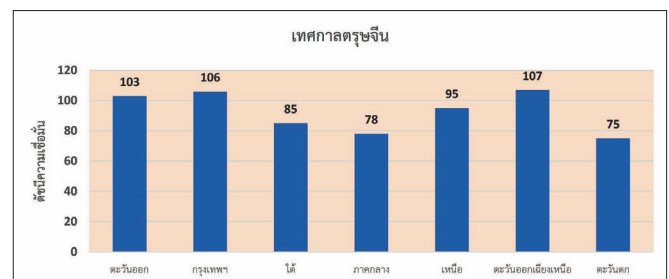
## เทศกาลตรุษจีน

**เทศกาลตรุษจีน** ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในภาวะต่ำกว่าปกติ (ดัชนีความเชื่อมั่นอยู่ที่ 93)



ภาพที่ 16 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการช่วงเทศกาลตรุษจีน จำแนกตามประเภทธุรกิจ

**จำแนกผู้ประกอบการรายธุรกิจ** พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร (82) ธุรกิจนำเที่ยว (80) และธุรกิจโรงแรม (85) ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวต่ำกว่าภาวะปกติค่อนข้างมาก ในขณะที่ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก (104) และธุรกิจขนส่ง (108) ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวสูงกว่าระดับปกติ

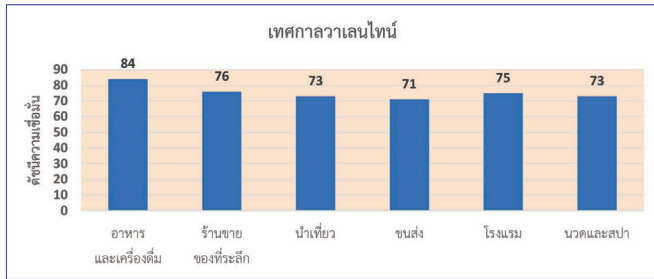


ภาพที่ 17 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการช่วงเทศกาลตรุษจีน จำแนกตามภูมิภาค

**จำแนกผู้ประกอบการเป็นรายภาค** พบว่าผู้ประกอบการในภาคตะวันตก (75) ประเมินสถานการณ์ต่ำที่สุด รองลงมาคือ ภาคกลาง (78) และภาคใต้ (85) โดยประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าภาวะปกติค่อนข้างมาก ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ (106) ภาคตะวันออก (103) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (107) ประเมินสูงกว่าระดับปกติ

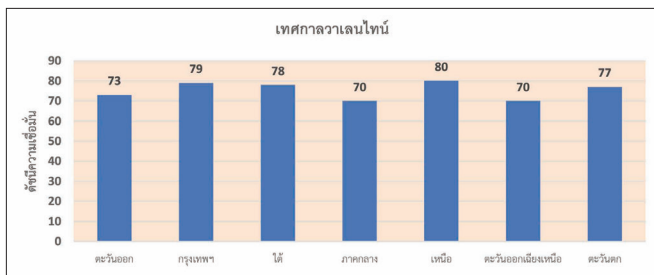
## เทศกาลวาเลนไทน์

**เทศกาลวาเลนไทน์** ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวภาพรวมต่ำกว่าปกติค่อนข้างมาก (ดัชนีความเชื่อมั่นอยู่ที่ 75) โดยเป็นการประเมินต่ำกว่าปกติในทุกธุรกิจ



ภาพที่ 18 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการช่วงเทศกาลวาเลนไทน์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

**จำแนกผู้ประกอบการรายธุรกิจ** พบว่าธุรกิจขนส่งเป็นธุรกิจที่ประเมินสถานการณ์ต่ำที่สุด (71) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว (73) ธุรกิจนวดและสปา (73) ธุรกิจโรงแรม (75) ธุรกิจของที่ระลึก (76) และอาหารและเครื่องดื่ม (84) โดยทุกประเภทธุรกิจประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวต่ำกว่าภาวะปกติค่อนข้างมาก

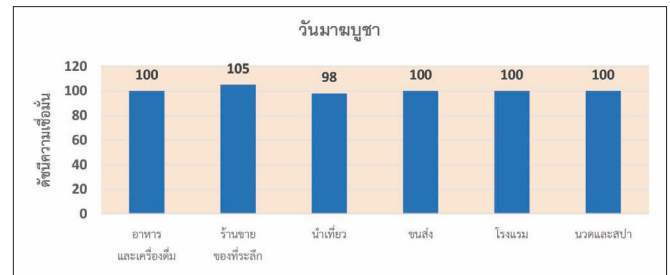


ภาพที่ 19 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการช่วงเทศกาลวาเลนไทน์ จำแนกตามภูมิภาค

**จำแนกผู้ประกอบการเป็นรายภูมิภาค** พบว่าผู้ประกอบการในภาคกลาง (70) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (70) ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในเทศกาลวาเลนไทน์ต่ำที่สุด รองลงมา คือ ภาคตะวันออก (73) ภาคตะวันตก (77) ภาคใต้ (78) กรุงเทพฯ (79) ภาคเหนือ (80) ตามลำดับ โดยประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าภาวะปกติค่อนข้างมาก โดยผู้ประกอบการทุกภาคประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในเทศกาลวาเลนไทน์ อยู่ในภาวะต่ำกว่าปกติค่อนข้างมาก

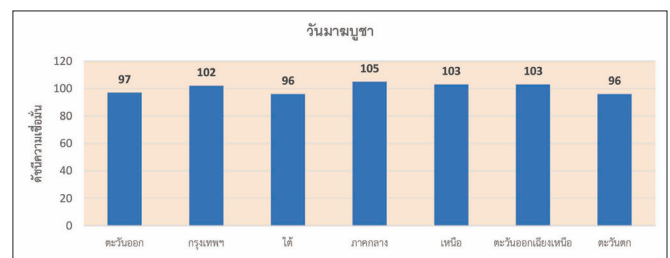
## วันมาฆบูชา

**วันมาฆบูชา** ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับปกติ (ดัชนีความเชื่อมั่นอยู่ที่ 100)



ภาพที่ 20 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการช่วงวันมาฆบูชา จำแนกตามประเภทธุรกิจ

**จำแนกตามประเภทธุรกิจ** พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจของที่ระลึกเป็นกลุ่มธุรกิจเดียวที่ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในวันมาฆบูชา ดีกว่าภาวะปกติ (105) และผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ ประเมินสถานการณ์อยู่ในภาวะปกติ ยกเว้นธุรกิจนำเที่ยว ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าปกติเล็กน้อย



ภาพที่ 21 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการช่วงวันมาฆบูชา จำแนกตามภูมิภาค

**จำแนกตามภูมิภาค** พบว่าผู้ประกอบการในภาคกลาง (105) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (103) กรุงเทพฯ (102) และภาคเหนือ (103) ประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวในวันมาฆบูชาดีกว่าภาวะปกติ ส่วนผู้ประกอบการในภาคตะวันออก (97) ภาคตะวันตก (96) ภาคใต้ (96) ประเมินสถานการณ์ต่ำกว่าภาวะปกติ



## 6. การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตรมาส 4/2562

จากข้อมูลล่าสุดของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูลเมื่อ 12 ธันวาคม ปี 2562) ในเดือนมกราคม-พฤศจิกายน ปี 2562 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 35.87 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.74 ล้านล้านบาท คาดว่า ในไตรมาส 4/2562 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10.30 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.08 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาส 4/2562 ประมาณ 516,834 ล้านบาท

ในปี 2562 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 39.62 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.78 และคาดว่าจะมีรายได้

จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 1.93 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 2.87 ทั้งนี้ตัวเลขคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นการคาดการณ์ภายใต้สถานการณ์ปกติที่ไม่มีเหตุการณ์รุนแรงมากระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยว

ในไตรมาส 1/2563 ถ้าไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติใดๆ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 11.02 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ร้อยละ 2.08

คาดว่าเมื่อสิ้นปี 2563 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 40.7 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 2.73 และคาดว่าจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 2.05 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 2.9

ตารางที่ 1 การคาดการณ์จำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติรายไตรมาส ปี 2562-2563

ไตรมาส	นักท่องเที่ยว 2560 (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว 2561 (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว 2562 <sup>P</sup> (ล้านคน)	อัตราการเติบโต ปี 2562 (ร้อยละ)	รายได้จาก การท่องเที่ยว 2562 <sup>P</sup> (ล้านบาท)	นักท่องเที่ยว 2563 <sup>P</sup> (ล้านคน)	รายได้จาก การท่องเที่ยว 2563 <sup>P</sup> (ล้านบาท)
1	9.19	10.58	10.80	2.08	556,946	11.02 <sup>P</sup>	
2	8.13	8.85	8.97	1.36	395,626		
3	8.78	9.04	9.55	5.64	464,111		
4	9.29	9.71	10.30 <sup>P</sup>	6.08 <sup>P</sup>	516,834 <sup>P</sup>		
รวม	35.39	38.18	39.62 <sup>P</sup>	3.78 <sup>P</sup>	1,933,517 <sup>P</sup>	40.7 <sup>P</sup>	2,050,000 <sup>P</sup>

## 7. สรุปและข้อเสนอแนะ

การท่องเที่ยวยังคงเป็นฟันเฟืองสำคัญในการกระตุ้นและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ หน่วยงานภาครัฐผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวควรร่วมมือกันเพื่อที่จะแสวงหาแนวทางเพื่อที่จะเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาสด้วยการนำจุดแข็งของประเทศมากำหนดเป็นแนวทางหลักในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

### 7.1 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

(1) เปลี่ยนกฎเกณฑ์และระเบียบของธุรกิจโรงแรม และที่พักให้ทันสมัยเข้ากับสถานะปัจจุบัน พร้อมแก้ไข พรบ.โรงแรม ลดขั้นตอนต่างๆ ให้ง่ายขึ้น

- ❖ ภาครัฐหามาตรการในการนำโรงแรมและที่พักที่ไม่ถูกต้องมาขึ้นทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย
- ❖ ลดระเบียบ กฎเกณฑ์ หรือลดขั้นตอน การขึ้นทะเบียนโรงแรม และที่พักให้ทำได้ง่ายขึ้น

(2) ส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการแข่งขันในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาทักษะบุคลากร การลงทุน และการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

- ❖ จัดสรรงบประมาณเพื่อธุรกิจ SME ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้เข้าถึงแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำแบบไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจ สินค้า และการบริการ
- ❖ ส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำธุรกิจ เช่น การทำ Digital Marketing ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย โดยอาจจะจัดอบรมให้ผู้ประกอบการ หรือมีศูนย์ในการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือกับผู้ประกอบการ

(3) กระตุ้นและส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศ

- ❖ เร่งทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างเร่งด่วนเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของคนไทย เช่น ผลิตสื่อโฆษณาด้านเมืองรองอย่างต่อเนื่อง จัดสรรงบประมาณสนับสนุนการผลิตแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของแต่ละจังหวัด จัดสรรงบประมาณสนับสนุนเทศกาลท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ
- ❖ จัดสรรงบประมาณสนับสนุนในการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละจังหวัด เช่น ถนนคนเดิน/ตลาดนัดจัดตั้งที่ขึ้นชื่อ ร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวชอบไปเช็คอิน คาเฟ่สถาน/บูรพาจารย์ที่ขึ้นชื่อของแต่ละจังหวัด โดยสนับสนุนงบประมาณด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว สาธารณูปโภค ที่จอดรถ และการตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม จุดเช็คอิน (ถ่ายรูป) เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
- ❖ จัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นที่ขึ้นชื่อของแต่ละจังหวัด รวมทั้งให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการจัดวางอาหารให้ดึงดูดดูน่ารับประทาน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่สนใจแก่นักท่องเที่ยว
- ❖ จัดสรรงบประมาณในการปรับปรุงคุณภาพและความสะอาดของอาหารประเภท Street food พร้อมอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถ จุดจอดรถ-ส่งชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มากับรถบัส

(4) สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Responsible Tourism อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและยั่งยืน

(5) สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการส่งเสริมการตลาดเพื่อเจาะตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวหลังเกษียณ กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทเหมาลำเครื่องบิน เรือล่องแม่น้ำเจ้าพระยา เรือทัวร์เกาะ สมุย พังงัน

(6) สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการนำกลยุทธ์การส่งเสริมด้านราคา มาปรับใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

(7) สร้างความเชื่อมั่นในด้านภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

## 7.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

(1) วางแผนการบริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวประเภท FIT ที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นทุกปี

- ❖ เพิ่มคุณภาพสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดลูกค้าต่างชาติ เช่น ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมหรือมีกระบวนการผลิตที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติ มีการจัดวางอาหารให้ดึงดูดดูน่ารับประทาน
- ❖ มีกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาใช้บริการซ้ำ โดยการเพิ่มการบริการเพื่อสร้างความประทับใจในการบริการ เช่น มีพื้นที่ส่วนกลางเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมที่มีการออกกำลังกายเบาๆ เช่น trampoline บอลโต๊ะโกล์ มีกิจกรรม DIY ที่นักท่องเที่ยวสามารถลงมือทำได้ด้วยตัวเองเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว
- ❖ บริษัททัวร์นำเที่ยวเพิ่มทางเลือกในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแบบ FIT เช่น เพิ่มผลิตภัณฑ์การบริการประเภทการจัดหาพาหนะในการเดินทาง ผลิตภัณฑ์นำเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า เช่น การนำเที่ยวแบบ Hiking Trekking diving Fishing เป็นต้น
- ❖ ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหารเพิ่มคุณภาพสินค้าและบริการเพื่อแข่งกับร้านอาหารประเภท Street food

(2) สร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งภายในจังหวัด ภายในภูมิภาคและภายในประเทศ

❖ มีการวางแผนการขายร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ถ้าหากพักที่โรงแรม A จะได้ส่วนลดร้านอาหาร B หรือจับมือกันระหว่างธุรกิจที่สัมพันธ์กันในการให้ส่วนลดในราคาพิเศษ เพื่อกระตุ้นความสนใจของลูกค้าไม่ให้ไปใช้บริการที่อื่น

(3) ใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกแก่กลุ่มลูกค้า เช่น การมีเว็บเพจของร้าน/สถานประกอบการ เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อและการเข้าถึงข้อมูลของสถานประกอบการ การปรับปรุงระบบการจ่ายเงินแบบออนไลน์

(4) ติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมของโลกอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยคำนวณจากผลการสำรวจตัวแทนผู้ประกอบการเอ็กซน รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการสำรวจรายไตรมาส และรายปี เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้วางแผนนโยบาย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยยังแยกได้ตามภูมิภาค และประเภทธุรกิจ

การคำนวณดัชนีกระทำโดยการถามคำถามผู้ประกอบการเอ็กซนรวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องทุกๆ ไตรมาสโดยใช้คำถามหลักตามแนวทางของ World Tourism Organization (UNWTO) ได้แก่

- ท่านประเมินผลการประกอบการในธุรกิจของท่าน ในไตรมาสนี้ อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

- ท่านคาดว่าผลประกอบการในธุรกิจของท่าน ในไตรมาสที่จะถึงนี้ จะเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

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

สำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 4 ปี 2562 นี้ ดำเนินการสำรวจในช่วงเดือนตุลาคม มีตัวแทนผู้ประกอบการเอ็กซนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามทั้งหมด 600 ราย ส่วนการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 400 ราย

ทั้งนี้ในไตรมาสที่ 1/2559 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนผู้ประกอบการที่ใช้ในการสำรวจเพื่อให้สามารถสะท้อนสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกิดขึ้นจริงมากยิ่งขึ้น โดยตัดการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) ออก และเพิ่มสัดส่วนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและนำเที่ยว (Domestic และ Inbound) และมีการปรับสัดส่วนผู้ประกอบการในแต่ละภูมิภาคให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ดังนั้น ดัชนีความเชื่อมั่นที่ได้จากการสำรวจในไตรมาสที่ 1/2559 อาจจะไม่ต่อเนื่องกับดัชนีที่ได้มีการสำรวจก่อนหน้านี้



ผู้ที่สนใจสามารถติดตามข่าวสารโครงการได้ที่เว็บไซต์ [www.thailandtourismcouncil.org](http://www.thailandtourismcouncil.org)

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)

E-mail: [Info@thailandtourismcouncil.org](mailto:Info@thailandtourismcouncil.org)



## สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4/2562

- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4/2562 เท่ากับ 88 ต่ำกว่าระดับปกติค่อนข้างมาก
- ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ในไตรมาสที่ 1/2563 เท่ากับ 94 เป็นการคาดการณ์ดีขึ้นจากไตรมาสนี้แต่ยังคงต่ำกว่าระดับปกติ
- ไตรมาส 4/2562 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10.30 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.08 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2561
- คาดว่าเมื่อสิ้นปี 2562 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 39.62 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.78 และคาดว่าจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 1.93 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 2.87
- ไตรมาส 1/2563 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 11.02 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ร้อยละ 2.08
- คาดว่าเมื่อสิ้นปี 2563 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 40.7 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 2.73 และคาดว่าจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 2.05 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 2.9

# THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX

